

## Samarbete för ökat kunskapsintensivt klimatarbete

*Förslag på samarbete mellan Klimatrådet i Jönköpings län och Högskolan för Lärande och Kommunikation (HLK) vid Jönköping University*

*Arbetsdokumentet har arbetats fram i samverkan mellan:*

Peter Berglez, professor i medie-och kommunikationsvetenskap vid HLK, JU

Beredningsgruppens ordf. Andreas Olsson, Klimat och energistrateg, Länsstyrelsen i Jönköpings län

Otto Hedenmo, projektledare Klimatrådets solkraftsprojekt

Klimatrådets kommunikationsgrupp med administrativt stöd genom Patrik Westerlund och Jesper Agrelius

*Formell förankring i Klimatrådet:*

- Den 6 november kommunikationsgruppen, *ok med vissa kompletteringar.*
- Den 8 november beredningsgruppen, *Begär kompletteringar för ok.*
- Den 6 december Klimatrådet, *Satsningen presenteras för inriktningsbeslut i rådet.*

### Bakgrund

I Klimatrådets arbete har under längre tid mer vetenskaplighet förankring och forskning efterfrågats i olika sammanhang. Inte minst då allt mer forskning sker långsiktigt och i samverkan med företag, institut och akademi vilket är i linje med rådets upplägg och arbete. En efterfrågan som hittills har tillmötesgått genom examensarbeten, nära dialog med JU, studiebesök och seminarier. Ett möjligt nästa steg i Klimatrådets forskningsamarbete är att studera kommunikationen av de regionala klimatsatsningarna som genomförs. På så vis kan nya kunskaper framodlas som gör Klimatrådets samverkansformer och kommunikationen av såväl rådets som de enskilda aktörernas satsningar mer framgångsrika på längre sikt. Därför har en dialog initierats mellan JU och Klimatrådet för att ta fram detta förslag under namnet *Samarbete för ett ökat kommunikationseffektivt klimatarbete.*

### Introduktion

Klimatrådets arbete bygger på samverkan och engagemang från olika aktörer som företag, kommuner eller andra typer av organisationer. Den höga samverkansgraden bidrar mer omfattande till klimatarbetet än vad satsningar av ett fåtal aktörer hade gjort. Men hur växer dessa satsningar fram och vad är det som gör vissa satsningar mer framgångsrika än andra?

Klimatrådets arbete med grön omställning är att:

*[...] åstadkomma en energiomställning och driva på arbetet med klimatanpassning. Vi är övertygade om att arbetet bidrar till att stärka individer och organisationer som idag står inför stora utmaningar med bland annat klimatförändringar. Behovet av tydliga visioner, mål, strategier, innovativa lösningar samt kompetens för att ta sig an utmaningarna ökar allt snabbare. I utmaningarna finns de nya möjligheterna att skapa framgångsrika verksamheter vilket Klimatrådet värnar och lyfter fram som förebilder och goda exempel.<sup>1</sup>*

I detta sammanhang ligger fokus på följande fyra områden:

- Energieffektivisering, konsumtion och livsstil

<sup>1</sup> <http://www.lansstyrelsen.se/Jonkoping/Sv/miljo-och-klimat/klimat-och-energi/klimatradet/Pages/klimatradet.aspx> (hämtat 10/5-17). Se även [www.klimatradet.se](http://www.klimatradet.se)

- Transporter och planering
- Förnybar energi och jord- och skogsbruk
- Anpassning till klimatförändringar

Uppdraget att "stärka individer och organisationer" i deras klimatarbete består i hög grad av **kommunikativa utmaningar**.

- Hur når man som företag ut med information om sina klimatmål- eller produkter?
- Hur översätts komplexa klimatkunskaper som t.ex. berör produktionsprocesser eller energieffektivisering till begriplig information för en större grupp människor?
- Hur uppnår man klimatarbete inom en organisation, så att alla drar åt samma "gröna" håll?
- Hur förmedlas en vision som konkretiseras i ord, bild och handling som gör det möjligt för individer att bidra till hållbarhet i sitt dagliga arbete?
- Etc.

Medarbetare och invånare i länet behöver kunna förstå hur de kan bidra och vilket ansvar och handlingsutrymme de har för att fatta kloka beslut i klimatfrågan.

