

Hej, det är kommunen, vill du prata klimat?

En kvalitativ studie om klimatrådgivning inom befintlig kommunal energi- och klimatrådgivning

ERIKA FRIMANSON 2020
MVEM30 EXAMENSARBETE FÖR MASTEREXAMEN 30 HP
MILJÖVETENSKAP | LUNDS UNIVERSITET



Hej, det är kommunen, vill du prata klimat?

En kvalitativ studie om klimatrådgivning inom
befintlig kommunal energi- och klimatrådgivning

Erika Frimanson

2020



LUNDS
UNIVERSITET

Erika Frimanson

MVEM30 Examensarbete för masterexamen, 30 hp

Intern handledare: Alexandra Nikoleris, Miljö- och energisystem, Lunds universitet

Extern handledare: Kristina Engdahl, Helsingborgs stad

CEC - Centrum för miljö- och klimatforskning

Lunds universitet

Lund 2020

Abstract

This study explores the opportunity of advancing climate focused projects within the Swedish energy and climate advising. Inspired by behavioural change and climate communication theory, a pilot project was developed where a climate advising service was tested and reviewed. Further, interviews with responsible climate and energy advisors of other climate focused projects were performed, and together with the pilot projects participant's opinions, conclusions around format, contributions and experiences of a possible service were drawn. The analysis focuses on the complexity of a climate advising service. The service can be both personal and confide science as well as generate reflections and climate talks. However, it is dependent on high resources and sharp advisors, both when it comes to knowledge and social skills, moreover the need for it is questionable. As previous research has shown, awareness about climate change in Sweden is high, which demands a lot from a possible advising. This study contributes to future development of energy and climate advising services and can be an example of climate change communication in a Swedish context.

Populärvetenskaplig sammanfattning

Att ringa och prata klimat med någon på kommunen kan vara trevligt, men kanske inte mer än så

Det finns många sätt att söka information om klimatet på. Är energi- och klimatrådgivningen, Energimyndigheten och kommunen redo att vara en klimatrådgivare i den skala det skulle behövas för att få tjänsten framgångsrik? Eller är det klokare att låta apparna och företagen som redan finns därute att sköta snacket om klimatet?

De flesta svenskar är medvetna om den pågående klimatkrisen men agerar inte därefter. Tänk om ett klimatsamtal kunde råda bot på det? Kommunikation kommer aldrig enbart rädda oss, men skulle kunna hjälpa till med det där glappet mellan kunskap och handling. Kommunikation kan bidra med att skapa engagemang och få klimatfrågan att kännas inombords – vilket delvis upplevdes av de som fick prova på klimatrådgivning med en energi- och klimatrådgivare i den här studien. De som deltog tyckte alla olika om tjänsten. Vissa lärde sig saker och har tänkt på de ämnen som togs upp efteråt mer än andra. Några kände sig inte i behov av några råd och funderade över meningen med samtalet.

Utöver den testade klimatrådgivningen, genomfördes intervjuer med energi- och klimatrådgivare som jobbat med klimatet på andra vis i studien. Det synliggjorde att olika projekt är bra på olika sätt. En studiecirkel med klimatfokus har varit lyckad för att den skapat bra diskussioner och gemenskap, en rådgivning med fokus på att resa med tåg för att den fångat in ett aktuellt ämne, en hemsida när hemmasurfarna. Alla projekten hade sina fördelar, men även nackdelar - det finns inte ett rätt sätt att jobba med klimatkommunikation på.

En klimatrådgivning visade sig inte vara helt lätt, det kräver en skicklig rådgivare som kan känna in personen den ger råd till och vara personlig, men även när rådgivaren eller projektet lyckas behövs resurser för att få tjänsten att sticka ut från mängden och locka personer att ta del av den. En eventuell klimatrådgivning tävlar om människors tid, precis som många andra företag och organisationer idag.

Förhoppningen är att den här studien kan komma till användning för energi- och klimatrådgivare, Energimyndigheten och kommuner i deras klimatprojekt riktade till medborgare. Behovet och efterfrågan av den här sortens tjänst är inte självklart, något att ha i åtanke i fortsatt kommunikation kring klimatfrågan.

Innehållsförteckning

Abstract	3
Populärvetenskaplig sammanfattning	5
Innehållsförteckning	7
Inledning	9
<i>Syfte & frågeställningar</i>	10
<i>Angränsning</i>	10
Teoretiskt ramverk	13
<i>Forskningsöversikt: Energi- och klimatrådgivning</i>	13
<i>Samhällsvetenskapliga tankesätt: Perspektiv som hjälper analysen</i>	15
Metod	19
<i>Intervjuer med energi- och klimatrådgivare</i>	19
<i>Pilotprojektet</i>	20
Urval.....	20
Genomförande.....	21
<i>Utvärderande intervjuer med deltagarna</i>	21
<i>Så analyserades materialet</i>	22
<i>Metoddiskussion</i>	23
Etisk reflektion.....	24
Analys	25
<i>Pilotprojektet: Så upplevs klimatrådgivningen</i>	25
Deltagarnas uppfattning av klimatrådgivningen.....	25
Hur var det att prata över telefon?.....	29
Lärodomar & reflektioner utifrån klimatrådgivningen	30
Klimatrådgivningen som förmedlare av forskning	31

Lika enkelt som med en vän?.....	32
<i>Andra klimatfokuserade projekt inom energi- och klimatrådgivning</i>	34
Dalarna	34
Helsingborg	35
Gävleborg.....	36
<i>Klimatrådgivningens roll inom befintlig energi- och klimatrådgivning</i>	37
Behövs en klimatrådgivning?	37
Integrerat i befintlig verksamhet	39
Slutdiskussion	43
Tack.....	45
Referenser	47
Bilagor	51
<i>Bilaga 1: Ramverk för klimatrådgivningen</i>	<i>51</i>
<i>Bilaga 2: Intervjuguider.....</i>	<i>51</i>
Intervjuguide inför intervjuer med energi- och klimatrådgivare	51
Intervjuguide inför intervjuer med deltagare	51

Inledning

I dagsläget släpper medelsvenskens livsstil ut nio ton växthusgaser per person och år ur ett konsumtionsbaserat perspektiv. Av dessa utsläpp är 60 procent utsläpp från hushåll, vilket innebär den klimatpåverkan individer själva kan påverka (Naturvårdsverket, 2020). För att Sverige ska nå nationella miljömål, som målet Begränsad Klimatpåverkan finns styrmedel med målet att påverka samhället i rätt riktning för att utsläppen ska minska. Befintliga styrmedel anses dock inte tillräckliga för att nå målet (Sveriges Miljömål, 2020). Ett av dessa styrmedel är energi- och klimatrådgivning, en kostnadsfri tjänst för privatpersoner, små- och medelstora företag och organisationer som vill se över sin energiförbrukning och minska sin klimatpåverkan. Rådgivningen sker kommunalt och finansieras av Energimyndigheten (Energimyndigheten, 2019).

I Helsingborgs stad har energi- och klimatrådgivarna uttryckt att deras rådgivning främst kretsar kring energifrågan och att detsamma gäller för många energi- och klimatrådgivare i Sverige. Enligt förordning (SFS 2016:385) om bidrag till kommunal energi- och klimatrådgivning ska energi- och klimatrådgivningen bland annat främja ”att riksdagens energi- och klimatpolitiska mål nås”, samt ”förmedla lokalt och regionalt anpassad kunskap om klimatpåverkan”. Ett klimatfokus nämns i förordningen men saknas i praktiken, och från den skillnaden har begreppet *klimatrådgivning* som denna studie ska fokusera på vuxit fram. I samarbete med Helsingborgs stad har ett pilotprojekt inom klimatrådgivning genomföras och utvärderas, där pilotprojektet innefattar en klimatrådgivning i form av ett öppet samtal om klimatet över telefon med privatpersoner. Vidare har intervjuer med energi- och klimatrådgivare som genomfört klimatfokuserade projekt synliggjort tillvägagångssätt att arbeta med klimatfrågan och dessa jämförs med pilotprojektet.

I diskussionen kring vad en klimatrådgivning skulle kunna vara och hur den skulle fungera är forskning kring beteendeförändringar, psykologi, sociologi och kommunikation relevant. Vetenskapen inom dessa fält presenterar ofta att trots en medvetenhet och god intention hos individer saknas faktiska beteendeförändringar (Donald et al., 2014; R. Gifford et al., 2011; Klintman, 2015; McGuire & Beattie, 2019; Ockwell et al., 2009). I en undersökning av Naturvårdsverket (2018) uppger ca 80 procent att de tror att de själva som individer och Sverige i stort har möjligheter att hämma klimatförändringen, 70 procent uppger dock att deras invanda livsstil är ett hinder och 34 procent att de saknar information om hur de kan leva mer klimatsmart. Problemet behöver adresseras på flera nivåer och nya sätt för att beteendeförändringar

ska ske (Kollmuss & Agyeman, 2002). Förhoppningen är att den här studien kan skapa en förståelse för hur klimatfrågor kan lyftas i kommuners kontakt med medborgare. Det är av stor vikt eftersom civilsamhället måste inkluderas i arbetet med att hämma den globala uppvärmningen. Klimatrådgivning kan komma att vara ett nytt sätt att kommunicera på, ge råd och sprida kunskap om klimatförändringar och vad individer kan bidra med. Klimatrådgivning skulle kunna bli en tjänst som möter ett befintligt behov av nya sätt att kommunicera på för att i längden hämma klimatkrisen. Att prata om klimatet kan leda till en större förståelse och möta förordningens mål om kunskap inom klimatfrågan.

Syfte & frågeställningar

Potentialen hos kommunal energi- och klimatrådgivning att bredda sig och även erbjuda klimatfokuserade tjänster, tillsammans med ett behov av att kommunicera och arbeta med klimatfrågan på nya sätt på lokal nivå, har fött en nyfikenhet kring konceptet klimatrådgivning. Forskningen har synliggjort ett gap mellan kunskap och faktiska beteendeförändringar, kan klimatrådgivningen vara ett sätt att minska det gapet? Syftet med denna studie är att undersöka hur en klimatrådgivning skulle kunna se ut och vad den kan bidra med. Studien avser göra det genom att utforska ett antal komponenter: upplevelsen av klimatrådgivningen, dess format, mål med rådgivningen, behovet av den och hur den kan integreras i befintlig verksamhet. Med hjälp av ett teoretiskt ramverk, ett pilotprojekt och intervjuer med ansvariga för andra klimatfokuserade projekt inom svensk energi- och klimatrådgivning utforskas komponenterna. Frågor som studien ämnar besvara är:

- *Hur upplevs klimatrådgivningen av de som deltagit i pilotprojektet?*
- *Vilka exempel på klimatfokuserade projekt inom energi- och klimatrådgivning finns och vad har fungerat tidigare?*
- *Vilken roll kan en klimatrådgivning ha inom existerande energi- och klimatrådgivning?*

Avgränsning

Studien är avgränsad till energi- och klimatrådgivning och dess potential, det innebär att andra kommunala klimatprojekt inte är med i studien. Målet är att undersöka klimatrådgivning inom existerande energi- och klimatrådgivning, vilket möjliggör att verkande energi- och klimatrådgivare i landet kan ta till sig studien. Vidare är studien avgränsad till rådgivning för privatpersoner eftersom de privata utsläppen har stor potential att reduceras. Studien är avgränsad till minskad klimatpåverkan och kommer

därför inte diskutera rådgivning i form av klimatanpassning. Studien antar ett perspektiv där fokus ligger på hur rådgivningen ska gå till, snarare än vad rådgivningen ska ge för sorts råd eller klimatnyttan av rådgivningen. Detta eftersom studiens syfte är att få reda på utformandet av en klimatrådgivning, samt hur målgruppen uppfattar den. Begreppet klimatrådgivning kommer från energi- och klimatrådgivning men rådgivningen innebär i den här studien ett öppet samtal om klimatet, och behöver inte bara ge faktiska råd. För att kunna mäta effekter av en klimatrådgivning, och om den leder till faktiska beteendeförändringar, hade en större studie behövts. Det har även bidragit till att klimatrådgivningen som styrmedel och informativa styrmedel inte diskuteras i någon större utsträckning.

Teoretiskt ramverk

En forskningsöversikt samt samhällsvetenskapliga tankesätt har här samlats i ett teoretiskt ramverk som kan förstås som ett förhållningssätt. Det har hjälpt till med att motivera studiens syfte, utforma klimatrådgivningen, ställa rätt frågor vid intervjuer med deltagare och energi- och klimatrådgivare, samt utvärdera klimatrådgivningen. Ett eget skapat teoretiskt ramverk har fördelen att olika sorters forskning relaterade till ämnet kan kombineras, något som är extra relevant eftersom studien undersöker ett nytt fenomen. Förhoppningen är att detta teoretiska ramverk ska belysa intressanta delar av rådgivningen och bidra till relevanta slutsatser för eventuella läsare. Den första delen av teorin består av forskning och rapporter relaterade till energi- och klimatrådgivning och har avgränsats till svensk energi- och klimatrådgivning med anseende på studiens målgrupp. Den andra delen består av tankesätt och begrepp hämtade ur samhällsvetenskaplig forskning inom ämnen som beteendevetenskap, psykologi, sociologi, kommunikationsvetenskap och miljö- och klimatforskning.

