

Så blir du klimatsmart

Modern Psykologi 04 mars 2019 Forskning, Psykologi

Inläggsnavigering



Frida Hylanders artikel publicerades först i Modern Psykologi 10/2018.

Det krävs mer än kunskap för att ändra sitt klimatbeteende. Psykologen Frida Hylander förklarar hur du byter de mentala hindren mot fördelar.

Har du tänkt att du borde göra mer för klimatet – äta mindre kött, flytta dina pengar till hållbara fonder, gå med i en miljöorganisation – men sedan fortsatt att leva på precis som vanligt? Förvisso med en gnagande oro blandat med dåligt samvete, men i praktiken utan någon förändring. Du är inte ensam.

I en tid då alarmerande forskningsrapporter om klimatet släpps på löpande band, då Arktis isar smälter och mänskligheten fortsätter att pumpa ut mer växthusgaser än någonsin, ekar en fråga högre än alla andra: Om vi vet hur illa det är och att vårt kollektiva agerande får katastrofala följder för planeten, varför gör vi inte mer för att ändra på vårt beteende?

Det är en fråga som inte har ett enkelt svar, men där psykologin spelar en viktig roll för att förstå vad som påverkar hur vi som individer, grupper och samhälle agerar – och vad som kan hjälpa oss att förändra de vanor och system som driver på klimatförändringarna.

Inom beteendekonomin, det tvärvetenskapliga fält där ekonomi och psykologi möts, kallas detta glapp mellan att ha en intention och att faktiskt agera för *intention behavior gap*. Det tycks helt enkelt inte vara tillräckligt för oss att ha information om en fråga och vilja ändra oss för att faktiskt agera. Det är andra saker som i högre grad styr vårt beteende.

Att detta glapp finns har inte alltid varit en självklarhet. I de första teoretiska modeller som sökte svar på frågan om vad som får folk att agera miljövänligt trodde man att relationen mellan information, attityd och beteende var linjär. Man trodde att människor, så länge de fick information om miljöproblemen, skulle ändra sina attityder, vilket i sin tur skulle leda till ett mer miljövänligt beteende.

Nyare forskning har tvärtom visat att information kanske inte behövs alls för att agera miljömedvetet.

I en ett år lång studie undersöktes skillnaden i klimatavtryck mellan miljömedvetna personer och personer skeptiska mot klimatförändringarna, så kallade klimatskeptiker. Till sin förvåning upptäckte forskarna att klimatskeptikerna hade ett lägre klimatavtryck än de miljömedvetna. Detta trots att deltagarna hade en liknande inkomst- och utbildningsnivå, en faktor som ofta spelar stor roll för våra klimatavtryck. En annan forskargrupp undersökte för några år sedan om man kunde få människor att agera miljövänligt genom att fokusera på andra fördelar än de rent miljömässiga med att ställa om till ett hållbart samhälle, så kallade tilläggsfördelar. Forskarna kunde se att det inte var någon större skillnad mellan klimatskeptiker och miljöengagerade när det gällde hur villiga deltagarna var att agera miljövänligt. Det som däremot tycktes göra skillnad var att just prata om ytterligare vinster av ett hållbart samhälle, att det till exempel skulle skapa fler jobb och vara ett snällare och mer moraliskt samhälle. Genom att fokusera på tilläggsvinsterna blev alla deltagare i studien mer villiga att agera miljövänligt.

Trots att hypotesen om det linjära sambandet mellan information och agerande alltså har motbevisats flera gånger om, bygger än i dag mycket miljökommunikation på antagandet att ökad kunskap i sig leder till förändring.

