

Klimamedborgerskab som drivkraft for klimavenlig adfærd: 'I pledge ...'-koncept som udgangspunkt for forskning i samskabelse og nudging

Interessetilkendegivelse (Sendt til Velux-fonden i februar 2019)

Dette forsknings- og udviklingsprojekt vil gennem et design- og felteksperiment skabe en folkeligt forankret 'I pledge'-koncept (arbejds-titel), som vil gøre det muligt at frembringe ny tværvideenskabelig viden om perspektivet i at anvende 'samskabelse' og 'nudging' som styringsredskaber i den lokale klimaindsats.

Københavns Kommune har på klimaområdet sat ambitiøse mål for reduktionen af CO₂-udslip, og er gennem samarbejde med stærke private interessenter lykkedes med at nå et godt stykke i retning af opfyldelse af målsætningen om CO₂-neutralitet. Indtil nu har det været muligt at finde tekniske løsninger, der relativt hurtigt har skabt resultater, uden at københavnernes dagligliv for alvor er blevet påvirket. I fremtiden bliver det sværere at opfylde den ambitiøse klimamålsætning, uden at københavnernes forandrer deres daglige adfærd og livsstil på områder så som kost, indkøbsmønstre, energiforbrug, transportvaner, boligindretning, internetbrug, mv.

Det er svært at påvirke folks vaner og livsstil (Illeris, 2017; Bruner, 2004; Illeris, 2017), og det kræver debat, inspiration, gode eksempler og udvikling af nye værdier og normer. Allerbedst er det, hvis en ændret livsstil kan kobles på identitetsændringer. Hvis vi ser på os selv på en ny måde rent identitetsmæssigt, er der gode chancer for at vores adfærd ændrer sig mere permanent (Jarvis, 2012).

I forlængelse af denne forandringsteori foreslår vi, at der igangsættes et forsknings- og udviklingsprojekt, som søger at skabe et nyt klimamedborgerskab hos københavnernes, der kan bidrage til at katalysere og multiplicere adfærdsændringer i retning af øget bæredygtighed og mindre CO₂-udslip.

Vi har allerede et civilt, politisk og socialt medborgerskab, men vi mangler et klimamedborgerskab, som giver os rettigheder til at leve i en verden uden overhængende klimatrusler, og samtidig forpligter os til at gøre en personlig indsats for at løse klimaforandringsproblemet.

Projektets er et samarbejde mellem Københavns Kommune og RUC, og grundidéen er at udvikle et folkeligt 'I pledge'-koncept, som giver københavnernes mulighed for efter eget valg at skrive under på en række løfter om fx at have to kødfrie dage om ugen, sortere deres affald, aflevere deres gamle tøj til genbrug, øge deres brug af offentlig trafik, sætte loft for flyrejser, købe mere økologi, sætte klima på dagsordenen på deres arbejdsplads og i deres børns institutioner, passe grønne lommehaver mv. Man kan evt. vælge mellem at tilslutte sig klimamedborgerskabet på bronze-, sølv- eller guld niveau ligesom når offentlige institutioner tilslutter sig omstilling til økologiske fødevarer.

For at sikre folkeligt forankring vil vi udvikle løfterne gennem samskabelse (Røiseland, Sørensen og Torfing, 2019). I samarbejde med lokalråd, miljøpunkter og en række virksomheder og NGO'ere arrangeres workshops i de forskellige bydele, hvor årsagerne til klimaproblemerne fremlægges og diskuteres, og deltagerne brainstormer og formulerer forslag til løfter. Udvælgelsen af 6-7 kerneløfter, som københavnernes kan sige 'I pledge...' til, diskuteres efterfølgende på et stort borgermøde med politikere, virksomheder og foreninger. Den endelige udvælgelse sker gennem digital stemmeafgivning via mobiltelefon. For at skabe politisk legitimitet omkring løfterne kan det overvejes, at få borgerrepræsentationen til at bakke op om løfterne og opfordre befolkningen til at sige 'I pledge...'.

Når løfterne er formuleret etableres en digital mulighed for at københavnernes kan afgive et klimaløfte og blive klimamedborgere. Klimasekretariatet, lokalråd, miljøpunkt, HOFOR og andre relevante aktører arbejder herefter aktivt på at rekruttere klimamedborgere. Klimamedborgerne modtager en Klimamedborgerpakke indeholdende klimanål ('pin'), T-shirt med logo, stickers til bil, cykel og hoveddør, samt en opfordring til at rekruttere flere klimamedborgere i deres omgangskreds og på deres uddannelsessted eller arbejdsplads. Offentlige og private arbejdspladser ansøres til at konkurrere om at have flest klimamedborgere. Udbredelse af indsatsen til Göteborg og Oslo kunne der skabes intern rivalisering mellem skandinaviske byer. Brandingeffekten af dette vil være betydelig – ikke mindst i relation til C40 og EuroCity samarbejdet.

Klimamedborgere opfordres efterfølgende til at deltage i samskabelse af lokale klimaløsninger inden for deleøkonomi, affaldssortering, byhaver mv. Disse aktiviteter igangsættes gennem afholdelse af Living Labs, som bygger bro mellem den individuelle klimaadfærd og den kollektive klimaindsats.