Forskningsöversikt: Energi- och klimatrådgivning

Det finns idag en stor mängd forskning på energirådgivning, men mindre om specifikt den svenska energi- och klimatrådgivningen. Ren klimatrådgivning är inte ett vedertaget begrepp och behandlas därför inte i befintlig forskning. Även om forskningen fokuserar på energirådgivning anses den relevant eftersom studiens syfte är att förstå hur en existerande energi- och klimatrådgivning kan förändras och få ett tydligare klimatfokus genom att erbjuda en klimatrådgivning inom befintlig service. Flera inslag i hur energirådgivning utformas och fungerar är applicerbara även på en klimatrådgivning eftersom pilotprojektet utförs på liknande sätt.

Ett generellt problem som energi- och klimatrådgivningen står inför är att allt färre känner till tjänsten (SCB, 2015). I en studie av Mahapatra et al. (2011) blev resultatet att ungefär 50 procent av svenska husägare känner till att de kan få rådgivning. Ett stort antal av de tillfrågade uppskattar tjänsten men få har någonsin använt sig av den. Av de som har använt sig av den hade fler implementerat energieffektiva lösningar, men insatser för att fler ska känna till tjänsten behövs.

En av de forskare som undersökt svensk energi- och klimatrådgivning nyligen är Are Kjeang. I sin avhandling (Kjeang, 2018) beskriver han att ett mer digitaliserat samhälle behöver energirådgivning som även den utvecklas digitalt, energi- och klimatrådgivningen bör nyttja de möjligheter som internet och sociala medier besitter.

Den personliga kontakten är emellertid efterfrågad och anses värdefull för att få diskutera den information som hämtas på internet. Kjeang (2018) lyfter även att den sociala kompetensen hos rådgivarna är avgörande eftersom beslut i hemmet inte alltid är rationella utan sociala faktorer kan spela en större roll än ekonomiska. Den informationen har varit med i utformningen av klimatrådgivningen samt utvärderingen av den.

Tillsammans med Palm, Ståhl och Venkatesh undersöker Kjeang (2017) energi- och klimatrådgivningens historia och nämner att energi- och klimatrådgivningens effekter är svåra att mäta vilket även har resulterat i att de sällan har undersökts. En förklaring är att informativa styrmedels effekter är svåra att utvärdera och att specifika mål inte har satts upp. Vidare drar de slutsatsen att det är viktigt att rådgivningen sker lokalt men att den bör integreras bättre i kommunernas miljö- och klimatstrategier generellt, samt att dess samverkan med andra styrmedel bör utvecklas.

Flera studier visar att en personligt anpassad energi- och klimatrådgivning i hemmet är den mest uppskattade och även det som energi- och klimatrådgivare kan sticka ut med. Tillskillnad från leverantörer och installatörer är den även gratis och oberoende (Kjeang, 2018; Mahapatra et al., 2011). I en enkätstudie där energi- och klimatrådgivarna själva fick svara på frågor om tjänsten och sin arbetssituation, framgick det att även energi- och klimatrådgivarna tror att tjänsten skulle tjäna på att oftare ske i ett personligt möte. Andra åtgärder som skulle göra energi- och klimatrådgivningen effektivare är att göra fler husägare medvetna om tjänsten, utbildning inom tekniska lösningar och kommunikation samt att öka det finansiella stödet så fler har möjlighet att arbeta heltid som energi- och klimatrådgivare (Mahapatra et al., 2011b).

I en slutrapport efter forskningsprojektet ”Bo och leva energieffektivt” har energi- och klimatrådgivning via telefon utvärderats som det näst bästa alternativet att genomföra rådgivningen på när ett fysiskt möte inte är möjligt. Det uppges vara ett bra sätt att ta kontakt på, återkoppla via, ställa följdfrågor och anpassa rådgivningen efter situation och person på. Tillskillnad från kontakt via e-post uppfattar rådgivare att det går att vara personlig, känna in och ge en bättre rådgivning över telefon (Kjeang & Eriksson, 2019). De idéerna har följt med i reflektionen över telefonen som tillvägagångssätt i pilotprojektet.

Energi- och klimatrådgivare behöver i sitt arbete ta hänsyn till den privata sfären som kan tänkas överskridas i arbetet. Palm (2010) utför en studie där hon undersöker den privata sfären med hjälp av intervjuer. Några av energi- och klimatrådgivarna som deltog uppgav att gränsen över vad de kan ge råd inom gick vid råd angående livsstil och beteende. Andra uppgav att den gick vid att förmedla kunskap om energiförbrukning och att hushållen sedan fick ta egna beslut utefter den kunskap de tagit del av. Konsumtion och kostnader uppgav rådgivarna vara svårt att ge råd inom eftersom det berör hushållens ekonomi, vilket uppfattas som ett privat ämne (ibid.). Hushållen däremot uppgav att de efterfrågar individanpassad information angående elförbrukning och konsumtion, gränsen för den privata sfären var mer tilltagen än vad

energi- och klimatrådgivarna trodde. Hushållen sätter dock upp en gräns vid att bli tillsagda hur de ska bete sig. Generellt så kan energirådgivningen tjäna på att bli mer individanpassad och delas upp i målgrupper (ibid.).

Forskningsöversikten har skapat en förståelse för fördelar och nackdelar med existerande rådgivning som agerar utgångspunkt i analysen. Insikter som att en eventuell klimatrådgivning behöver bli allmänt känd, att det personliga mötet samt att individanpassad information är efterfrågad, är betydelsefulla för att jämföra pilotprojektet med tidigare genomförda klimatfokuserade projekt.

Samhällsvetenskapliga tankesätt: Perspektiv som hjälper analysen

Tidigare trodde forskningen på ett kausalt samband emellan attityd och beteendeförändring inom miljö- och klimatfrågor (Gifford et al., 2011). Idag är forskningen dock överens om att beteendeförändringar är komplexa och att endast information och en oro över klimatfrågan inte leder till ett förändrat beteende hos individer (Donald et al., 2014; Kollmuss & Agyeman, 2002; Mancha & Yoder, 2015; Ockwell et al., 2009; Reynolds, 2010). Redan 1999 myntade Blake begreppet *value-action gap*, som redogör för att vad människor säger att de gör och känner inför klimatet inte måste speglas i deras faktiska beteende. Vidare har Csutora (2012) initierat *behaviour-impact gap* som beskriver att även när individer agerar enligt vad som kan anses vara ett miljövänligt beteende syns i det flesta fall inte någon väsentlig skillnad i deras ekologiska fotavtryck. Det kan förklaras med att de miljövänliga insatserna är små samtidigt som vanor med höga utsläpp fortsätter. Dessa gap synliggör att klimatfrågan måste tacklas på nya sätt och på flera olika nivåer.

Vidare förståelse för komplexiteten bakom beteendeförändringar redogör Kollmuss och Agyeman (2002) för. De delar upp faktorer som främjar ett miljövänligt beteende i två: interna och externa. De externa faktorerna är institutionella, ekonomiska, sociala och kulturella. De interna faktorerna är motivation, kunskap om miljö- och klimatfrågor, värderingar, attityd, medvetenhet om miljö- och klimatfrågor, emotionellt engagemang, i vilken mån man känner sig kunna kontrollera sitt eget beteende och i vilken mån man känner sig ansvarig. Alla dessa faktorer påverkar varandra och till sist en individs beteende, men de externa och interna faktorerna måste samverka.

Även Gifford (2011) presenterar psykologiska barriärer i form av ”sju överksammas drakar”; för lite kunskap, en världsåskådning som inte ger klimatfrågor utrymme, jämförelse med nära och kära, att ting och vanor är en del av livet och mål med livet (till exempel lyxen att äga och köra sin egen bil), åtskildhet från experter, risker med förändring och beteendeförändringar som inte räcker till. Dessa teman

påverkar individer till att inte ändra sitt beteende, och de måste få ta plats i debatten tillsammans med strukturella förändringar (Gifford, 2011). Dessa teorier har hjälpt till i utformningen av klimatrådgivningen då de synliggör att klimatrådgivningen behöver vara personlig och ta upp frågor som berör vardagen samt förtydliga vilka val som spelar roll på en individnivå.

Ett sätt att personligt anpassa kommunikation på är *skraddarsydd information*. Klöckner och Ofstad (2017) menar att skraddarsydd information har fördelen att ge rätt information i förhållande till det förändringsstadium en individ är i, det förstärker chansen att en beteendeförändring sker och minskar risken för ett överflöde av information. Deras studie undersökte köttkonsumtion och använde sig av skraddarsydd information via en hemsida, den visade på positiva resultat gällande motivation, kunskap och hur testpersonerna tog till sig informationen men om informationen i sin tur ledde till faktiska beteendeförändringar gick inte att avgöra. Abrahamse et al. (2007) undersökte även de skraddarsydd information. Deras testgrupp inom energianvändning visade på både energibesparingar och högre kunskap inom energifrågan i jämförelse med den testgrupp som inte fått skraddarsydd information. Idén om skraddarsydd information har varit användbar för utvärderingen av klimatrådgivningen.

Ytterligare teori kring vad för sorts kommunikation som behövs inom klimatfrågan ligger Corner och Clarke (2017) bakom. De presenterar fem principer för medborgarengagemang och för att konversationer om klimatet ska bli fler. Vikt läggs i principerna vid att klimatfrågan måste fortsätta kännas relevant för en större grupp än aktivisterna, den behöver reflekteras över, länkas samman med individers sociala identitet, att frågan måste arbetas in nerifrån och upp och det med hjälp av nya representanter snarare än fler forskningsrapporter. Klimatrådgivningen kan i ljuset av Corner och Clarkes (2017) resonemang analyseras som ett verktyg för att arbeta med dessa stora idéer i mindre och lokal skala.

Flera forskare menar dock på ett fokus bortanför individen, Klintman (2015) lyfter att normer och strukturer måste förändras för att val som är bra för miljön och klimat ska bli det självklara valet. Personer i globala Nord är väl medvetna om klimatförändringen men agerar inte därefter. Att sociala normer tenderar att spela större roll än medvetenhet om klimatfrågan poängterar även Nässén et al. (2015). Ockwell et al. (2009) presenterar att kommunikationen kring klimatfrågor måste ta hänsyn till sociala normer, strukturer och barriärer. Csutora (2012) menar att kommunikationen kring klimatfrågan bör lyftas från de marginella skillnaderna och våga prata om de valen i vardagen som gör stor skillnad.

Wibeck (2014) redogör för tre kommunikationssatsningar som bör prioriteras, men belyser att value-action gap är ett komplext problem som behöver tacklas på flera nivåer samtidigt. Kommunikationssatsningarna innebär ett fokus på engagemang snarare än kunskap, tillåta diskussioner om klimatet att vara informella och sammanlänkade med andra ämnen samt att ansvariga för kommunikation om klimatförändringar bör ifrågasätta vilket ansvar individen bär och hur

kommunikationen därmed kan fokusera på medborgarskapliga åtgärder snarare än åtgärder som konsument.

Att det inte går att förvänta sig att en kommunikationslösning ska passa alla problem menar även Ballantyne (2016). I sin litteraturstudie argumenterar Ballantyne för att klimatkommunikation som forskningsområde måste anta ett nytt perspektiv, där kommunikation inte reduceras till ett informationsflöde med stor eller liten effekt. Hon presenterar att kommunikation inom klimatfrågan fortfarande ofta fokuserar på ett budskap, från sändare till mottagare. Istället förespråkar hon ett *konstitutivt perspektiv*, där interaktion, diskussioner och synen på mottagare som medskapare av information synliggörs. Även kulturella och sociala kontexter anses spela in i hur budskapet får mening (ibid.). Perspektivet möjliggör ett synsätt på klimatrådgivningen som går ifrån effektivitet och istället lyfter om den bidrar till ett meningsskapande, en större förståelse för hur deltagarna tänker kring klimatet, kanske kan den utveckla energi- och klimatrådgivarna själva?

Tillsammans bidrar dessa teorier och begrepp till ett analysramverk som hjälper till att ge övergripande förståelse för hur komplexa beteendeförändringar är. De synliggör att kommunikation kring klimatfrågan måste ske på nya sätt, där envägskommunikationen inte räcker till och ett fokusskifte till normer, strukturer, motivation och värderingar är nödvändigt. Mottagaren måste få bli medskapare i samtalet om klimatet och informationen bör bli mer personligt anpassad. Klimatfrågan måste även sluta vara något bara experter sysslar med och bli något som känns inombords. I förhållande till de här tankegångarna bör klimatrådgivningen undersökas i form av om den bidrar till nya synsätt, reflektion, och interaktion. Den bör utvärderas i form av om den känns vardaglig och lätt att ta till sig. Den bör dock inte bara reflekteras över som ett mer eller mindre effektivt styrmedel, utan även om den har andra fördelar som att förstå medborgares tankegångar till klimatet.

