

STRÖMSTAD AKADEMIS FRIA SKRIFTSERIE

Åsa Morberg



**Hållbar utveckling och behov av utbildning i beteendeförändringar**

*Strömstad akademis styrelse beslutade 24 juli 2013 att inrätta Strömstad Akademis Fria Skriftserie med följande riktlinjer: Ledamöter i Strömstad akademi har rätt att utan granskning få manuskript publicerade elektroniskt i Strömstad akademis fria skriftserie. Det enda som gäller är att författaren ansvarar för innehållet och för att det inte strider mot svensk lag eller innehåller copyrightskyddat material. Manus skickas direkt till webansvarig.*



# Hållbar utveckling och behov av utbildning i beteendeförändringar

av Åsa Morberg, docent och ledamot av Strömstad Akademi

## Abstract

Supporting change work in sustainable development is something that Strömstad Academy's behavioral scientists, didactics and educators can offer. There are many colleagues in Strömstad Academy who have knowledge of behavioral changes that are needed in the change work in sustainable development. The article is about the need for support in change work in sustainable development. The need for support is related to adult and child learning. There is also a list of success factors in the area of sustainable development. Previous research on behavior change changes the article.

## Abstrakt

Att stödja förändringsarbete inom hållbar utveckling är något som Strömstad akademis beteendevetare, didaktiker och pedagoger kan erbjuda. Det finns många kolleger i Strömstad akademi som har kunskaper om beteendeförändringar som behövs i förändringsarbetet inom hållbar utveckling. Artikeln handlar om behovet av stöd i förändringsarbete i hållbar utveckling. Behovet av stöd är relaterat till vuxnas och barns lärande. Det finns också en listning av framgångsfaktorer inom området hållbar utveckling. Tidigare forskning om beteendeförändring ramar in artikeln.

## Introduktion

Hållbar utveckling handlar om utveckling som tillfredsställer dagens behov, utan att äventyra kommande generationers möjligheter att tillfredsställa sina behov. Det talas om ekologisk, social och ekonomisk hållbarhet. I dagens samhälle ställs krav på beteendeförändringar om det ska gå att förändra sättet att vara och fungera i linje med hållbar utveckling. Att förändra beteenden innebär att börja med ett nytt beteende, och då sluta med ett annat beteende, eller öka eller minska frekvensen av ett beteende. Beteendeförändringar är mycket utmanande och oftast svåra att få till. Det vet alla. Man kan säga till en människa hur hon/han ska agera, man kan förklara varför och visa på vinsterna med beteendeförändringar, men det är inte säkert att beteendet förändras ändå. Varför är det så svårt att ändra ett beteende? Hur kan det förändras så att det blir lättare? Om det nya beteendet inte är attraktivt för enskilda så blir det svårt att lyckas. Här finns därför ett stort behov av beteendevetenskaper. Företag anställer idag strateger, pedagoger, psykologer, kommunikatörer och didaktiker för att klara av att genomföra beteendeförändringar. Den här artikeln diskuterar behovet av beteendeförändringar när det gäller arbete med hållbar utveckling, i perspektivet av tidigare erfarenheter och tidigare forskning.

## **Behov av stöd i beteendeförändringsarbetet**

I yrkesverksamheten som forskare och lärare, som pedagog och didaktiker har jag arbetat med samverkan, lärande, undervisning och förändringar i princip ett helt ett helt yrkesliv. Behovet av stöd i förändringsarbetet finns i hela det omkringliggande samhället. Det är säkerligen något som Strömstad Akademis beteendevetare kan erbjuda. Det finns såväl flera beteendevetare som samhällsvetare som har kunskaper om beteendeförändringar som behövs i förändringsarbetet inom hållbar utveckling. Mitt verksamhetsområde har i huvudsak handlat om skolväsendet och högre utbildning, men på senare tid även i näringslivet.

Alla människor har erfarenheter av lärande och förändring och man kan börja med att utforska sina egna erfarenheter. Vi lär ständigt och jämt, både i formella sammanhang och i informella sammanhang. När vi undervisas om något, kanske vi lär oss något som inte alls var avsikten. Lärande och beteendeförändring är ett komplext område,

Fundera över då du lärt dig något som samtidigt har bidragit till en beteendeförändring. Vad utmärkte lärandet då? Vad berodde det på att det också blev en beteendeförändring? Att starta med en analys av sitt lärande och beteendeförändring kan vara en mycket bra start för alla som är inblandade i förändringsarbete.

## **Vuxnas och barns lärande och hur närma sig beteendeförändringstrategier**

Vuxnas lärande är mera komplicerat än barns och ungas lärande. Barn kan i princip lära sig vad som helst, men vuxna kan inte det. Vuxna lär inte, om de inte ser behovet och nyttan med kunskapen. Vuxna är också mera beroende av tidpunkten för lärandet för lärande än barn och unga. Har vuxna inte tid, så blir det inget av.

