

verktygslåda

FÖR MUSEER I
KLIMATKRISENS
TID

I used to think the top environmental problems were biodiversity loss, ecosystem collapse, and climate change. I thought that with 30 years of good science, we could address those problems. But I was wrong. The top environmental problems are selfishness, greed, and apathy. And to deal with those we need a spiritual and cultural transformation—and we scientists don't know how to do that.

GUS SPETH, MILJÖAKTIVIST OCH JURIST

Den här verktygslådan innehåller några olika redskap hämtade från klimatpsykologi och miljökommunikation, som kan användas i museernas arbete med programverksamhet, kommunikation och utställningar.

Med hjälp av verktygslådan kan du positionera, precisera och reflektera över museets verksamhet i relation till miljökrisen. Fokus ligger på museernas unika möjlighet att hantera existentiella frågor.

Under rubriken *Resurser online* finns även tips på webbplatser som tillhandahåller klimatkalkylatorer, fakta om smart återbrukande och annat som rör hur museerna kan minska sina egna klimatavtryck.

MUSEERNAS ROLL

Vad är museernas roll i klimatkrisen? Hur tar vi vara på museernas potential som plats för kunskap, samtal och förändring? Det finns mycket ett museum kan göra för att motverka klimatkrisen. En del handlar om att minska koldioxidavtrycket i den praktiska verksamheten kring till exempel utställningsproduktion och föremålshantering. Men en annan – och kanske i det långa loppet mer avgörande faktor – finns i museernas förmåga att skapa kraft till gemensam förändring. Museer är platser för konst, kulturhistoria och vetenskap.

Samlingarna är fyllda av kollektiva minnen och berättelser som kan ge nya perspektiv på såväl historia som samtid och framtid. Utställningar och samlingar ökar inte bara besökarnas kunskap utan påverkar även deras känslor, vilket är precis vad som behövs för att en förändring ska ske.

I konsten, i vidaste bemärkelse, prövas vad som är viktigt i livet och hur vi kan skapa förändring. Detta är grundläggande när vi står inför en kris. De frågor som konsten och kulturen väcker leder till att samhällen omdanas.

FÖRÄNDRINGSARBETE

Förändring börjar inifrån. Om museerna menar allvar med att arbeta aktivt med klimat - och miljöfrågor behövs det ett ledarskap som lyfter in klimat- och miljöfrågor i *visionen* för verksamheten, eller (om verksamheten styrs av regleringsbrev eller andra styrdokument från högre ort) i museets *identitet* eller ryggrad. Visionen måste delas mellan chefer och medarbetare så att de alla blir *motiverade*, och cheferna se till att det både finns tillräcklig *kompetens* och avsätts *resurser*, så att det finns konkreta möjligheter att genomföra förändringarna. Dessutom behövs en långsiktig *plan* för hur arbetet ska genomföras. Saknas någon av ovan nämnda bitar blir det svårare att ge-

nomföra förändringen och risken ökar för förvirring, oro, frustration, ineffektivitet och begränsat resultat. I sådana fall gäller det förstås att navigera runt problemen och finna lösningar trots allt, men om det finns ett tydligt ledarskap i frågan blir resan betydligt enklare.

Museernas interna miljöarbete är viktigt för att skapa legitimitet och närvaro i frågan. Ett museum som inte ser över sitt eget miljöarbete samtidigt som det erbjuder besökarna programverksamhet, utställningar eller platser för reflektion kring miljökrisen, saknar trovärdighet. Men att begränsa ambitionen till det egna interna miljöarbetet vore att gå miste om den verkliga potentialen som finns just hos museerna.

KLIMATPSYKOLOGI

Det finns psykologiska förklaringar till varför vi människor har så svårt att ställa om till hållbara levnadsvanor. Här följer några begrepp som kan vara bra att känna till.

Habituering – Vi vänjer oss vid katastrofnyheter och politiker som inte agerar. För att nå fram till människor fordras något mer än upprepande av information och fakta. Det behövs berättelser som berör på djupet.

Negative spill over effect – Vi har en tendens att förhandla med oss själva och betrakta våra individuella klimatåtgärder i termer av insättningar och uttag. Jag sopsorterar (insättning), och kan därför unna mig att ta bilen till jobbet (uttag), för det har jag förtjänat. Konsekvensen blir ofta att klimatkontot blir obalanserat och uttagen högre än insättningarna.

Osund uthållighet – När vi väl har investerat (tid, engagemang eller pengar) i en idé eller en process, så har vi svårt att släppa taget. En ohållbar livsstil kan alltså vara svår att bryta just på grund av att vi inte vill ge upp det vi redan är investerade i.

Förlustaversion – Människor avskyr att bli av med saker och privilegier. Därför behöver fokus ligga på det man får istället för på det man behöver avstå. Och framförallt behövs visioner och berättelser om vart vi är på väg och hur vi ska leva i ett hållbart samhälle.