Metod

Metoden är uppdelad i fem delar som presenteras i den ordning de har genomförts. Dessa är en redogörelse för intervjuerna med energi- och klimatrådgivare som utfört andra klimatfokuserade projekt, en beskrivning av pilotprojektet, en presentation av efterföljande intervjuer, en genomgång av hur det insamlade materialet har analyserats, samt en metoddiskussion.

Intervjuer med energi- och klimatrådgivare

Inför intervjuerna med energi- och klimatrådgivare behövdes en uppfattning om vad som görs idag och av vilka. Därför genomfördes en enklare bevakning av hemsidor där energi- och klimatrådgivningen presenteras i Sveriges 50 största kommuner i folkmängd (SCB, 2019). Även hemsidor hos de 15 regionala energikontor som samordnar energi- och klimatrådgivningen har undersökts för att få en uppfattning om nuläget och eventuella intervjupersoner.

För att få insikt i några av de få identifierade klimatfokuserade projekten genomfördes tre intervjuer med ansvariga energi- och klimatrådgivare. Projekten har inte uttalat varit klimatfokuserade av de som utfört dem, utan har identifierats som det i den här studien. De valdes ut delvis med hjälp av sökningen på kommuners hemsidor och delvis via tips från Helsingborgs stad eftersom de har kontakt med andra energi- och klimatrådgivare i landet. Den första intervjun skedde med en energi- och klimatrådgivare som ansvarar för Orsa, Mora och Älvdalen som genomfört en studiecirkel med klimatfokus riktat till hushåll. Vidare intervjuades en energi- och klimatrådgivaren i Ovanåker som agerar redaktör för en gemensam hemsida regionen Gävleborg tagit fram tillägnad energi och klimat¹ med klimatrelaterade blogginlägg. Till sist blev två av energi- och klimatrådgivarna i Helsingborgs stad tillsammans intervjuade eftersom de har en tågrådgivning, där de ger råd om att resa längre med tåg, framförallt ut i Europa.

Av de tre intervjuerna genomfördes två över telefon och en ansikte mot ansikte. Intervjuerna tog mellan 15-20 minuter och var av ostrukturerad karaktär vilket lämpar sig när intervjun kretsar kring ett ämne snarare än specifika frågor och har ett

¹ <https://energiochklimat.se/>

explorativt syfte (Justesen & Mik-Meyer, 2011:46). Det fanns stor möjlighet för energi- och klimatrådgivarna att öppet dela med sig av deras erfarenheter. En intervjuguide togs fram, se bilaga 1.1 men följdes bara i viss mån. Under intervjuerna togs noggranna anteckningar och de uttalanden som har använts i studien har godkänts av deltagarna i efterhand. Dessa intervjuer har utöver sitt huvudsakliga syfte att ge en förståelse för om tidigare klimatfokuserade projekt, varit av extra vikt för att besvara hur klimatrådgivningen passar in i existerande verksamhet.

Pilotprojektet

Metodvalet att genomföra ett pilotprojekt kom från den enkla anledningen att energi- och klimatrådgivningen idag är energifokuserad i många kommuner och antalet klimatfokuserade projekt är få. Hur ett klimatfokus skulle kunna se ut har inte undersökts tidigare ur vetenskapssynpunkt. Ett dokumenterat pilotprojekt har fördelen att det kan relateras till relevanta teorier och tidigare forskning och under en utvärdering analyseras. På det viset kan det ge lärdomar för framtida klimatfokuserade projekt inom energi- och klimatrådgivning.

Urval

Pilotprojektet har genomförts med fyra deltagare. Att hitta deltagare till projektet visade sig inte helt enkelt och deltagarna påträffades därav på olika sätt. Målet var att nå ut till medborgare i Helsingborgs stad men två av deltagarna bor inte inom kommunen. Först genomfördes en slumpmässig intresseanmälan en eftermiddag på stan i Helsingborg den 9 mars 2020, intresseanmälan genererade dock bara en deltagare. Vidare har en deltagare blivit involverad för att hen varit i kontakt med energi- och klimatrådgivarna i Helsingborg och haft vad som kan liknas en klimatrådgivning med rådgivaren, det innebar att hen inte var medveten om efterföljande intervju innan samtalet till skillnad från de andra deltagarna. De andra två deltagarna har påträffats genom personliga kontaktnät med inriktning Helsingborg.

Vikt har lagts vid att få spridning bland deltagarna när det kommer till ålder, kön och livssituation, men eftersom det endast rör sig om fyra deltagare är ett brett spektrum svårt att uppnå. En av deltagarna var student, två arbetandes medelålders och en nära pensionsålder. Två var kvinnor och två män, alla hade vidare utbildning, vilket kan komma att påverka hur de uppfattar rådgivningen. Men det är inte heller studiens syfte att kunna dra generella slutsatser utan snarare fånga in några individers individuella upplevelse. Kontinuerligt har funderingar över om endast individer som redan är intresserade av klimatfrågor valt att ställa upp i projektet tänkts över, men eftersom klimatrådgivningen är en tjänst som i framtiden potentiellt skulle innebära

att individer själva måste vara intresserade av den anses inte detta problematiskt. I linje med studiens syfte att undersöka hur gapet mellan kunskap och handling kan minskas är det berättigat att redan intresserade personer agerar deltagare.

Genomförande

En av energi- och klimatrådgivarna i Helsingborgs stad agerade rådgivare i pilotprojektet. På grund av praktiska begränsningar så har rådgivningen inte utformats helt i linje med teorin eftersom större resurser behövs för att genomföra exempelvis en rådgivning hemma hos individer. Klimatrådgivningen genomfördes därför på telefon eftersom detta forum är tidsmässigt och därmed ekonomiskt genomförbart för befintliga energi- och klimatrådgivare. Energi- och klimatrådgivningen till privatpersoner och tidigare tågrådgivning sker i Helsingborg stad idag över telefon och e-post och även därför var telefon en realistisk utgångspunkt för pilotprojektet. En tid för rådgivningen bestämdes i förväg och rådgivningen tog mellan 20 minuter och 40 minuter.

De viktiga komponenter som sammanställts i det teoretiska ramverket och tidigare forskning om energi- och klimatrådgivning diskuterades med energi- och klimatrådgivaren som genomförde rådgivningen. Den diskussionen berörde att rådgivningen bör vara personligt anpassad, en dialog som leder till reflektion, kännas vardaglig samt att rådgivaren inte bör säga åt deltagarna hur de borde bete sig. Det var framförallt formen för rådgivningen som diskuterades, direkta klimatfakta och information om livsstil, transport eller liknande anses energi- och klimatrådgivaren vara expert på. Att klimatrådgivningen är ett pilotprojekt försvårade förberedelserna inför den, de frågor som dyker upp från deltagarna är svåra att förutsäga. Ett enkelt ramverk togs fram för att eventuellt kunna leda samtalet, se bilaga 2. Syftet med studien är att undersöka hur en klimatrådgivning i form av ett lättsamt och personligt samtal om klimatet uppfattas och därför tilläts rådgivningen ske på ett öppet sätt. På det sättet skiljer sig klimatrådgivningen i pilotprojektet från den klassiska energirådgivningen då samtalet ofta kretsar kring en specifik fråga.

Utvärderande intervjuer med deltagarna

En utvärdering av klimatrådgivningen har genomförts med hjälp av intervjuer med deltagarna i pilotprojektet. Intervjuerna är av semistrukturerad karaktär, eftersom de delvis syftade till ta reda på funderingar hos deltagarna som inte går att på förhand ana men också för att intervjun ska besvara några på förhand bestämda frågor (Justesen & Mik-Meyer, 2011:47). Det är passande eftersom klimatrådgivningen är ett pilotprojekt, och reaktionerna efter klimatrådgivningen kan vara mycket olika, men samtidigt ska

intervjuerna leda till en utvärdering. Med hjälp av en intervjuguide, se bilaga 1.2, ställdes frågor. Intervjuguiden testades på en testperson men eftersom den intervjun gick bra och intervjupersonen hade genomgått klimatrådgivningen ansågs intervjun kunna ingå som en fullvärdig deltagare i projektet. Intervjuguiden är uppdelad i teman med underfrågor och alla frågor ställdes inte på alla intervjuer om det övergripande temat täcktes när intervjupersonen tilläts prata vidare. Följdfrågor utanför intervjufrågorna tilläts även ställas.

Intervjuerna genomfördes alla förutom en över videolänk, den sista över telefon och tog mellan 15-25 minuter. De skedde mellan några dagar uppemot två veckor efter rådgivningen på grund av helger och när deltagarna hade tid. Intervjuerna spelades in och efteråt transkriberades alla intervjuer och extra talande citat valdes ut till analysen. Deltagarna i pilotprojektet behandlas i analysen som deltagare 1, 2, 3 och 4, men inte i tidsenlig ordning.

Så analyserades materialet

Tillsammans har intervjuerna med energi- och klimatrådgivare och deltagarna i pilotprojektet kompletterat varandra väl eftersom de första belyser hur klimatfokuserade projekt beskrivs av de som utfört dem, medan de andra fokuserar på deltagarnas uppfattning av att delta i ett sådant projekt. Tillsammans bildar de ett empiriskt material som presenterats och reflekteras över i analysen med hjälp av den forskning och teorier som nämns i det teoretiska ramverket.

Efter renskrivning av anteckningar respektive transkribering arbetades materialet igenom i form av en systematiserad tematisk läsning. Den bestod av genomläsning, färgkodning och att teman i svaren identifierades med hjälp av det teoretiska ramverket i åtanke, i linje med Justesen och Mik-Meyer (2011). Ett rikt antal citat har valts ut för att visa på transparens i analysen, dessa citat kom att bli fler och färre under analysens gång beroende på vilken riktning analysen tog. Kontinuerligt under analysprocessen har en återkoppling till teorin och transkriberingarna gjorts.

I reflektionen över deltagarnas svar var det av vikt att komma ihåg att intervjun påverkas av relationen mellan intervjudeltagare och intervjuare. Att jag som intervjuare är en del av projektet kan exempelvis påverka om intervjudeltagaren känner sig bekväm med att uttrycka negativa åsikter. Justesen och Mik-Meyer (2011:49) påpekar att analysen måste förhålla sig till detta och att vad som faktiskt sågs under intervjun inte ska analyseras ensamt.

Svaren från intervjuer med energi- och klimatrådgivare gav förståelse för existerande klimatfokuserade projekt inom energi- och klimatrådgivning. Det materialet har inte analyserats i lika stor utsträckning utan snarare fungerat som fakta och exempel på hur det går att arbeta med klimatfrågan och relaterats till forskning.

Till sist har rådgivaren som utförde klimatrådgivningen fått uttrycka sina reflektioner över email, vilka har kommit med i analysens senare del i form utav skriftliga kommentarer.

Metoddiskussion

Eftersom studien är av kvalitativ karaktär och endast ett fåtal intervjuer genomförts bör inga generaliseringar dras utifrån resultaten i analysen. Jämförelsen med teori och tidigare forskning kan emellertid innebära en *analytisk generaliserbarhet* i den mån resultatet överensstämmer med dem (Justesen & Mik-Meyer, 2011). Det innebär att resultaten kan agera exempel på hur klimatrådgivningen uppfattas och därmed vägleda liknande fall. En detaljerad och tät beskrivning av situationen som resultaten uppstått i kan förhoppningsvis leda till att eventuella läsare kan bedöma överförbarheten, i linje med Bryman (2011).

Det är i analysen även viktigt att förstå att deltagarna i klimatrådgivningen till skillnad från traditionell energi- och klimatrådgivning inte själva har sökt sig till rådgivningen vilket kan komma att påverka deras upplevelse av rådgivningen. Vårt att lägga till är dock att energi- och klimatrådgivare idag även arbetar uppsökande (SCB 2015). Att tre av deltagarna är väl medvetna om att de är testpersoner när rådgivningen sker kan också ha färgat deras uppfattning av klimatrådgivningen. Att det är en viss typ av personer som tar sig tid att vara med i ett pilotprojekt är även det en faktor som är värd att väga in i validiteten, likaså att urvalet fångat in klimatmedvetna individer. Deltagarnas utbildningsnivå kan även ha påverkat deras upplevda kunskap om klimatfrågan. Det går att föreställa sig att en faktisk tjänst hade inneburit andra resultat.

Ytterligare en metodologisk reflektion är att pilotprojektet till skillnad från de andra klimatfokuserade projekten utvärderas utifrån deltagarnas uppfattning. Studien har inte haft möjlighet att täcka mottagare av de andra projektens åsikter, men det går att föreställa sig att de har en annan uppfattning än energi- och klimatrådgivarna som utför dem. Att både deltagare och utförare får säga sitt om klimatfokuserade projekt har emellertid ansetts vara en fördel i den här studien.