Vid HLK verkar två internationellt etablerade professorer i medie- och kommunikationsvetenskap, Peter Berglez och Ulrika Olausson, med över tio års erfarenhet av att undersöka hur klimatfrågan hanteras i samhället. Det involverar hur olika typer av klimathandlingar (sopsortering, konsumtion m.m.) vävs in i människors liv, och vad för slags kommunikation som får medborgare att engagera sig i klimatfrågan. På många sätt samma frågor som Klimatrådet brottas med. De har erfarenhet av att driva projekt finansierade av Vetenskapsrådet och Formas, och deras internationella kontaktnät består av liknande forskningsmiljöer framför allt vid universiteten i Hamburg, Zürich och Oxford. Våren 2017 tog de initiativ till ett nationellt nätverk för miljökommunikationsforskning tillsammans med forskare från SLU, KTH, Göteborgs universitet, Örebro universitet och Lunds universitet, och där HLK/JU fungerar som nätverkets hemvist.

#### Förslag på gemensamt projekt:

Syfte med projektet är att med vetenskapliga metoder studera kommunikativa framgångsfaktorer av Klimatrådets satsningar.

*(läs att idag går vi mycket på erfarenhet, engagemang, frågors aktualitet, slumpmässighet beroende på vilka som driver vilken fråga etc.)*

#### Uppgift:

Vetenskapligt analysera Klimatrådets arbete och lyfta fram framgångsfaktorer som kommunikativt förstärker Klimatrådets pågående och kommande satsningar. Exempel på satsningar som skulle kunna analyseras är:

- **Matsvinn** (involverar alla kommuner i länet);
- **Solmatchen** (exempelvis fokus på ökning av solenergi-anläggningar/Solmatchen – Vem installerar mest solel? – ett projekt som är förankrat i kommunstyrelser och bolagsstyrelser)
- **Trähusstrategin** (fokus på reduktion av klimatpåverkan i samband med byggprocesser; projekt under utveckling).

- Hur berörda aktörer kommunicerar sitt **hållbarhetsarbete** genom till exempel hållbarhetsredovisning.

Ovanstående exempel bygger på samverkan och engagemang från olika aktörer som företag, kommuner eller andra typer av organisationer. Satsningar med en hög samverkansgrad bidrar mer omfattande till klimatarbetet än satsningar av ett fåtal aktörer. Men hur växer dessa satsningar fram och vad är det som gör vissa satsningar mer framgångsrika än andra?

Ett samarbete mellan Klimatrådet och forskare på HLK skulle ge en möjlighet att bedriva avancerad samhällsvetenskaplig forskning med fokus på vad som får satsningar inom Klimatrådet att fungera- respektive inte fungera utifrån ett kommunikativt perspektiv.

Forskningsprojektet kommer studera hela den kommunikativa processen – från idé till implementering. Faktorer som förhandskunskaper och förståelse; specifika bransch kulturer; informationsvägar och kommunikationsmetoder; den upplevda kommersiella nyttan; är alla delar som bör studeras för att få en heltäckande bild av hur klimatrådets åtaganden förankras, genomförs och kommuniceras.

Forskningsprojektet har möjligheten att ge kunskaper som underlättar Klimatrådets arbete med att engagera fler aktörer/individer i klimatsatsningar och som understödjer uppsatta klimatmål. För att göra forskningen relevant för de företag och organisationer som ingår i Klimatrådet, föreslås studierna fokusera på följande teman:

1. Öppenhet för förändring
2. Ledarskap
3. Samverkan
4. Värdeskapande för verksamheten (spridning)

#### **Involverade aktörer:**

Klimatrådet i Jönköpings län och miljökommunikationsforskare (en doktorand och hans två handledare) från MKV/HLK vid Jönköping University:

#### **Utformning:**

Klimatrådet identifierar tillsammans med forskarna de problem som de sistnämnda ska arbeta med. Med klimatrådssatsningar som utgångspunkt - vilka kommunikativa frågor vill Klimatrådet få svar på för att bättre kunna uppnå uppsatta mål?

En arbetsplan utformas med konkreta kunskapsmål. Därefter utför doktoranden arbetet med att ta fram data; att analysera och presentera dessa, och därefter presentera de nya kunskaperna. Alla resultat presenteras fortlöpande förslagsvis vid rådets fyra möten samt vid önskemål hos rådets organisationer, allt för att tillgängliggöra och möjliggöra ett kontinuerligt lärande under hela projektperioden.