En stor anledning till att vetenskapen om klimatförändringarna inte direkt leder till klimatsmart agerande är att vi på individnivå fortfarande har svårt att bedöma klimatutvecklingens risker på ett rationellt och realistiskt sätt. Det gäller förvisso inte bara i den här frågan – människans riskbedömningar är överlag oftare grundade i intuitiva känslor än rationella kalkyler. Den norske psykologi- och ekonomiforskaren Per Espen Stoknes går i sin bok *What we think about when we try not to think about global warming* (2015) igenom hur rent ut sagt usla människor är på att göra goda riskbedömningar. Bland annat överdriver vi spektakulära men ovanliga risker medan vi underskattar gradvisa risker. Om du känner efter i kroppen märker du antagligen att tanken på en plötslig skogsbrand i ett närliggande område känns farligare än att temperaturen har ökat med 1,5 grad de senaste 150 åren. En anlagd brand känns också läskigare än en brand orsakad av torka, eftersom vi är mindre rädda för naturliga katastrofer än katastrofer skapade av människan.

människor lider dessutom av något som kallas tillgänglighetsbias, det vill säga att vi tror att saker som vi ofta hör talas om är vanligare och viktigare än saker det inte pratas mycket om. Detta samband har man flera gånger sett i undersökningar av vilka frågor befolkningen anser vara viktiga: När medierna skriver mycket om klimatfrågan uppfattas den också som viktigare. När de slutar skriva om klimatfrågan är det som att vi också glömmar bort att den faktiskt fortfarande är lika aktuell och allvarlig.

Hur hänger allt det här ihop? Varför räcker det inte att informera människor om klimatkrisen och hur kan klimatskeptiker i vissa fall vara mer miljövänliga än klimatvänner?

En hypotes är att det som framför allt påverkar våra beteenden är hur den omedelbara omgivningen ser ut och vilka saker som premieras av dem runt omkring oss, det vill säga hur

våra sociala normer ser ut. Det är inte konstigare än att våra hjärnor till stor del är utformade för att reagera på det som ligger oss nära i tid och rum och hela tiden ser till att vi anpassar oss efter vad gruppen vill och anser är rätt för stunden. Det är enklare att genomföra ett jobb när våra kollegor ger oss uppmuntrande ord efteråt, än när de tittar snett på oss och den där belöningen chefen utlovat hägrar som ett diffust luftslott i fjärran.

Det här är problematiskt när det gäller klimatkrisen, eftersom så mycket av dess konsekvenser ligger långt bort i både tid och rum. Flyger jag till andra sidan jorden så blir den direkta och tydligaste konsekvensen för mig troligen att jag har en härlig resa och dessutom på köpet får många fler *likes* på Instagram än vanligt. Den miljömässiga konsekvensen av just min flygresor i en värld där det lyfter 30 miljoner plan om året är däremot diffus och långsiktig.

Vi kan på ett teoretiskt plan veta att det är dåligt för miljön att flyga, men när det gäller att ändra våra beteenden är direkta, konkreta och sociala konsekvenser mycket mer effektiva än teoretisk kunskap.

Ett sätt att göra konsekvenserna av våra miljöbeteenden tydligare är att försöka skapa samstämmighet mellan våra värderingar, vår identitet, våra mål och beteenden. Det handlar om att skapa en tydlig koppling mellan det vi gör och det som är viktigt för oss i livet och de mål vi har. Vill jag maximera mina chanser att lyckas äta mer vegetariskt bör det ha en tydlig koppling till ett för mig viktigt mål, min identitet och mina värderingar.

Hypotesen om samstämmighet testades av en forskargrupp för ett par år sedan. I tre relaterade studier, publicerade i *Journal of Applied Psychology*, kunde de se en ökad samstämmighet och benägenhet att agera när deltagarna gjorde personliga kopplingar mellan det miljövänliga beteendet (till exempel att åka kollektivt) och mål, än när de ombads tänka på vilka fördelar beteendet hade för klimatet. Det intressanta här var att det inte nödvändigtvis spelade särskilt stor roll hur viktig miljöfrågan var för deltagarna. Att påminna sig om att tågresan ger tid att läsa eller koppla av – ett tilläggsvärde – funkar bättre än att påminna sig om att den släpper ut mindre koldioxid än bilen.

Vi människor är förlustaversiva, det vill säga att vi inte tycker om att bli av med saker. Om någon hotar med att ta något ifrån oss blir vi väldigt avvaktande och mindre villiga att ändra vårt beteende. När klimatförändringarna, som de ofta gör, pratas om som ett hot som kommer att innebära en massa uppoftningar, som sänkt levnadsstandard, mindre möjlighet att resa och konsumera, triggar det igång vår förlustaversion.