Den här studien kan komma att fungera som ett underlag för hur Helsingborgs stad, och eventuellt Energimyndigheten i stort, kan utveckla klimatarbetet i energi- och klimatrådgivningen och det innebär att den måste vara djupt förankrad i relevant forskning. Vetenskapen har en roll som innebär att upptäcka nya perspektiv och tillvägagångssätt men bör i den här situationen fungera som en inspiration och ingen absolut sanning.

Etisk reflektion

I den här studien är det framförallt viktigt att ta hänsyn till samtycke hos de som deltar i pilotprojektet och efterföljande intervjuer. Det var av vikt att tydliggöra att det är frivilligt att delta, att de är anonyma gentemot en eventuell läsare och att endast författaren kommer arbeta med materialet, i linje med Bryman (2011). Vidare att se till att de kände sig bekväma under intervjuerna, och med att deras svar skulle komma att analyseras. Detta kommunicerades i början av varje intervju och vikt lades vid att projektet är just ett pilotprojekt, att just deras uppfattning var det väsentliga och att det inte fanns något rätt eller fel svar. Fullständig anonymitet gentemot rådgivaren som utfört energi- och klimatrådgivningen är omöjligt eftersom hon kan komma ihåg vad respektive samtal handlade om, det kommunicerades därför tydligt till deltagarna att rådgivaren skulle ta del av studiens slutgiltiga resultat. Vidare är det betydelsefullt att förhålla sig objektivt till deras uppfattning och vidarebefordra deras åsikter på ett så transparent sätt som möjligt.

Likaså är det en etisk prövning att ta hänsyn till rådgivaren i projektet. Deltagna ska lämna sin åsikt om projektet som rådgivaren är en stor del av, hur det var att prata med just den personen uppmanas reflekteras över. Att rådgivaren känner sig bekväm har säkerhetsställts i form av en kontinuerlig diskussion under arbetets gång samt genom en uttryckt medvetenhet och nyfikenhet från dennes håll på att utvärdera den här sortens tjänst. Rådgivaren har uppgett samtycke om att hon inte är anonym i studien.

Vidare är det viktigt att ta hänsyn till de som arbetar med energi- och klimatrådgivning idag och har ställt upp på att delta i studien. I intervjuer med dem och i beskrivningen av energi- och klimatrådgivningen som utförs idag är det av största relevans att visa respekt och beskriva situationen konkret och objektivt i största möjliga mån. Detta säkerhetsställdes genom att rådgivarna fick läsa respektive stycke i sin helhet där deras uttalanden framgår och jämförs med teorin.

Analys

Studiens resultat presenteras i form av en analys där det empiriska materialet bestående av intervjuer med deltagare och energi- och klimatrådgivare analyseras med hjälp av det teoretiska ramverket. Som tidigare nämnt har teorin hjälpt till att titta på materialet utifrån forskningsöversiktens uppfattningar om energi- och klimatrådgivning över telefon, den privata sfären och vikten vid den sociala kontakten. Vidare har tanken att kommunikation kring klimatfrågan bör ta nya vägar där mottagaren är medskapare av informationen och samtalet om klimatet tar sig in i vardagen, där det med större chans kan påverka värderingar, format analysen. Tillsammans med idéer om skraddarsydd information, att samtal om klimatet bör leda till reflektion, nya lärdomar och engagemang, samt vara lätt att ta till sig har materialet granskats. Samtidigt har grundtanken att klimatrådgivningen inte bara ska undersökas utifrån sin effekt, utan att det kan finnas ett värde i andra egenskaper hos rådgivningen följt med i analysprocessen. Analysen är uppdelad i tre delar som speglar frågeställningarna; en del som presenterar pilotprojektet, en del som redogör för andra klimatfokuserade projekt utförda av energi- och klimatrådgivare och en del som slår ihop de två genom att diskutera klimatrådgivningens generella roll.

Pilotprojektet: Så upplevs klimatrådgivningen

Här presenteras deltagarna i pilotprojektets uppfattning av klimatrådgivningen. Formen av klimatrådgivningen som ett klimatsamtal över telefon reflekteras över och lärdomar, reflektioner, om klimatrådgivningen som förmedlare av forskning undersöks. Till sist prövas idén om att den personliga kontakten spelar in. Den här delen av analysen är strukturerad på liknande sätt som intervjuerna med deltagarna.

Deltagarnas uppfattning av klimatrådgivningen

Pilotprojektets öppna karaktär har lett till olika sorters samtal med de olika deltagarna, i intervjuerna har det framgått att samtalen i vissa fall snarare varit ett samtal om klimatet och vad som behöver göras i stora drag, medan de i andra fall har behandlat mer personliga vanor och beteenden. I intervjuerna framgår det att även hur deltagarna uppfattat beskrivningen av pilotprojektet skiljer sig åt, vilket i sin tur kan ha format deras olika upplevelser.

Alla deltagare uttrycker att de tyckt att klimatrådgivningen varit ett trevligt samtal och alla samtalen har lyckats kretsa kring klimatfrågan, det framgår tydligt när deltagarna uppmanas sammanfatta vad de pratat om med rådgivaren. Ämnen som har tagits upp är bland annat matvanor, resvanor, sopsortering, vilken roll individen och politiken har i frågan och vad som påverkar en själv och andra att förändras. I viss mån blev klimatrådgivningen inte en rådgivning utan verkligen ett samtal om hur samhället ska tackla klimatfrågan:

”Man måste ju minska kostnaderna och göra det enklare för människor att ta det hållbara valet. Och det gäller allt, från att frukt ska vara billigare än kött och att kött får de lägga på en skatt på så att man styr oss lite granna. Och så prata vi om att det är såklart att man påverkas väldigt mycket av hur andra gör” – Deltagare 1

Med det kunde även vara ett samtal där funderingar om de egna valen i vardagen väcktes till liv:

”Sen snacka vi lite mer i allmänhet om klimatsmarta alternativ, med att ja, inte resa eller att om man ska resa att man tänker igenom vad man ska resa med som tåg eller i vissa fall kan det till och med vara bättre med bil beroende på vart man ska resa och hur många man är och så.” – Deltagare 3

Samtalen har lyckats täcka både små och stora ämnen:

”Det var väl allt ifrån det här lilla, individuella, vad man kan göra som individ och vilka funderingar man har kring det liksom, i, när man ser det ifrån att kanske sortera minsta lilla ja värmeljusmetall där det också är någon liten plopp som ska bort och varför och hur, ja du vet, det här komplicerade lilla till stora globala frågor” – Deltagare 2

Klimatrådgivningen syftade till att vara ett öppet samtal om klimatet, att samtalet både lyckas prata om individen men även individens respektive politikens roll i klimatfrågan kan anses positivt. Det eftersom kommunikation kring klimatet ofta fokuserar på individen som en konsument som i vardagens val ska förändra sitt beteende medan en reflektion kring vad som faktiskt är individens ansvar saknas. Att prata om individens ansvar och hur individer kan påverka klimatfrågan som medborgare anses önskvärt eftersom det skapar legitimitet hos den som menar att utbilda (Wibeck, 2014).

Vidare visar den breda diskussionen på att deltagarna tar in många olika ämnen och tankar i klimatfrågan. Den är inte bara en oro eller ett val i vardagen; klimatfrågan är politisk, komplex och snävt sammankopplad med kulturella och sociala fenomen. Att klimatrådgivningen var så pass öppen ledde emellertid till en viss förvirring kring

meningen med samtalet. En deltagare uttryckte att de tyckte samtalet var trevligt, men inte förstod nyttan av det:

”Jo, men det var ett trevligt samtal, ehm, jag var kanske inte helt på det klara med vad syftet var egentligen. Så, jag hade ju egentligen inga förväntningar. Så det var mest ett trevligt samtal om klimat och vad man kan göra och sådär” –
Deltagare 1

Idén med samtalen var att de skulle få kretsa kring det som deltagaren väljer att ta upp eftersom det finns ett behov att få gemene man att tänka på, reflektera över och prata om klimatet (Corner & Clarke, 2017). Ett problem med det öppna formatet var dock att det ledde till att samtalets syfte var svårt att förmedla till deltagarna. Det kan ses som en konsekvens av att informationen inför samtalet hade kunnat vara tydligare, men eftersom idén var att prata om klimatet med en expert som möter deltagarens behov under samtalets gång, går det även att förstå den kritiken som att ett öppet samtal utifrån deltagarens synvinkel är svårt att se poängen med.

Inför klimatrådgivningen hade deltagarna blivit uppmanade att tänka på om de hade någon fråga, men informerade att det inte var något krav. Flera deltagare lyfte att de inte själva hade tänkt ut någon fråga eller saknade funderingar angående klimatfrågan innan rådgivningen och att det fick konsekvenser:

”Jag tycker det fungerade väldigt bra. Det som skulle kunna vara ett problem var att jag inte hade tänkt på att tänka igenom vad man hade velat bli, eller få rådgivning för [...] men det var liksom att då komma igång, då blev ”hmm, vad har jag tänkt på” och så kom man på någon tanke och så blev det lite hoppigt då man kom på nya under tiden.” – Deltagare 3

Deltagare 3 antyder att rådgivningen hade blivit mer effektiv om hen hade haft funderingar med sig in i samtalet eftersom den nu kom att kretsa om det första ämnet som hen kom på under samtalets gång. En annan deltagare poängterar att det i vardagens bestyr är svårt att sätta sig in i och ge de här frågorna tid. I en tanke om hur klimatrådgivningen skulle fungera ifall det var ett fullskaligt projekt resoneras det såhär:

”För kommer man hem då och får ett telefonsamtal och så ska man samla tankarna och så kanske man är mitt i potatismoset eller vad ska jag säga och då i så fall kan säga ”har jag möjlighet att mejla dig och skicka några frågor så kan jag återkomma till dig när du har läst igenom dom?”” – Deltagare 4

Det var deltagaren som hade klimatsamtalet av en slump med rådgivaren och därefter blev en del av pilotprojektet som uttryckte sig såhär. För hen var klimatrådgivningen inte inplanerad på samma vis som för de andra deltagarna, och en känsla av att

klimatsamtalet kräver eftertanke kan utläsas. De andra deltagarna uppger, trots att klimatrådgivningen var inplanerad för dem och de uppmanades att ge klimatet en tanke, att de inte hade några direkta funderingar innan. Det går därför att föreställa sig att en modell där klimatrådgivningen sker i form av ett spontant samtal inte hade varit lyckad, eftersom rådgivningen knappt får plats i de här deltagarnas, som tackat ja till att medverka, vardag. Det går också att fundera på varför klimatrådgivningen inte får mer utrymme, fundering eller tid när de vet om att samtalet kommer att ske. Flera av deltagarna uppger på olika sätt i intervjuerna att de anser sig ha god kunskap om klimatfrågan, vilket överensstämmer med svenskars uppfattning om sig själva överlag (Naturvårdsverket, 2018). Kan det vara så att de deltagarna i viss mån bestämt sig redan innan samtalet ägt rum för att de inte behövde en klimatrådgivning? Om det är fallet innebär det att en klimatrådgivning i det här formatet skulle ha svårt att få genomslag och användas.

Att deltagare inte hunnit eller glömt bort att fundera på frågor inför samtalet kan även vara en konsekvens av ett hektiskt vardagsliv, lite tid över är ett faktum för många och innebär en barriär för en tjänst som klimatrådgivningen. Flera studier poängterar dock att det är i vardagen som samtalet om klimatet måste få plats (Gifford, 2011; Kollmuss & Agyeman, 2002). Om klimatrådgivning kan lyckas vara ett sådant samtal beror på flera faktorer, men samtalet är ett inslag som inte är en del av deltagarnas normala vardag. Det kan innebära ett flyktigt samtal som inte påverkar dem vidare.

Flera deltagare uppger att rådgivaren gett dem bekräftelse i att de har koll på vad som påverkar och att de redan verkar reflektera över viktiga avtryck i sitt liv. Exempelvis uppger deltagare 1 det här:

” Vi pratade om att jag pendlar med tåg, det tyckte hon var bra (småskratt).” –
Deltagare 1

En klimatrådgivning måste uppfattas som trevlig och rådgivaren bör inte säga till individer hur de ska leva sina liv, tidigare forskning har dock indikerat att den gränsen går längre bort än vad energi- och klimatrådgivare upplever den (Palm, 2010). Rådgivningen bör leda till konkreta råd eller nya lärdomar om klimatfrågan i stort för att vara meningsfull. Samtalen har tillåtits kretsas kring klimatfrågan i stort vilket kan uppfattas som en indikation på att det egna livet inte behöver diskuteras. Att låta klimatrådgivningen ske på en lagom utmanande nivå är ingen enkel uppgift för rådgivaren men en förutsättning för att tjänsten ska leva upp till sin fulla potential. Om en individ kan mycket om klimatet skulle rådgivaren kunna utmana denne och låta diskussionen kretsas kring mer komplexa problem eller val. Det öppna forumet och bekräftelsen från rådgivaren att deltagarna kunde en hel del om klimatet riskerar att leda till att samtalets syfte förminsкас.