Udviklingsprojektet følges op af et forskningsprojekt, der består af to dele:

Den første del analyserer, hvordan samskabelsesprocesser kan initieres, faciliteres og katalyseres, så de bidrager til at skabe offentlig værdi i form af et klimamedborgerskab baseret på et 'I pledge ...'-koncept, som har en bred folkelig opbakning. Formålet er at udvikle et teoretisk reflekteret procesværktøj, der kan anvendes i andre byer.

Den anden del analyserer, hvordan en offentlig forpligtelse på en bestemt sag påvirker borgernes identitet og i sidste ende deres adfærd. Formålet er at estimere nudging-effekten af det samskabte klimamedborgerskab.

Samskabelsesanalysen vil tage form af en forskningsbaseret evaluering af det institutionelle design og de interaktive processer i og omkring workshops, borgermøde, digital afstemning og Living Labs. Med afsæt i den nyeste forskning i samskabelsesprocesser (Brandsen m.fl., 2018), design af platforme og arenaer for samskabelse (Ansell and Gash, 2017) og ledelse af samskabelse (Torfing, 2016) designes, afholdes og evalueres en række forskellige samskabelsesarrangementer, hvorigennem klimaløfterne formuleres, udvælges og omsættes til handling. Ny forskning i digital mediekommunikation (Dahlgren, 2009) inddrages for at forstå, hvordan samskabte løsninger, som i dette tilfælde klimaløfter og -medborgerskab, bedst kommunikerer til en bredere gruppe. Datagrundlaget for analysen udgøres af feltdagbøger med personlige refleksioner, drejebøger for samskabelsesarrangementerne, offentlige hjemmesider og bruger-feedback på disse, interviews med deltagerne, samt mini-surveys.

Nudging-analysen tager form af et felteksperiment, som læner sig op af nyere forskning om nudging og adfærdseffekterne af offentligt synlige identitetsmarkører (Thaler og Sunstein, 2008; Moseley og Stoker, 2013; Sunstein, 2014). Konkret vil løftegiverne blive tilfældigt opdelt i to grupper. En treatment-gruppe, som modtager deres Klimamedborgerpakke tidligt i projektforsløbet og en kontrolgruppe, som modtager deres Klimamedborgerpakke nogle måneder senere. Imellem de to udsendelsestidspunkter udsendes en survey til løftegiverne, hvor deres klimabevidsthed, indflydelsesfølelse i relation til bekæmpelse af klimaforandringer, og klimafremmende aktiviteter vil blive undersøgt. Endvidere vil spredning af klimaborgereskabet gennem løftegiverens netværk blive undersøgt gennem udtræk fra sociale medier. Idet kun treatment-gruppen vil have modtaget Klimapakken på det tidspunkt, hvor survey og udtræk gennemføres, tillader designet kausal identifikation af effekter af Klimapakken på det tidspunkt, hvor survey og udtræk gennemføres, og kan dermed give solid evidens bag omkostningseffektive klimafremmende tiltag. Forventning vil være, at løftegiverne i treatment-gruppen vil være mere klimabevidste, mere indstillede på at de selv personligt kan gøre en forskel i relation til klimaet, mere aktive i overholdelsen af deres klimaløfter, og mere effektive til at sprede klimaborgereskabet i deres netværk. Ny psykologisk forskning om identitet og adfærd (Stryker og Burke, 2000; Reed, 2012) inddrages med henblik på at underbygge den underliggende kausalitetsbetragtning.

Den afsluttende forskningsrapport vil ud over en opsummering af resultaterne af samskabelses- og nudging-analysen indeholde en analyse af klimamedborgerskabet i et historisk og komparativt perspektiv med henblik på at afdække såvel kontinuitet og nybrud i forhold til den klassiske medborgerskabside. Rapporten suppleres af en manual for etablering af 'I pledge...'-bevægelser i andre byer og videnskabelige publikationer i internationale toptidsskrifter.

Projektet er baseret på en tværfaglig integration af offentlig administrationsteori om interaktiv styring og samskabelse, økonomisk adfærdsforskning fokuseret på nudging, forskning i digital mediekommunikation og psykologisk viden om sammenhængen mellem identitet og adfærd. Bemandingen på de fire områder er som følger:

- 1) Samskabelsesteori: Jacob Torfing, Eva Sørensen, Annika Agger, Karsten Bruun Hansen, Roskilde Universitet
- 2) Økonomisk adfærdsteori: Jon Kvist, Kim Sass Mikkelsen, Jonas Krogh Madsen, Roskilde Universitet
- 3) Digital mediekommunikation: Jakob Ohme, Amsterdam University, Søren Schultz Jørgensen, Kontrabande
- 4) Psykologisk identitet og adfærdsteori: Jeppe Læssøe, Simon Elsborg, DPU Aarhus Universitet

Københavns Kommunes overborgmesterkontor og Teknik og Miljøforvaltning er aktive partnere i projektet. Anne-Mette Scheibel og Nanna Hebsgaard, Resonans, inddrages i planlægning og facilitering af workshops.

Afslutningsvis skal det bemærkes, at samskabelsen af københavnernes klimamedborgerskab og adfærdseffekten af dette indskrives som en del af den lokale indsats for at fremme realiseringen af FN's verdensmål (mål 13).