Kognitiv dissonans – När vi inte lyckas leva i enlighet med våra värderingar uppstår något som kallas för kognitiv dissonans. Det är en obehaglig känsla och vi kan hantera den på två sätt: antingen genom att försöka ändra vårt beteende så att det stämmer bättre överens med våra värderingar, eller (vilket är vanligare) genom att bortförklara beteendet med att frågan inte är så viktig för oss eller genom att skylla på andra.

TÄNK PÅ

- ∞ Att rikta fokus mot de beteendeförändringar som har stor effekt. Energiåtgången för ett individuellt beslut med relativt liten påverkan (Jag köper den ekologiska gurkan!) är lika stor som för beslut med relativt stor påverkan (Jag föreslår att vi beställer ekologisk mat till alla våra kommande julfester). Störst effekt har det som berör många och som är långsiktigt.
- ∞ Att inte reducera museibesökarna till enbart individuella konsumenter.

Se dem också som aktiva medborgare med påverkansmöjligheter utöver vad de väljer och väljer bort att köpa.

- ∞ Att inte upprepa inte samma narrativ gång på gång. Ifrågasätt bildspråk i utställningar och övrig kommunikation.
- ∞ Att erbjuda miljöer där besökarna får känna gemenskap och hopp och kan fylla på energiförråden. Skapa rum för reflektion och engagera besökarna känslomässigt.

LEDORD

Hopp – Forskningen inom miljökommunikation lyfter fram hopp som något centralt för att vi ska kunna ställa om till en hållbar framtid. Men hopp-narrativet får inte göra att vi inte vågar vara kritiska mot våra berättelser eller att vi väjer för de svårare frågorna om till exempel prioriteringar, handlande och ansvar. Hopp är inte samma sak som blind tilltro, utan innebär en öppenhet för att förändring är möjlig. Det finns också forskning som visar att hopp borde ses som ett verb, eftersom människor upplever hopp just när de är delaktiga i att agera för en mer hoppfull framtid.

Mod – Museer behöver våga sticka ut näsan, skriva debattartiklar och omfamna olika åsikter. Mod får vi när vi möter andra och tillåter våra känslor att få finnas där och ge oss kraft till agerande.

Right-Sizing – Anpassa verksamheten efter möjligheterna. Hur ofta är det rimligt att byta utställningar? För vems skull gör vi det? Istället för att förändra museets utställningar i snabb takt, kan besökarna få återvända till något bekant och reflektera över hur de själva har förändrats sedan det senaste besöket.

Långsamhetens lov – Erbjud möjligheter till reflektion. Gör program kring ett enda verk eller föremål. Satsa på en radikalt fördjupad närvaro istället för konstant flöde av nyheter.

Walk the talk – Det måste finnas handlingar som motsvarar snacket, annars blir det lätt fråga om green washing. Men även det omvända gäller. Kommunicera det som görs på området, och låt det tjäna som inspiration till besökare och kollegor. I annat fall blir det fråga om green hushing.

Sit with the shit – En variant på Donna Haraways *Staying with the trouble*. Alltså, öppna upp för att möta det svåra med acceptans och mod istället för med förnekelse och avtrubning.

Synliggör komplexitet – Att synliggöra är ofta viktigare än att färdigförklara. Räds inte att väcka frågor, även om det inte finns några enkla svar.

Var både förlossningsavdelning och hospice – Museerna kan vara både förlossningsavdelning för innovation och nya perspektiv och hospice för det vi måste lämna och avstå. Vissa saker som omställningen för med sig behöver vi få sörja.

Framtiden har inte hänt – Alltså kan den påverkas. Skapa kopplingar mellan historia, samtid och framtid.

Ta vara på museets specifika potential – Kulturhistoriska museer sitter till exempel på kunskaper om hur man levde klimatsmart förr i tiden, konstmuseer visar föremål som berättar om vad det är att vara människa, och naturvetenskapliga museer kan gestalta vad som händer med våra livsmiljöer i klimatförändringarnas spår.

Agera kollektivt – Närliggande museer kan samverka, till exempel genom att arbeta kring ett gemensamt tema, utifrån sina specifika samlingar och förutsättningar. Bjud in kollegor från andra museer och discipliner till samtal. Hänvisa till varandra och utgör varandras resurser.