Hur var det att prata över telefon?

I tidigare forskning som undersökt energi- och klimatrådgivning har det framgått att det personliga mötet är önskvärt både av rådgivare och deltagare, däremot så har rådgivning över telefon ansetts som det främsta alternativet utifall ett personligt möte inte är möjligt (Kjeang & Eriksson, 2019). Den traditionella energi- och klimatrådgivningen fokuserar dock på frågor som ofta berör hemmet där det kan vara praktiskt att se platser eller lösningar för energisystem framför sig, klimatrådgivningen däremot syftar till att prata om frågor som inte har samma behov eftersom de handlar om livsstil, konsumtion och klimatförändringar. En av deltagarna uttrycker sig såhär gällande hur det var att prata på telefon:

”Jo, men det flöt på ganska lätt. Det beror nog på hur man är som person. Jag har ju inte svårt att prata med personer som jag inte känner, jag kan ju prata med vem som helst.” – Deltagare 1

Hen uppger att prata över telefon gick bra, en annan deltagare föredrar telefonen även i jämförelse med videolänk:

”Nej men det är som att, det är lite jobbigt att bli fotograferad liksom [...] det kan vara lite jobbigt att man är på bild hela tiden för att man är så ovan med det. Det blir en annan anonymitet av att prata i telefon” – Deltagare 2

Anonymiteten i samtalet lyfter även deltagare 3:

”...jag tycker också att det blir bra, det blir inte heller, man behöver inte känna in lika mycket i om den andra värderar nåt i det man säger utan du har bara rösten att gå på. Vilket också kanske hade varit jobbigt om man sitter framför någon och den hade ”det är ju såhär...”” – Deltagare 3

Hen antyder att telefonen skapar en distans som kan vara positiv. Ett möte där två parter ses på riktigt anses ofta mer personligt och att det i de mötena är lättare att göra ett avtryck. Men kan det i samtalet om klimatet finnas en poäng i att inte komma för nära? Telefonen kan tänkas tillåta frågor som deltagaren kanske skäms för att fråga angående hur klimatförändringen går till eller vad som egentligen påverkar mest. Telefonen som medium kan bidra till att denne vågar vara ärlig i beskrivningar om vardagen, konsumtion och vanor. Rådgivaren har en expertroll som påverkar samtalet och i ett personligt möte kan leda till att individer tenderar att förfina sina vanliga beslut i vardagen. Expertrollen kan uppfattas påverka samtalet mindre över telefon. Det går att föreställa sig att den privata sfären som energi- och klimatrådgivare i tidigare forskning uppgett sig vara rädda att inskränka på (Palm, 2010) skyddas över telefonen och därmed kan ett konkret och uppriktigt samtal genomföras.

Lärdomar & reflektioner utifrån klimatrådgivningen

En teoretisk utgångspunkt i pilotprojektet har varit att samtalen ska utvärderas i förhållande till om de ledde till nya lärdomar och reflektioner. När deltagarna uppmanades berätta om de lärde sig något under samtalet var svaren olika, en deltagare säger såhär:

”Jag tycker nog att det var jag som drev samtalet lite så nej jag tycker nog inte att jag lärde mig så mycket nytt” – Deltagare 1

Här är uppfattningen hos deltagaren att eftersom hen fick bestämma vad samtalet skulle kretsa kring för ämne så blev det få nya lärdomar. Det går att kritisera det öppna samtalet för att det inte lyckas komma in på nya ämnen utan snarare bekräftar det deltagaren redan själv har funderat över. De själva har fått sätta upp en gräns över vilka privata val som ska granskas. Det är positivt att deltagarna upplevt att de själva fått styra samtalet eftersom idén med samtalet var att rådgivaren och deltagaren skulle interagera. Men negativt om rådgivningen bara delvis leder till nya lärdomar, kanske för att deltagarna får styra samtalet inom de gränser de känner sig bekväma. De går att ana att få deltagare vill erkänna sina värsta klimatsynder eller ta upp något de känner sig obekväma med, trots telefonens anonymitet.

En annan deltagare uppger att prata om saker alltid bidrar till vissa nya kunskaper men att hen redan känner sig väl insatt i klimatfrågan på grund av att samtalsämnet kommer upp i hemmet:

”Jomen, man lär sig ju alltid av att prata om de här frågorna men det är inget, vi kom ju fram till att mina döttrar [...] vi har ju pratat mycket om sådana saker.”
– Deltagare 2

Klimatrådgivningens funktion finns delvis redan i människors liv, på jobbet, runt matbordet och i samtal med vänner. Men det går att se på dess funktion med andra ögon än att den ska ge så mycket ny information som möjligt. Ballantyne (2016) menar att kommunikation kan leda till reflektion och engagemang och det är viktigt nog. Deltagarna i klimatrådgivningen har alla i sina samtal reflekterat över klimatfrågor, så här berättar deltagarna:

”Jag har inte riktigt tänkt innan på, tänkt så specifikt på vad grön el är. Det är ju inte bara rakt av grön el utan det är politiskt” – Deltagare 3

”Ja plötsligt började jag ju uppmärksamma, det står ju en del på papperskorgarna, det här med nudging och så vidare. Hur man kan komma åt, hur man kan få folk att verkligen ta till sig det här budskapet i den här, hur ska man säga, världen vi lever i idag” – Deltagare 4

”Det jag reflektera över, det är ju enklare att vara klimatsmart om du har bra ekonomi och kommer från rätt samhällsklass och så.” – Deltagare 2

Även om deltagarna inte bara reflekterar över saker som berör det egna livet så har de efter samtalet fått med sig funderingar kring klimatfrågan de kan applicera på något som dyker upp i deras vardag, i valet av el eller på en promenad på stan. Att det finns en vits med att få människor att själv reflektera över klimatfrågor för att skapa medvetenhet och en förändring nerifrån och upp (Corner & Clarke, 2017).

Klimatrådgivningen som förmedlare av forskning

Klimatrådgivningen har en chans att förmedla forskning på ett sätt som kan anpassas efter den som deltar i klimatrådgivningen. I förordningen om bidrag till kommunal energi- och klimatrådgivning (SFS 2016:385) ska energi- och klimatrådgivningen förmedla regionalt och lokalt anpassad kunskap om klimatpåverkan. Eftersom klimatfrågan inte är lika greppbar som andra direkt synliga problem är det viktigt att information om den blir mer begriplig (Kollmuss & Agyeman, 2002). Deltagare 3 uttryckte sig på det här viset vid frågan om samtalet hade berört forskning:

”Jag tycker att det var en skön aspekt i det att om man hade någon fundering då kunde det komma ett ”ja, den här personen som gör det här har också snackat om det” eller ge någon extra information om det [...] fakta eller information som stärks av, inte bara att jag behöver lita på dig utan andra röster säger också det här. Det var bra.” – Deltagare 3

Deltagare 2 uppger att eftersom hen känner sig påläst i frågan så blev samtalet inte en rådgivning utan en diskussion om klimatet på hens nivå:

”Det blev väl lite, lite förhöjt så [...] jag är ju inte helt oinsatt i frågorna liksom och då blir det ju lite konstigt om man ska, jag kände att jag behöver kanske inte nån rådgivning så” – Deltagare 2

Det öppna formatet, till skillnad från om man föreställer sig strikta riktlinjer om vad samtalet ska fokusera kring, leder till att samtalet kan bli anpassat. Energi- och klimatrådgivningen kan vara ett sätt att förmedla forskning på ett vardagligt sätt avgränsat till vad just den individen vill prata om och själv har funderingar över. På det sättet blir rådgivningen skraddarsydd information, som möter individen på det kunskapsläget där hen är. I tidigare forskning har skraddarsydd information i högre grad visat sig leda till att individer tar till sig information och minskar risken för ett överflöde av information (Abrahamse et al., 2007; Klöckner & Ofstad, 2017). Till skillnad från en informationssökande process där individen själv söker information

kan den i en klimatrådgivning berätta om sina uppfattningar och rådgivaren kan sedan utifrån det bedöma vad samtalet kan fortsätta kretsa kring.

En förutsättning för en lyckad klimatrådgivning som lyckas förmedla skraddarsydd information är att personen som arbetar som rådgivare har stor kunskap inom miljö- och klimatområdet. En av deltagarna uttrycker att hen tycker rådgivaren i Helsingborg är kunnig. Ingen uttrycker att rådgivaren saknat kunskap men två deltagare uttrycker att de ser det som en utmaning för en eventuell klimatrådgivning, att personen behöver ha en så bred kompetens:

”Det gäller att de som jobbar med det här är ordentligt, vad ska jag säga, förberedda. På olika sorters frågor...” – Deltagare 4

”Jag kan tänka mig att om man har en specifik fundering [...] då är det väl jättebra att det finns någon att ringa och snacka med. Men den personen måste ju ha ganska bred kompetens inom området för det kan ju bli vad som helst.” - Deltagare 1

Det finns en risk att om rådgivningen inte lyckas vara skraddarsydd efter deltagarens behov så kan den information den vill förmedla ignoreras, eller i värsta fall skapa irritation eller förvirring (Klößner & Ofstad, 2017). Klimatrådgivningen är menad att vara ett nytt sätt att angripa problemet på, men det finns fallgropar även i nyanserade kommunikationsstrategier. Deltagare 3 uttrycker i tidigare nämnt citat att rådgivaren gav bra respons på hans funderingar, med forskning och förslag på människor som arbetat med en specifik fråga, den informationen kan tolkas som på rätt nivå och lyckad skraddarsydd information. Andra deltagare uppger dock att de inte känner sig i behov av att få råd och att de inte lärt sig något nytt. Om informationen uppfattas som överflödigt för deltagaren kan det innebära en irritation vilket inte är ett gott tecken.

Lika enkelt som med en vän?

Tidigare forskning inom energi- och klimatrådgivning har synliggjort att den personliga kontakten och sociala kompetensen hos rådgivaren är viktig för att nå ut till människor (Kjeang, 2018). I intervjuerna så framgick det att flera deltagare upplevde energi- och klimatrådgivaren som trevlig att prata med:

”Ja, hon är ju väldigt behaglig och trevlig att prata med. Absolut. Så att, det är väl också viktigt. Hur man framför det hela och så vidare.” – Deltagare 4

”Hon gav ju exempel från sitt eget liv och så, så hon var ju ganska öppen upplevde jag. Så när jag berättade saker så berättade hon saker också. Vilket gör att man känner sig ju inte intervjuad på det viset eller liksom så, utan att man

har ett samtal som med en kompis. Och det gör ju det lite mer avslappnat.” –
Deltagare 1

När energi- och klimatrådgivare agerar förespråkare på det här viset, i en dialog där de även pratar om sitt eget liv, kan det som de själva uppger spela in i hur trovärdiga de upplevs. Förespråkare för klimatet har störst inflytande om de själva gör hållbara val i vardagen men de får inte upplevas som att de lever en extrem livsstil (Sparkman & Attari, 2020). En eventuell klimatrådgivare kan därför tjäna på att vara en person som lever klimatsmart men inte sticker ut från mängden.

Deltagarna uppfattar samtalet som vardagligt och enkelt vilket det finns en poäng med, som tidigare nämnt måste samtal om klimatet trängas in i vardagen för att få fäste. När rådgivaren jämförs med en kunnig vän finns det större möjlighet för ett möte mellan rådgivaren och deltagaren som kan leda till att klimatfrågan kopplas till sociala värden och individens liv. Det kan i sin tur även leda till förändringar i medvetenhet, värdering och attityd vilket är delar av vad som påverkar en individs beteende. Men att påverka en individs beteende är komplext och reflektionerna behöver rota sig känslomässigt, dessutom är det ofta de närmaste individerna i livet, exempelvis familj, som påverkar värderingar (Kollmuss & Agyeman, 2002). Klimatrådgivningen öppnar upp för interaktion och reflektion, men kontakten deltagaren får med klimatrådgivaren är begränsad.

En del forskning menar även att kunskap om klimatet kan leda till en högre acceptans för nya styrmedel inom frågan (ibid.). Hannibal & Vedlitz (2018) har dock synliggjort att inställningen till styrmedel inte är så pass enkel att påverka, återigen är det främst den egna familjen som har möjlighet att genom diskussioner förändra sådana inställningar. Diskussioner med vänner kan till och med leda till att individer tror sig ha bättre koll på klimatfrågan än vad de faktiskt har. Om en klimatrådgivare i sin expertroll kan ha ett inflytande som påverkar individers preferenser angående styrmedel eller likt diskussioner med vänner leder till en falsk bild av det egna kunskapsläget är svårt att veta. Rådgivaren kan förmedla relevant information, och tillskillnad från vänner som människor tenderar välja utifrån kriterier att de ska vara lika en själv (Hannibal & Vedlitz, 2018), är den en ny och opartisk källa. Men kommunikation kring klimatfrågan kan också gå fel, vilket är viktigt att ha i åtanke.