Doktoranden kan exempelvis bidra till hög intellektuell nivå inom workshop, utföra intervjuer inom eller utanför företag, organisationer etc.; göra deltagande observationer av olika events eller experimentella studier. Ett annat exempel kan vara att kvalitativt analysera olika hållbarhetsredovisningar och hur de kommuniceras och når ut.

För att kunna undersöka nya uppkommande problem/områden under processens gång behöver inte alla delstudiers innehåll bestämmas vid inledningen av doktorandprojektet (dock projektets allmänna inriktning). Doktoranden har förslagsvis både HLK och Länsstyrelsen som hemvist (dvs. två arbetsrum som hen pendlar mellan).

#### Tidsram:

Projektet löper över fyra år: 2018-2021, där forskarna rapporterar kontinuerligt till Klimatrådet och i offentliga sammanhang som Klimatveckan. Projektet finansierar en doktorand i miljökommunikation, som efter fyra år disputerar i ämnet medie- och kommunikationsvetenskap vid JU. Doktoranden handleds av seniora forskare (Berglez och Olausson).

#### Win-win:

*Klimatrådet:* förutom att forskningen underlättar Klimatrådets kort- och långsiktiga arbete, kan projektet ingå i dess verksamhetsberättelse och marknadsföring. Vidare har projektet som mål att utvecklas till, och presenteras som, en "Jönköpingslänsmodell", med Klimatrådet som naturligt nav för denna modell (se nedan).

*HLK/forskarna* tillåts att använda insamlat material (t.ex. intervjuer) även till akademiska studier (peer-review-artiklar; avhandlingsarbete), där data från företagen/organisationerna anonymiseras. Vidare ser JU positivt på ett långsiktigt samarbete mellan Klimatrådet och HLK. På detta vis förstärks och utvecklas JU:s engagemang i Klimatrådet.

*Näringsliv/offentlig/myndigheter/ideella organisationer:* Kan genom överenskommelse med Klimatrådet och HLK få specifika frågor besvarade genom projektet. Dock har forskarna inte som uppgift att utforma t.ex. en kampanj åt ett företag eller komma med konkreta förslag på hur en organisations klimatprofil ska utformas. Snarare kan forskarna producera relevanta *kunskapsunderlag* kring kommunikativa framgångsfaktorer som underlättar företagens/organisationernas vidare hållbarhetsarbete med fokus på klimatfrågan. Företag och organisationer kan välja att betrakta sitt stöd till eller engagemang i forskningsprojektet som en del av det egna hållbarhetsarbetet som kan inkluderas i hållbarhetsredovisningar.

#### Finansiering

Kostnad för en doktorandtjänst under fyra år: 3 399 985 SEK (inklusive OH 46% och LKP 53%). Lön+ 20 000/år för resor/datainsamling. Det innebär en årlig kostnad på 888 147 SEK. Enligt förslag från HLK kan doktorandtjänsten samfinansieras enligt följande: kostnad för Klimatrådet/år: 400 000 SEK; kostnad för HLK/år: 488 147 SEK.

För att ge ytterligare stadga till projektet kan man tänka sig att handledare aktivt gör vissa forskarinsatser tillsammans med doktoranden. 10% arbetstid under fyra år för en seniorforskare med professorskompetens kostar 726 551 SEK (inklusive OH och LKP). Årlig kostnad: 181 638 SEK.

Genom samarbetsavtal med företag eller andra relevanta aktörer knutna till Klimatrådet kan kostnaden för doktorand och ev. seniorforskare reduceras.

#### Jönköpingsläns-modell

Den dynamiska kunskapsproduktion som samarbetet mellan Klimatrådet, forskarna/HLK och andra aktörer förutsätts generera kan ytterligare sätta länets klimatarbete på kartan och bidra till ökad synlighet, i första hand nationellt sett, men på längre sikt även internationellt. Om denna typ av samarbete etableras och utökas över tid underlättas målet att göra Jönköpings län till ett nationellt kunskapscentrum för regionalt klimatarbete. Forskarna, Klimatrådet och involverade företag/organisationer kan förslagsvis gemensamt arrangera workshops och kurser som attraherar deltagare från andra delar av landet med fokus på "Jönköpingsläns-modellen", dvs. kunskapsintensivt klimatarbete genom samarbete mellan representanter från olika samhällssektorer. Den skapade kunskapshuben kan haka i redan befintliga events, föreläsningar, etc. som både HLK/JU och Klimatrådet arrangerar i olika sammanhang, inte minst Klimatveckan.