Samverkan med det omkringliggande samhället är ett nytt område för många beteendevetare. Om en forskare ska närma sig ett nytt område är viktigt att fundera över hur forskaren egentligen bör göra.

Att analysera lyckade projekt inom hållbar utveckling och studera vad som utmärker dem kan vara ett sätt. Det kan vara en användbar metod. Att intervjua olika kompetenser (strateger, pedagoger, psykologer, kommunikatörer, didaktiker etc.) är ett bra komplement. Givetvis handlar det också om att ta del av aktuell forskning och beprövad erfarenhet om hur man lyckas med beteendeförändringar.

## **Framgångsfaktorer för att lyckas med beteendeförändringar inom området hållbar utveckling**

Här följer en sammanfattning av några framgångsfaktorer om hur man lyckas med lärande och beteendeförändringar. Den här sammanfattningen bygger dels på samtal med företrädare för organisationer som bedrivit lyckade beteendeförändringsprojekt, dels på forskning om lärande och beteendeförändringar, men också på intervjuer med beteendevetare. Som stöttat beteendeförändringsarbete. Urvalet av faktorer, nedan, handlar om de faktorer som bedöms som viktiga. Det finns ingen rangordning av faktorerna i presentationerna, nedan.

Att våga försöka, att våga prova något nytt, att våga tro på idéer är en viktig faktor när man vill genomföra beteendeförändringar. Många bra idéer sjösätts inte, för att risker att misslyckas hindrar. Det är absolut inte farligt att misslyckas. Det är snarare så att

misslyckanden är viktiga för att man lär sig mycket genom sina misslyckanden, om man använder dem på ett ändamålsenligt sätt.

Att skapa en känsla av angelägenhet för den förändring som ska genomföras är helt avgörande, men det är också viktigt när i tid avstamp tas mot det nya. Det är exempelvis bra med nyårsafton och måndagar. Det vet alla som avlagt nyårslöften eller startat hälsoprojekt. Det lönar sig att försöka att hitta den tid då målgruppen är mest mottaglig för beteendeförändringar.

Viktigt är också att formulera och kommunicera såväl visioner som strategier för beteendeförändringarna. Vad kan drivkrafterna vara bakom beteendeförändringarna? Det behöver ventileras, stötas och blötas. Beteendeförändringarna bör göras så attraktiva som det bara går. Positiva känslor och engagemang gör oss nyfikna och lösningsinriktade. Tydliggör också beteendeförändringarna, dvs. synliggör de beteenden vi vill se mer av för att nå uppställda mål. Beteendeförändringarna bör också brytas ner i konkreta aktiviteter för förståelsen.

När det finns ett fritt handlingsutrymme och möjlighet att påverka, är det troligare att vi kommer att agera. Därför är det mer framgångsrikt att locka, istället för att hota, om man vill ändra ett beteende. Om man kan ge ett beteende högre status är också sannolikheten bättre, dvs. att det är ett beteende som fler tar till sig.

Människor väljer oftast det som är enklast och ger minst motstånd. Om människor frivilligt ska byta ett beteende mot ett annat, bör det nya kännas enklare och bättre än det tidigare. En beteendeförändring går sällan eller aldrig av sig själv, det behövs lite hjälp på traven, för att inte steget ska kännas så stort.

Flera framgångsfaktorer handlar också om att bygga relationer. Tillit och förtroende är viktigt. Gemenskap och delaktighet skapar både motivation och engagemang och ger styrka genom att man gör något tillsammans med andra. I förändringsarbetet ska kraften av att människor vill göra saker tillsammans användas. Även mycket små och obetydliga saker kan ha stor effekt när alla hjälps åt.

Genom att återkoppla till den eller de som gjort en förändring eller handlat på önskat sätt, får man bekräftelse och blir sedd. Det gör att beteendet känns mer meningsfullt och gör det mer troligt att beteendet upprepas. Sociala medier och digitala plattformar, kan vara till hjälp när man vill bygga relationer och skapa gemenskap kring en fråga.

### **Tidigare forskning, några anteckningar**

Några exempel på forskning om samverkan, lärande och beteendeförändring, visar forskning som har vardagsnytta för företag och organisationer. Vetenskapligt underbyggd kunskap spelar en central roll inom området: samverkan, lärande och beteendeförändring. Det finns stora kunskapsluckor inom området samverkan, lärande och beteendeförändring. Forskning som ger förutsättningar för hållbar utveckling och beteendeförändringar behöver få ökad prioritet inom forskningspolitiken.

Forskning inom detta område fordrar oftast samarbete mellan forskare med olika ämneskompetenser och mellan forskare och företrädare för näringsliv och samhälle. Ett systemperspektiv är ofta nödvändigt och forskningen bedrivs ofta i nätverk som sträcker sig både inom och utanför högskolor och universitet. Forskning för hållbar utveckling handlar inte

bara om att möta akuta kriser genom exempelvis pandemin som vi står inför här och nu. Det handlar om att bygga ett samhälle som ska vara hållbart över generationer. Ett motståndskraftigt samhälle som står emot när det stormar, och där medborgare känner tillit till varandra och till våra institutioner och framför allt kan kan agera.