Om klimatrådgivningen leder till nya reflektioner kan den emellertid istället fungera som en katalysator som i sin tur kan leda till diskussioner med familj. För att undersöka det ställdes frågan till deltagarna om de pratat med någon om klimatrådgivningen efter samtalet, Deltagare 4 berättar att hen diskuterade det här med sitt sociala nätverk:

”Vad var och en kan göra för att så att säga få ner belastningen på miljön.” –
Deltagare 4

Alla deltagare hade nämnt klimatrådgivningen för någon och vissa uppger att de även har pratat om de klimatfrågor som togs upp i samtalet med någon annan. En svarade att hen inte hade pratat klimat som en konsekvens av samtalet. Att deltagare nämner samtalet för sin omgivning är ett tecken på att samtalet i viss mån påverkade dem, dock i olika utsträckning. Att klimatrådgivningen bidrar till samtal med andra kan anses positivt även om det inte är med familjen. Att prata om klimatet med sitt sociala nätverk skulle kunna bidra till det långsamma normskifte som behövs. Forskning har visat att sociala normer tenderar att spela en större roll än en klimatsmart attityd (Nässén et al., 2015).

Andra klimatfokuserade projekt inom energi- och klimatrådgivning

Nedan presenteras de tre intervjuerna med energi- och klimatrådgivare för att få förståelse för de klimatfokuserade projekt de har genomfört.

Dalarna

Studiecirkelarna i Dalarna har genomförts i omgångar under flera år. Deltagarna ses kvällstid och gruppen diskuterar miljö- och klimatfrågor i förhållande till sina egna liv. Ansvarig var Orsa, Mora och Älvdalens energi- och klimatrådgivare. Hen uppger att ämnen som tagits upp varit mat, semester, kemikalier i vardagen och konsumtion. Tanken bakom projektet beskrivs såhär:

”Det läggs mycket fokus på teknik och ekonomi inom energi- och klimatrådgivning och lite på beteende. Vilket är en viktig del! [...] Jag menar inte att utesluta fakta, men beslut fattas ofta på känsla. Hur möter man det, och hjälper till med att de ska komma igång?” – Energi- och klimatrådgivare i Orsa, Mora och Älvdalen.

Ett för stort fokus på teknik och lönsamhet i dagens energi- och klimatrådgivning lyfter även Kjeang (2018). Han menar att sociala orsaker och en vilja hos individer att agera miljövänligt är med i beslutfattandet och därför måste även de få ta plats i rådgivningen. Det har studiecirkelarna lyckats med och projektet beskrivs som framgångsrikt med intresserade och nöjda deltagare, samt bra diskussioner. Projektet går även i linje med forskning som belyser vikten av skraddarsydd information (Abrahamse et al., 2007; Klöckner & Ofstad, 2017). I en studiecirkel kan varje individ synas och ställa sina egna frågor samtidigt som det är ett forum för interaktion och

reflektion, vilket kan skapa engagemang i klimatfrågan (Corner & Clarke, 2017). Intresset för studiecirkelarna benämns såhär:

”Det fanns intresse, de som var med var engagerade. Men det var inte som att det stod folk på kö för att vara med.” – Energi- och klimatrådgivare i Orsa, Mora och Älvdalen.

Engagerade deltagare krävs för bra diskussioner, men studiecirkelarnas räckvidd är svår att bedöma, att främst redan intresserade personer vill vara med i en studiecirkel går att ana. Studiecirkelarnas format kräver arbete kvällar, men ansvarig energi- och klimatrådgivare uppfattar inte det som ett hinder:

”Det tog inte mycket tid heller, materialet finns ju i stort sett och sen har det varit tre timmar någon kväll i månaden, så det går inte att säga att det tar mycket tid.” - Energi- och klimatrådgivare i Orsa, Mora och Älvdalen.

I energi- och klimatrådgivares arbete ingår bitvis arbete på kvällar och helger i och med seminarium och liknande. Intervjuad energi- och klimatrådgivare belyser att det var just sammanhanget som gjorde det här projektet speciellt och det kräver att gruppen ses.

Helsingborg

Helsingborgs stad har sedan våren 2019 en tågrådgivning över telefon, idén till tågrådgivningen kom som en följd från att frågan om flyget diskuterades i media. De har fått mycket positiv respons från både medborgare och staden. Energi- och klimatrådgivarna som leder tågrådgivningen berättar att projektet tog fart genom ett pressmeddelande och att både lokal och nationell media nappade direkt. Genom tidning och TV-inslag fick invånarna kännedom om tågrådgivningen och började höra av sig med sina frågor om hur man reser längre med tåg. Rådgivningen cirkulerar främst runt tips:

”Vi tipsar om tågsemester; en Facebooksida, andra hemsidor och ger bekräftelse om hur det är. Kombinationen med att prata om det och sen skicka ett mail tror vi är bra” – Energi- och klimatrådgivare i Helsingborg

Det framgår i intervjun att de flesta som ringer är medvetna om att det är krångligare att resa med tåg, och att tågrådgivningens funktion delvis kommit att vara att bekräfta att så är fallet och den som planerar att resa med tåg får tips om de viktigaste hemsidorna eller liknande som gör det lättare. Tågrådgivningen har lyckats möta ett behov och ger information som är anpassad till det förändringsstadiet individen

befinner sig i, i linje med den skräddarsydda information som Klöckner & Ofstad (2017) förespråkar.

En fördel utöver klimatnyttan som motiverade arbetet med tågrådgivningen var att den som ett nytt initiativ synliggjorde energi- och klimatrådgivning i sin helhet:

”Vi har ett tydligt uppdrag kring att vi ska bli mer kända, så vi såg tågrådgivningen som en kampanj som sprider att energi- och klimatrådgivning finns. En bieffekt.” – Energi- och klimatrådgivare i Helsingborg

Klimatfrågan oroar många (Naturvårdsverket, 2018) och frågor som resor eller mat kan tänkas ligga närmare om hjärtat än energieffektivisering, och därför kan klimatfokuserade projekt fungera som ett uppsving för energi- och klimatrådgivningen generellt. Insatser för att stoppa den neråtgående trenden som råder där allt färre känner till energi- och klimatrådgivning behövs. Klimatfokuserade projekt är även ett sätt att möta trender i samhället där klimatsmart blir allt viktigare för många invånare (Kjeang et al., 2017).

Gävleborg

Kjeang (2018) menar att energi- och klimatrådgivningen måste börja nyttja internet och sociala medier för att synas och ge råd till medborgare. I Gävleborg har regionens energi- och klimatrådgivare gått ihop och gjort just det i form av en hemsida, energi- och klimatrådgivaren i Ovanåker som agerar redaktör för hemsidan uttrycker sig såhär:

”Det fanns ingen tanke att det skulle vara mer klimat. Men det är ju roligare att läsa om klimatnyheter än om värmepumpar. Inom energi får vi väldigt specifika frågor men klimatet berör ju alla och det är ungefär samma utmaningar vi står inför.” – Energi och klimatrådgivare i Ovanåker.

Hen uppger dock att responsen på hemsidan är låg trots möjligheten att kommentera inläggen likt en blogg. Hemsidan har ungefär 250 läsare per månad. Det går att tänka sig att en hemsida behöver stora resurser för att bli attraktiv. Energirådgivaren nämner Stockholmsregionens² hemsida som mycket fin. Där har 26 kommuner gått ihop och skapat en hemsida vilket möjliggör att större medel och tid kan tillägnas den. Kjeang (2018) synliggör att hemsidor behöver utarbetas så att de dyker upp på sökningar i sökmotorer och liknande för att användas av allmänheten.

Att fortsätta arbeta mer med just klimatfrågan inom befintlig energi- och klimatrådgivning anser intervjuad energi- och klimatrådgivare som något positivt:

² <https://energiradgivningen.se/>

”Folk förstår inte att de kan höra av sig till oss även för att ställa frågor som berör klimatet. Men det är en svår fråga klimatet, folk kan ju bli upprörda, det får inte bli en domedagskänsla.” – Energi- och klimatrådgivare i Ovanåker

Här lyfter energi- och klimatrådgivaren en intressant aspekt i klimatrådgivningen, att samtalet om klimatet kan riskera att kännas både tungt och som en tillsägelse i hur man bör leva sitt liv. Ett sätt att möta dilemmat av att information kring klimatet ofta inkräktar på de egna personliga valen är att lyfta blicken från individens påverkan. Även om energi- och klimatrådgivningen ska rikta sig till hushåll enligt förordningen så finns det legitimitet att vinna på att diskutera individens roll i frågan och prata om vad för andra åtgärder man som individ kan genomföra som medborgare snarare än konsument (Wibeck, 2014). Å andra sidan kan klimatrådgivarens oberoende roll ifrågasättas om den diskuterar allt för politiska frågor som styrmedel eller ansvar i klimatfrågan. Även här blir samtalet en balansgång för att inte låta klimatrådgivningen bli partipolitiskt.

Klimatrådgivningens roll inom befintlig energi- och klimatrådgivning

Här diskuteras behovet av en klimatrådgivning i förhållande till framgångsfaktorer och barriärer, samt hur en klimatrådgivning passar in i befintlig verksamhet.

Behövs en klimatrådgivning?

Idén med pilotprojektet byggde på ett behov av att kommunicera kring klimatet på nya sätt och i längden lyckas möta problemet att klimatfrågan avstannar vid en medvetenhet eller små förändringar i vardagen (Blake, 1999; Csutora, 2012). Utifrån ett teoretiskt plan så finns det ett behov av klimatrådgivningen som den dessutom lyckas möta. Den uppfyller flera av de samhällsvetenskapliga tankesätt som presenteras i den här studien; den har lett till reflektion hos deltagarna, delvis nya lärdomar, den förmedlar forskning och känns avslappnad och vardaglig.

En av pilotprojektets svårigheter visade sig dock vara att några av deltagarna uppgav en förvirring kring själva syftet med rådgivningen, vad är klimatnyttan och vad är poängen med ett trevligt samtal som inte besvarar några direkta frågor? Även om pilotprojektet till viss del lever upp till det som forskningen menar behövs för att engagera flera och väcka reflektioner och diskussioner om klimatfrågan, så går det att ifrågasätta meningen med en tjänst som känns överflödigt av betänkta användare. Flera av deltagarnas upplevelser även att de redan kan det här med klimatet. Vilket även tas upp i en skriftlig kommentar av rådgivaren som utfört klimatrådgivningen:

”Vår teori om att det fanns ett stort behov hos allmänheten att få hjälp att reda ut vilka beteendeförändringar som hade stor klimatnytta, visade sig inte stämma, i alla fall inte hos de deltagare jag pratade med. De hade bra koll på vad de ”borde” göra, så jag försökte istället att uppmuntra dem att fortsätta på detta spår. Vi pratade också mycket om klimatet och samhället, politik osv, vilket absolut var trevligt, men frågan är om det gav deltagarna så mycket.” – Klimatrådgivaren i pilotprojektet

Deltagarnas behov av klimatrådgivningen i pilotprojektet kan ifrågasättas, i jämförelse med tidigare klimatfokuserade projekt så har två utav dem varit mer lyckade, studiecirkelarna i Dalarna och tågrådgivningen i Helsingborg. Tågrådgivningen har lyckats möta ett behov genom sin aktualitet. Att tågrådgivningen lyckades pricka så rätt i tiden och stötta medborgare i något de är intresserade av just nu är en viktig framgångsfaktor. Studiecirkelarna i Dalarna har bestått av träffar med förbestämda ämnen deltagarna fick diskutera tillsammans, både gruppformatet men även diskussionspunkter att påbörja samtalet kring kan ha bidragit till projektets framgång. Intresserade och nöjda deltagare är en indikation på att projektet mötte ett behov. En begränsning med studiecirkelarna är dock att det bara når ut till de som deltar och delvis till deras sociala nätverk.

Gävleborgs arbete med en hemsida kan anses som ett försök till att närvara online där allmänheten hämtar information, tidigare forskning har efterfrågat att det behövs för att energi- och klimatrådgivningen ska fortleva. Men responsen på deras hemsida har varit låg. De olika projekten har olika syften och går inte alltid att jämföra, men de har något gemensamt; intresset för att ta del av dessa tjänster är begränsat. Undersökningar har synliggjort att allt färre känner till energi- och klimatrådgivning (SCB, 2015), men det verkar även finnas ett mönster i hur många som är intresserade av information om klimatet från kommunal sektor. Klimatfrågan har funnits på agendan länge, Wibeck (2014) belyser en risk för mättnad hos allmänheten när det kommer till kommunikation om klimatet. Deltagarna i klimatrådgivningen har beskrivit sig själva som redan kunniga i frågan, kanske gäller detsamma i andra klimatfokuserade projekt.