Paradoxen blir att ju mer vi pratar om vad vi behöver offra desto mindre villiga blir vi att agera – och ju längre vi låter tiden gå utan att ställa om samhället, desto större sannolikhet att vi till slut kommer att förlora mycket av det vi i dag njuter av.

men trots att klimatkrisen skulle kunna utgöra ett hot mot hela vår existens så verkar det vara möjligt att skapa en fossilfri och hållbar värld utan att kompromissa med människors välmående och upplevelse av meningsfullhet. För det är inte nödvändigtvis så att vi blir lyckligare av saker som orsakar höga utsläpp.

I det som brukar kallas för "världens längsta studie av lycka", följde forskare vid Harvard university i USA under nästan 80 år regelbundet den fysiska och psykiska hälsan hos 268 tidigare Harvardstudenter. Forskarna kunde de konstatera att den viktigaste faktorn för vårt välmående inte handlar om pengar, prylar eller flygresor – utan om goda och nära relationer.

Att ha ett sammanhang och en social gemenskap, det vill säga saker som i sig inte kräver ens ett kilo koldioxid, är bland det viktigaste vi människor kan ha.

Och en grupp vid Chalmers tekniska högskola, ledd av David Andersson, som forskar kring frågor om hållbar konsumtion, har tittat närmare på kopplingen mellan upplevt välmående och utsläpp av växthusgaser. I sin studie kunde de se att aktiviteter som genererar stora utsläpp, till exempel flygresor, inte hade något samband med högre välmående. Det hade däremot möjligheten att vara ledig och tillbringa tid med nära och kära.

Forskarna hittade också ett så kallat negativt samband mellan välmående och att ha materialistiska värderingar, det vill säga att personer som i hög grad värdesätter materiella saker verkar må sämre, på samma gång som de orsakar högre utsläpp. Många andra studier har bekräftat en liknande bild, nämligen att det efter den nivå där vi har vår trygghet och våra basala behov säkrade inte är konsumtion och prylar som gör oss lyckliga – det är andra människor.

Det är också tillsammans med andra människor som vi verkligen kan börja agera mot klimatförändringarna. En av människans största framgångsfaktorer är att vi är bra på att organisera oss och samarbeta, att ta hjälp av varandra för att hitta nya lösningar och anpassa oss till de rådande omständigheterna.

Ska vi tro den psykologiska kunskapen är det här vi ska satsa krutet, på att arbeta tillsammans, påminna oss om vinsterna med en fossilfri värld, förändra normerna och skapa samstämmighet mellan det vi gör i dag och den riktning vi vill föra världen i.

3 x steg till en mer hållbar värld

- 1) Koppla de förändringar du vill göra till dina värderingar och mål: Varför är det här viktigt för mig? Vilka är vinsterna för mig? Hitta den motivation som funkar bäst för dig. Det går bra att till exempel äta veganskt både för att det är bra för miljön och för hälsan.*
- 2) Fatta hellre ett stort beslut än flera små. Forskare vid Lunds universitet har räknat ut de mest effektiva förändringarna på individnivå: sluta flyga, äta plantbaserat och leva bilfritt. Att ha ett flygfritt år ger långt högre effekt än att till exempel källsortera.*
- 3) Organisera dig. Maria Ojala, som forskat om klimatångest vid Örebro universitet, har sett att ett fungerande och meningsskapande sätt att hantera klimatångest på är att agera tillsammans. Att gå samman ger också större möjlighet till kollektiva förändringar och opinionsbildning.*

Frida Hylander är legitimerad psykolog, har en fil. kand. i humanekologi och arbetar med miljöfrågan från ett psykologperspektiv. Hennes artikel publicerades först i Modern Psykologi 10/2018: [Pappersutgåva](#) | [För skärm \(Google play\)](#) | [För skärm \(Itunes\)](#) | [Prenumerera](#)

<https://modernpsykologi.se/2019/03/04/sa-blir-du-klimatsmart/>
Hämtad 2021-03-22