John Kotter har studerat förändringsarbete i nära 40 år och har konstaterat att de flesta förändringar misslyckas mycket eftersom de inte tar ett konsistent, helhetsgrepp för att förändra. Kotter menar att det är viktigt att skapa en känsla av allvar och angelägenhet samt att formulera vision och strategi. Kotter talar också om styrning av förändringsarbete och talar för samordnad dialogbaserad styrning av projekt. Kotter menar att det är viktigt att kommunicera vision och strategi. Aktörerna måste ges autonomi. Att fira framgångar glöms ofta bort menar Kotter men menar att det har stor betydelse. Kotter menar att arbetet med förändring bör breddas. Avgörande för framgång är förankring av nya synsätt och nya rutiner (Kotter, 2012).

Katy Milkman's nya bok *How to Change*, baserad på hennes forskning om beteendeförändring lyfter fram många viktiga aspekter. Hon menar att det är viktigt när man tar avstamp mot det nya. Hon menar exempelvis nyårslöften och måndagar är bra tider. Hon lyfter också fram vikten av att reflektera över det gamla: Vad har du lärt dig? Vilka insikter har du fått? Vad är du nöjd med? Vad är ni mest nöjda med inom ditt arbetslag? Det är också viktigt att reflektera över det nya: Vart är du/ni på väg? Vad vill du? Vad ska du/ni börja med? Vad vill du/ni som organisation åstadkomma? Visioner i all ära, menar Milkman, men hon tycker att man ska börja med det som är enkelt att göra. Ett litet beslut kan leda till en liten handling och då är man i gång. Små steg har ett stort värde. Börja med att uppskatta det du redan har, det du redan gör och allt du har ansträngt dig att göra menar Milkman (2021).

I en rapport som IVL Svenska Miljöinstitutet har tagit fram, på uppdrag av Konsumentverket, finns det tillfällen då människor är mer öppna för förändring än vanligt. Så här säger Liv Fjellander på IVL Svenska Miljöinstitutet i en kommentar: "När man förstår vid vilken tid, plats eller situation som målgruppen är som mest mottaglig för förändring är det lättare att lyckas med en beteendeinsats. Ofta är man mer mottaglig när något annat i livet förändras, som när man flyttar, får barn eller byter jobb". Undersökningen som gjorts har främst fokuserat på beteendeinsatser inriktade mot hållbar konsumtion genomförda av näringsliv, organisationer och inom den offentliga sektor både i och utanför Sverige. (Konsumentverkets webbplats, 2020)

Nudging är ett slags verktyg för att förändra människors beteende genom att göra det enklare att göra vissa val. Nudging är engelska men brukar översättas med "en liten knuff i rätt riktning". Jag har också sett begreppet "puffning" som översättning. Det kan till exempel handla om att göra det lättare att agera mera hållbart (Nudging i praktiken, 2019).

Nudging i praktiken lyfter fram hur man arbetar med beteendeförändring inom och utom organisationen. Författarna introducerar läsaren i en beteenderesa inom och utom organisationen. Genom fyra steg får läsaren lära sig hur man kan hjälpa kunder och organisationer att fatta önskade beslut. Boken ger läsaren så väl metoder, som verktyg och insikter som hjälper till att skapa förändring. Boken är en praktisk guide som ger läsaren vägledning i att ta viktiga steg framåt, när det handlar om att ta viktiga steg framåt. Författarna omvandlar forskning till beteendeförändring (Nudging i praktiken, 2019).

## **Sammanfattning**

Att stödja förändringsarbete inom hållbar utveckling är något som Strömstad akademis beteendevetare, didaktiker och pedagoger kan erbjuda. Det finns många kolleger i Strömstad akademi som har kunskaper om beteendeförändringar som behövs i förändringsarbetet inom hållbar utveckling. Bjud på dem.

## **Referenslista**

Ekonomoansvarighetsverket (2017) Vägledning: Att leda förändring i offentlig verksamhet, Stockholm: ESV

Hagman, W. (2018), When are nudges acceptable?: Influences of beneficiaries, techniques, alternatives and choice architects, Institutionen för beteendevetenskap och lärande, psykologi, Filosofiska fakulteten, Linköpings universitet.

Kotter, J (2012) Leading Change, Edited by Howard Business Review Press

Lemoine, I., Lindström, K., Lindström, L., Salzer, S. (2019) Nudging i praktiken: så gör organisationen det lätt att göra rätt. Förlag: Natur och Kultur

Milkman; K. (2021) How To change: The science of getting from where you are to where you want to be Edited by Portfolio

Svenska miljöinstitutet, på Konsumentverkets webbplats, (2020)