Det finns dock ett undantag bland de undersökta projekten, och det är tågrådgivningen som Helsingborgs stad har arbetat fram. En av energi- och klimatrådgivarna jämför tågrådgivningen med ett annat projekt de tidigare försökt arbeta med:

”Vi försökte jobba med vego men la ner det projektet. Tåg är svårt, medan vego finns det mycket information om.” – Energi och klimatrådgivare i Helsingborg

Hen syftar på att resa med tåg är komplicerat, men för den som är intresserad av att äta mer vegetarisk mat finns det mycket information att hämta bland annat på nätet och i tidningar. Det går att tänka sig att detsamma gäller klimatförändringar i livet

generellt. För den som vill börja pendla mer klimatsmart finns det kunskap att hämta om olika alternativ och varför de är bättre för klimatet. Även om en klimatrådgivnings syfte inte är att vara en kunskapsbank, utan snarare vara en plattform där individer kan få vrida och vända på sina funderingar, så är det inte nödvändigtvis så att en potentiell deltagare saknar den biten. Det går att sakna information, men det är inte lika självklart att sakna forumet klimatrådgivningen försöker att vara. I pilotprojektet var tanken att samtalet skulle hållas öppet, men flera deltagare reflekterade över att samtalet hade kunnat gynnas av att de haft mer specifika frågor. Klimatrådgivningen verkar generellt gynnas av ett smalare format.

Det går att ana efter några av deltagarna i pilotprojektets tveksamhet till syftet, det mediokra intresset till studiecirkel i Dalarna och få klick på Gävleborgs hemsida, att en eventuell klimatrådgivning likt energi- och klimatrådgivningen i allmänhet skulle möta problem att nå ut till och användas av allmänheten. Att allmänheten inte verkar i behov av en klimatrådgivning kan utöver en mättnad eller stor kunskap förklaras av att det finns andra aktörer som i bättre utsträckning når allmänheten. Att räkna sitt eget klimatavtryck är lätt gjort på flera hemsidor eller appar. Klimatkrisen lyfts av alla möjliga aktörer, influensers som elbolag. Det går att föreställa sig att dessa dessutom lyckas med en sorts klimatrådgivning på ett sätt som möter individen än bättre, och kanske tilltalar individen mer. En eventuell klimatrådgivning kan inspireras av dessa men skulle i så fall behöva stora resurser för att utveckla liknande verktyg.

En klimatrådgivning kan dock möta behov utöver individens, i den mån den inte ger råd, kan den istället ge energi- och klimatrådgivaren en uppfattning om hur individer resonerar kring klimatet. Klimatrådgivningen skulle då uppfylla ett behov av att ta reda på hur människor resonerar i sina val, hur de pratar om klimatet med andra och hur de reproducerar kunskap om klimatfrågan. Den sortens kunskap skulle kunna hjälpa de strukturella förändringar flera forskare efterfrågar (Klintman, 2015; Ockwell et al., 2009). Liket ett medborgarsamtal är det värdefull information för kommuner och myndigheter att få reda på vad individer tycker och hur de tänker för att kunna implementera förändringar. Det gäller dock att rådgivaren får vara med i projekt där den kunskapen kan komma till nytta. Kjeang et al. (2017) efterfrågar att energi- och klimatrådgivningen ska bli bättre integrerad i kommuners övriga arbete vilket det här skulle kunna öppna upp inför.

Integrerat i befintlig verksamhet

Förhoppningen med klimatrådgivningen i pilotprojektet är att komplettera en energi- och klimatrådgivning på de punkterna förordningen benämner att den ska fokusera på klimatet (SFS 2016:385). Responsen från intervjuade energi- och klimatrådgivare är att de vill arbeta mer klimatrelaterat och att det läggs för mycket fokus på de tekniska lösningarna idag vilket innebär en förlorad potential i andelen deltagare som verksamheten hade kunnat nå ut till.

En lyckad klimatrådgivning har dock visat sig vara komplex. Den behöver utarbetas på det viset att den kommunicerar information som känns aktuell, samt lyckas vara ett forum som öppnar upp för både diskussioner och reflektioner. Den efterfrågar även bred kunskap hos ansvarig energi- och klimatrådgivare. Forskning har tytt på att information som förmedlas inte får vara på en för låg eller hög nivå, eftersom det kan leda till ignorans hos mottagaren. Snarare måste mottagaren vara medskapare av information vilket sätter press på rådgivaren att ha hög social kompetens och kunna känna efter vad som efterfrågas i rådgivningen. Gränsen för att dessutom säga åt någon hur den ska bete sig får inte heller överskridas, ingen av deltagarna i pilotprojektet har dock uttryckt någon reaktion som indikerar på att de skulle blivit stötta av samtalet eller tyckt det var för privat. Men det kan å andra sidan innebära att samtalet inte lyckades påverka dem, lära dem något eller utmanar utan istället var överflödig.

Energi- och klimatrådgivare efterfrågar redan idag mer utbildning och större finansiellt stöd för att fler ska kunna arbeta heltid (Mahapatra et al., 2011b). Om det finns utrymme för en klimatrådgivning i den utsträckning som den skulle behöva utarbetas är osäkert. Tidigare forskning har visat att det är eldsjälarna som lyckas genomföra en bra energi- och klimatrådgivning (Kjeang & Eriksson, 2019), en eventuell klimatrådgivning är inget undantag om den ska etableras inom befintlig verksamhet. Den behöver noga arbetas fram för att inte bli ytterligare ett projekt som lyfter klimatfrågan i mängden av information som finns och den behöver förstås utifrån att medborgare i många fall är väl medvetna om klimatfrågan. Den behöver hitta ett tillvägagångssätt att sticka ut på och kännas ny.

Klimatrådgivningen måste inte vara en tjänst för medborgare att ta kontakt med, utan kan även vara ordnad av energi- och klimatrådgivare. Allt fler energi- och klimatrådgivare arbetar uppsökande där de själva ansvarar för den första kontakten med företag, organisationer eller hushåll (SCB, 2015). En framgångsrik klimatrådgivning behöver möjligtvis vara uppsökande för att nyttjas. Om den inte är uppsökande gäller det att de som söker hjälpen har specifika frågor, likt tågrådgivningen.

Studiecirkelarna i Dalarna där en grupp får ta sig an dessa frågor gemensamt har varit lyckad och inte heller för tidskrävande, ett format som passar in i befintlig verksamhet. Studiecirkelarnas nackdel är att informationen i dem bara når ut till några få deltagare som vill lägga tiden på att vara med i cirkelarna. Pilotprojektets klimatrådgivning går i linje med hur energi- och klimatrådgivningen traditionellt sett ut och telefonen visade sig vara ett bra forum för den här typen av samtal där distansen mellan rådgivare och deltagare öppnade upp för en anonymitet som tillät ”dumma” frågor. Rådgivaren som genomförde klimatrådgivningen uppger det här angående förberedelserna inför samtalen:

”Jag har under många år haft ett personligt intresse av att veta vilka delar av min livsstil som ger stor klimatpåverkan. Så jag hade viss kunskap, men jag behövde kolla upp storleksordningen för olika delar av vår klimatpåverkan mer exakt.

Både de individuella utsläppen och de utsläpp vi har svårt att påverka, de som samhället vi lever i står för. Jag hade pedagogiska diagram redo när jag pratade med deltagarna.” – Klimatrådgivaren i pilotprojektet

En klimatrådgivning i pilotprojektets format har inte krävt större förberedelser, men skulle antagligen kräva det om en rådgivare skulle arbeta med klimatrådgivning i större utsträckning där många olika frågor ska besvaras av många olika människor och av olika personer. Alla deltagare i pilotprojektet upplevde rådgivningen på sitt sätt, vilket är en indikation på att projektet i större skala skulle upplevas på lika många sätt som personer den hade kontakt med. Det innebär att rådgivningen skulle behöva arbeta med att kännas tillgänglig för fler, exempelvis måste etiska aspekter som hur man ger råd till olika målgrupper med olika socioekonomiska förutsättningar diskuteras vidare.

Flera av pilotprojektets framgångsfaktorer angående att samtalet var trevligt, tar upp rätt saker och känns som att prata med en vän är vidare rådgivarens personliga egenskaper. Det innebär att rekryteringen av energi- och klimatrådgivare skulle behöva planeras utefter en klimatrådgivning.

I pilotprojektet blev klimatrådgivningen delvis en upprepning av vad deltagare redan vet, även det kan tolkas som en framgångsfaktor, att det är de själva som får genomföra upprepningen eftersom de då blir medskapare av informationen finns det en poäng med (Ballantyne, 2016). Men den poängen är svår att föra vidare till deltagarna. Pilotprojektet lyckades inte leva upp till det engagemang eller den interaktion som forskningen efterfrågar likt studiecirkelarna i Dalarna där det fungerade väl. Men i viss mån reflekterades det även i pilotprojektet, det verkar dock inte räcka till för att några av deltagarna ska känna sig helt tillfredsställda med samtalet. Det går att identifiera att det som forskningen försöker belysa som viktigt, kan uppnås, men trots det kan kommunikationen kring klimatet inte kännas relevant hos individen. För att klimatrådgivningen ska bli ett framgångsrikt inslag i befintlig energi- och klimatrådgivning behövs ett projekt som lyckas med båda delarna.

Slutdiskussion

Klimatrådgivningen i pilotprojektet upplevs som ett trevligt samtal om klimatet, där det fanns utrymme att prata om både stora och små frågor. Deltagarna upplever att samtalet ledde till nya reflektioner och delvis till ny kunskap. Att prata över telefon visade sig vara ett bra tillvägagångssätt och klimatrådgivningen lyckades förmedla forskning och kan fungera som en katalysator för andra klimatsamtal. Vidare upplevde deltagarna att rådgivarens sociala kompetens var viktig och att samtalen var enkla och vardagliga, de jämfördes med att prata med en vän. Klimatrådgivningen upplevdes dock av några deltagare som något de inte var i behov av, för att de redan hade god kunskap om klimatet, diskuterade de här sakerna hemma eller för att de inte hade några specifika frågor. Ytterligare ett hinder för klimatrådgivningen i pilotprojektet visade sig vara att ta sig tid för ett sådant samtal i vardagen. Deltagarna hade alla olika synpunkter och uppfattade samtalet olika, vilket visar på en komplexitet i att lyckas med en klimatrådgivning som konsekvent håller hög nivå.

Andra exempel på klimatfokuserade projekt inom energi- och klimatrådgivning är studiecirklar, en hemsida och en tågrådgivning. Studiecirkarna visade sig lyckade för att de skedde i en grupp som fick diskutera och vrida och vända på förbestämda ämnen, tågrådgivningen är framgångsrik för att den är aktuell och fyller ett kunskapsgap hos allmänheten. De olika projekten har visat sig vara bra på olika sätt, exempelvis var telefonen i pilotprojektet en oväntad framgångsfaktor eftersom den tillät deltagarna att ställa ”dumma” frågor medan studiecirkarna lyckades väcka engagemang. Det finns inte en klimatrådgivning som löser alla problem, utan olika projekt kan komplettera varandra.

Klimatrådgivningens roll inom existerande energi- och klimatrådgivning skulle kunna vara att möta förordningens punkter relaterade till klimat och ett sätt att nå ut till nya målgrupper. Vidare skulle den kunna vara en plattform för reflektioner och diskussioner och ge kunskap tillbaka till kommunerna om hur medborgare tänker kring klimatet. En framgångsrik tjänst kräver dock en begåvad rådgivare som både informerar, utmanar och känner in. Dessutom krävs resurser för att utarbeta klimatrådgivningen ordentligt, den står inför barriärer som att kännas till av allmänheten, lyckas möta deras behov och konkurrerar delvis med andra aktörer.

I jämförelse med tidigare forskning om energi- och klimatrådgivning visade sig den sociala kompetensen även vara viktig i en klimatrådgivning, detsamma gäller den personligt anpassade informationen. Studien motsäger delvis tidigare forskning om att telefonen inte skulle vara ett bra tillvägagångssätt och relaterar den till tidigare studier

om den privata sfären. Studiens resultat stämmer överens med tidigare forskning om att medborgare efterfrågar och vill prata om personligare delar i livet relaterade till klimat, som konsumtion och vanor.

Den här studien bidrar framförallt till forskning om kommunal energi- och klimatrådgivning och hur de kan arbeta mer med klimatfrågan, vilket är en viktig del i att utveckla styrmedlet som i sin tur ämnar att möta nationella miljömål. Hur styrmedel fungerar och dess potential är en viktig del i arbetet med hållbar utveckling. Studien kan förhoppningsvis inspirera och väcka reflektioner hos energi- och klimatrådgivare samt andra tjänstemän som arbetar med klimatfrågan och medborgarkontakt. Studien bidrar även till forskning inom fältet klimatkommunikation där den kan agera exempel på ett genomfört projekt och hur det upplevdes, vilket kan vara viktigt i utformandet av liknande projekt. Att fortsätta nå en ökad förståelse för hur klimatfrågan kommuniceras och diskuteras i bästa möjliga mån är av stor vikt i kampen mot den pågående klimatkrisen.

Vidare forskning skulle kunna ta flera olika angreppssätt, ett skulle kunna innebära en längre studie som följer deltagare i en klimatrådgivning efter rådgivningen och undersöker faktiska climateffekter. Ett annat angreppssätt skulle kunna vara studier som undersöker de andra tre klimatfokuserade projekten i större utsträckning, eller designar ett nytt pilotprojekt för att få större förståelse hur energi- och klimatrådgivning kan arbeta med klimatfrågan. Vidare skulle flera studier för att förstå kommuners roll i att kommunicera klimatfrågan till medborgare behövas, det skulle kunna undersökas genom att identifiera och utvärdera klimatprojekt inom kommunen men utanför energi- och klimatrådgivningens ramar.

Tack

Först och främst vill jag tacka mina två fantastiska handledare, Alexandra och Kristina, som båda två under terminens gång kommit med kloka kommentarer och peppat mig i arbetets dalar. Jag vill även tacka Grupp 2 för trevliga och engagerade grupphandledning. Även ett stort tack till Madeleine på Miljöbron som gjorde det här projektet möjligt och dessutom följt med under terminens gång. Det hade inte blivit någon studie utan deltagare och energi- och klimatrådgivare som ställt upp på intervjuer, ett tack till er som ställt upp med er tid. Till sist ett stort tack till mina ekopluggisar, tack för alla pomodoros, långa luncher och diskussioner, ni har förgyllt den här terminen!

Referenser

- Abrahamse, W., Steg, L., Vlek, C., & Rothengatter, T. (2007). The effect of tailored information, goal setting, and tailored feedback on household energy use, energy-related behaviors, and behavioral antecedents. *Journal of Environmental Psychology*, 27(4), 265–276. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2007.08.002>
- Ballantyne, A. G. (2016). Climate change communication: What can we learn from communication theory? *WIREs Climate Change*, 7(3), 329–344. <https://doi.org/10.1002/wcc.392>
- Blake, J. (1999). Overcoming the ‘Value–Action Gap’ in environmental policy: Tensions between national policy and local experience. *Local Environment*, 4(3), 257. <https://doi.org/10.1080/13549839908725599>
- Bryman, A. (2011). *Sambällsvetenskapliga metoder*. (Uppl. 2) Liber.
- Corner, A., & Clarke, J. (2017). Five Principles and a Model for Public Engagement. I A. Corner & J. Clarke (Red.), *Talking Climate: From Research to Practice in Public Engagement* (s. 107–125). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-46744-3_7
- Csutora, M. (2012). One More Awareness Gap? The Behaviour–Impact Gap Problem. *Journal of Consumer Policy*, 35(1), 145–163. <https://doi.org/10.1007/s10603-012-9187-8>
- Donald, I. J., Cooper, S. R., & Conchie, S. M. (2014). An extended theory of planned behaviour model of the psychological factors affecting commuters’ transport mode use. *Journal of Environmental Psychology*, 40, 39–48. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2014.03.003>
- Energimyndigheten. (2019, november 18). *Energi- och klimatrådgivningen*. Energimyndigheten. Hämtad 5 februari 2020 från: <https://www.energimyndigheten.se/energieffektivisering/jag-vill-energieffektivisera-hemma/energi--och-klimatradgivning/>
- Gifford, R., Kormos, C., & McIntyre, A. (2011). Behavioral dimensions of climate change: Drivers, responses, barriers, and interventions. *Interdisciplinary Reviews: Climate Change (WIRE’s)*, 2(6), 801–827. <https://doi.org/10.1002/wcc.143>
- Gifford, Robert. (2011). The dragons of inaction: Psychological barriers that limit climate change mitigation and adaptation. *American Psychologist*, 66(4), 290–302. <https://doi.org/10.1037/a0023566>
- Hannibal, B., & Vedlitz, A. (2018). Social Capital, Knowledge, and the Environment: The Effect of Interpersonal Communication on Climate Change Knowledge and Policy Preferences. *Sociological Spectrum*, 38(4), 277–293. <https://doi.org/10.1080/02732173.2018.1502108>

- Justesen, L., & Mik-Meyer, N. (2011). *Kvalitativa Metoder: Från vetenskapsteori till praktik*. Studentlitteratur.
- Kjeang, A. (2018). *Goda råd är inte dyra! Om personlig energirådgivning i ett alltmer digitaliserat samhälle* (Avhandling, Fakulteten för hälsa, natur- och teknikvetenskap, Miljö- och energisystem, Karlstads universitet). Diva portal:
<https://www.kau.se/nyheter/goda-rad-ar-inte-dyra>
- Kjeang, A. E., Palm, J., & Venkatesh, G. (2017). Local Energy Advising in Sweden: Historical Development and Lessons for Future Policy-Making. *Sustainability*, 9(12), 2275.
<https://doi.org/10.3390/su9122275>
- Kjeang, A. E., Venkatesh, G., Stahl, M., & Palm, J. (2017). Energy consulting services in the information age—Literature review. *Energy Sustainability and Society*, 7, 30.
<https://doi.org/10.1186/s13705-017-0132-1>
- Kjeang, A., & Eriksson, L. (2019). *Slutrapport: Bo och leva energieffektivt*.
https://energyadviceblog.files.wordpress.com/2019/06/slutrapport_finalem.pdf
- Klintman, M. (2015). Allmänhetens miljö- och klimatengagemang. I N. Nordh (Red.), *15 Hållbara lösningar för framtiden* (s.25-35). Hållbarhetsforum, Lunds universitet.
- Klöckner, C. A., & Ofstad, S. P. (2017). Tailored information helps people progress towards reducing their beef consumption. *Journal of Environmental Psychology*, 50, 24–36.
<https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2017.01.006>
- Kollmuss, A., & Agyeman, J. (2002). Mind the Gap: Why do people act environmentally and what are the barriers to pro-environmental behavior? *Environmental Education Research*, 8(3), 239–260. <https://doi.org/10.1080/13504620220145401>
- Mahapatra, K., Nair, G., & Gustavsson, L. (2011a). Energy advice service as perceived by Swedish homeowners. *International Journal of Consumer Studies*, 35(1), 104–111.
<https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2010.00924.x>
- Mahapatra, K., Nair, G., & Gustavsson, L. (2011b). Swedish energy advisers' perceptions regarding and suggestions for fulfilling homeowner expectations. *Energy Policy*, 39(7), 4264–4273. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2011.04.043>
- Mancha, R. M., & Yoder, C. Y. (2015). Cultural antecedents of green behavioral intent: An environmental theory of planned behavior. *Journal of Environmental Psychology*, 43, 145–154. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2015.06.005>
- McGuire, L., & Beattie, G. (2019). Talking green and acting green are two different things: An experimental investigation of the relationship between implicit and explicit attitudes and low carbon consumer choice. *Semiotica*, 227, 99–125. <https://doi.org/10.1515/sem-2017-0138>
- Nässén, J., Andersson, D., Larsson, J., & Holmberg, J. (2015). Explaining the Variation in Greenhouse Gas Emissions Between Households: Socioeconomic, Motivational, and Physical Factors. *Journal of Industrial Ecology*, 19(3), 480–489.
<https://doi.org/10.1111/jiec.12168>
- Naturvårdsverket. (2018, oktober 10). *Allmänheten om klimatet 2018*. Naturvårdsverket. Hämtad 28 januari 2020 från: <https://www.naturvardsverket.se/attityd-klimat-2018>

- Naturvårdsverket. (2020, maj 12). *Konsumtionsbaserade utsläpp av växthusgaser*. Naturvårdsverket. Hämtad 25 maj 2020 från: <https://www.naturvardsverket.se/Sa-mar-miljon/Klimat-och-luft/Klimat/Tre-satt-att-berakna-klimatpaverkande-utslapp/Konsumtionsbaserade-utslapp-av-vaxthusgaser/>
- Ockwell, D., Whitmarsh, L., & O'Neill, S. (2009). Reorienting Climate Change Communication for Effective Mitigation Forcing People to be Green or Fostering Grass-Roots Engagement? *Science Communication*, 30(3), 305–327. <https://doi.org/10.1177/1075547008328969>
- Palm, J. (2010). The public-private divide in household behavior: How far into home can energy guidance reach? *Energy Policy*, 38(6), 2858–2864. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2010.01.018>
- Reynolds, L. (2010). The sum of the parts: Can we really reduce carbon emissions through individual behaviour change? *Perspectives in Public Health*. <https://doi.org/10.1177/1757913909354150>
- SCB. (2019, december 31). *Folkmängd, topp 50*. Statistiska Centralbyrån. Hämtad 13 februari 2020 från: <http://www.scb.se/hitta-statistik/statistik-efter-amne/befolkning/befolkningens-sammansattning/befolkningsstatistik/pong/tabell-och-diagram/topplistor-kommuner/folkmangd-topp-50/>
- SCB. (2015). *Allmänhetens energieffektivisering och kännedom om energi- och klimatrådgivare*. Statistiska Centralbyrån för Energimyndigheten. http://www.energimyndigheten.se/globalassets/energieffektivisering_/dokument/bilaga2-scb.pdf
- SFS 2016:385. *Förordning om bidrag till kommunal energi- och klimatrådgivning*. https://www.riksdagen.se/sv/dokument-lagar/dokument/svensk-forfattningssamling/forordning-2016385-om-bidrag-till-kommunal_sfs-2016-385
- Sparkman, G., & Attari, S. Z. (2020). Credibility, communication, and climate change: How lifestyle inconsistency and do-gooder derogation impact decarbonization advocacy. *Energy Research & Social Science*, 59, 101290. <https://doi.org/10.1016/j.erss.2019.101290>
- Sveriges Miljömål. (2020, mars 31). *Begränsad klimatpåverkan*. Naturvårdsverket. Hämtad 25 maj 2020 från: <https://www.sverigesmiljomal.se/miljomalen/begransad-klimatpaverkan/#section-contact>
- Wibeck, V. (2014). Enhancing learning, communication and public engagement about climate change – some lessons from recent literature. *Environmental Education Research*, 20(3), 387–411. <https://doi.org/10.1080/13504622.2013.812720>

Bilagor

Bilaga 1: Intervjuguider

1.1 Intervjuguide inför intervjuer med energi- och klimatrådgivare

Kan du berätta lite om projektet, vart idén kom ifrån och hur ni genomförde det?

- Under hur lång tid?

Hittade deltagarna er?

Vad gick bra och vad gick dåligt?

Vad tror du skulle gjort det ännu bättre?

Vad ville deltagarna ha hjälp med?

Vad har responsen varit från deltagare?

Har du hört om andra energi- och klimatrådgivare som genomfört klimatfokuserade projekt?

1.2 Intervjuguide inför intervjuer med deltagare

Tema 1 – Ny information och reflektion

Vad tyckte du allmänt?

Kan du sammanfatta vad du och Kristina pratade om?

Har du reflekterat över något speciellt efter samtalet?

Kan du berätta om något nytt du lärde dig under klimatrådgivningen?

För att spinna vidare på det, bidrog rådgivningen med något nytt synsätt?

Vad har du för känsla kring de åtgärder ni prata om?

Tema 2 – Klimatrådgivningens utformning

Hur var det att prata över telefon om de här sakerna?

Vilken nivå tyckte du samtalet hade, var det vardagligt eller ansträngt?

Vem pratade mest under samtalet?

Spelade det någon roll vem Kristina var?

Tema 3 – Efter samtalet

Kan du berätta om ett samtal du haft med någon om klimatrådgivningen efteråt?

Vad pratade ni om då?
Vad ha du för känsla kring samtalet?
Är det något du vill lägga till?

Bilaga 2: Ramverk för klimatrådgivningen

Frågor som leder samtalet:

Är det något specifikt inom klimatfrågan du vill prata om?
Vad känner du att du gör redan idag?
Känner du någon slags oro för klimatet?
Det kan vara svårt att veta vad som gör störst påverkan, vill du veta mer? (berätta med hjälp av jämförande exempel)

Tips från forskningen:

Känn av personen och vad den har för behov
Ge individanpassade och personliga råd
Ge få stora tips - det är lättare för individen att ta till sig
Fråga om barriärer och möjligheter
Skuld/ångest leder inte till handling
Låt samtalet kretsa kring kunskap och barriärer snarare än att personen ska ta ett beslut om förändring – få uppskattar att bli tillsagd hur de ska bete sig
Låt samtalet vara en dialog – att samtalet leder till reflektion och nya insikter är viktigt
Utnyttja din sociala kompetens – låt samtalet vara vardagligt



LUNDS
UNIVERSITET

WWW.CEC.LU.SE
WWW.LU.SE

54

Lunds universitet

Miljövetenskaplig utbildning
Centrum för miljö- och
klimatforskning
Ekologihuset
223 62 Lund