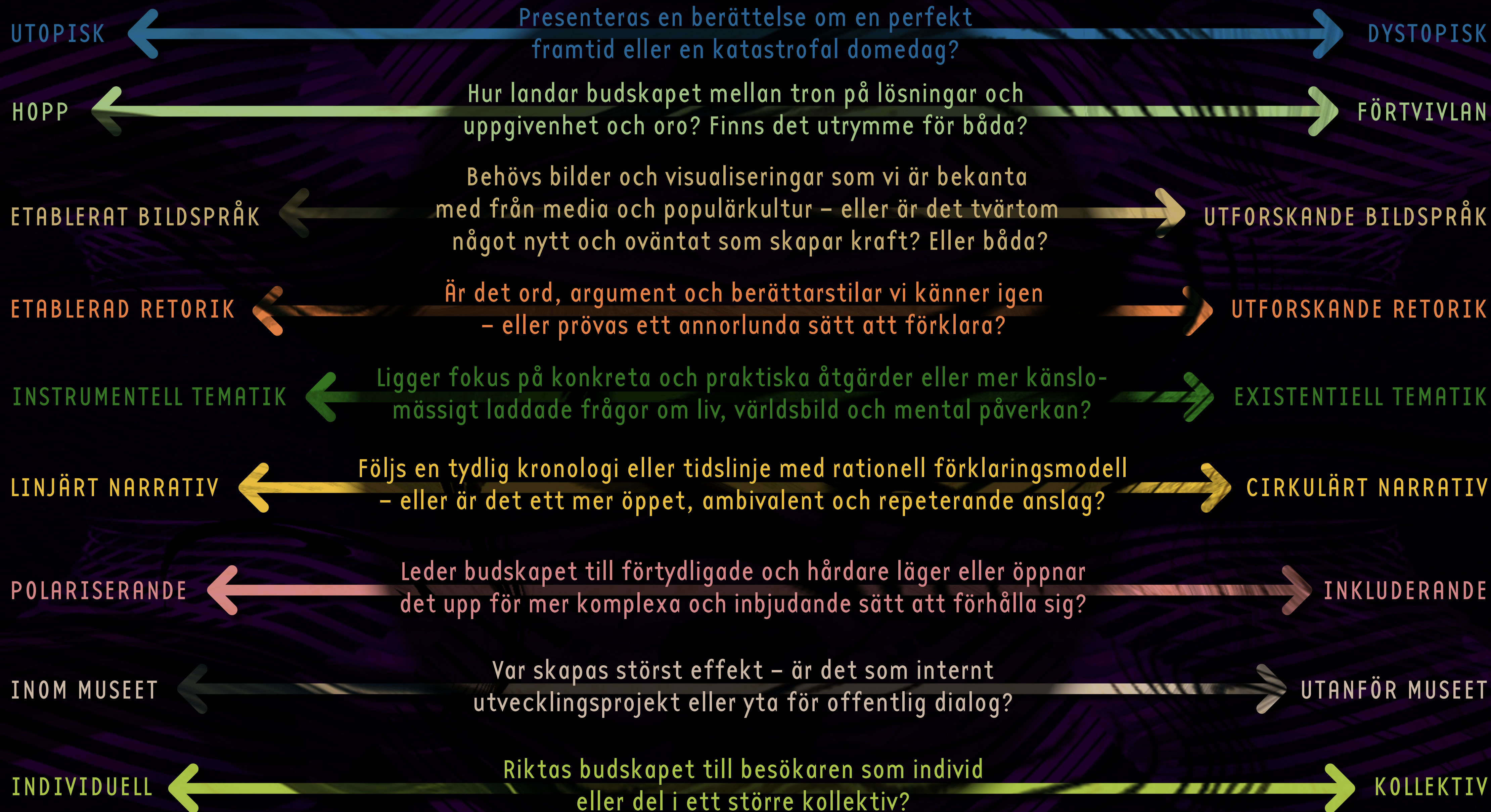
Generositet – Det är frigörande att erkänna misstag. Dela med er även av det som inte går enligt plan med kollegor på olika institutioner, och ibland även med besökarna. Vi kan lära både av varandras framgångar och motgångar. Generositet bygger förtroende.

Omfamna ohanterligheten – Klimatkrisen berör i stort sett alla delar av den mänskliga erfarenheten. Detta kan skapa en känsla av ohanterlighet som kan leda till frustration och förvirring. Vänder man på perspektivet och ser ohanterligheten i sig som en konstruktiv läroprocess kan mycket hända. I stället för att sträva efter en perfekt berättelse – sträva efter kraften i att känna gemenskap i det sårbara och svårgripbara.

KOMPASSEN

Kompassen är ett verktyg för att hålla koll på några betydelsefulla parametrar. Det finns inte några rätta svar och tanken är alltså inte att alla utställningar och program ska ha fullt utslag i en viss riktning.

Genom att stämma av planerna mot kompassen kan medvetna beslut fattas. Om exempelvis en planerad utställning som berör frågor som biologisk mångfald, klimat eller miljö utgår från ett etablerat bildspråk av gammal vana, kan det vara läge att tänka ett varv till. Likaså om alla förmedlande insatser stannar inom museets väggar. Finns det möjlighet att nå även människor som inte besöker museet? Se kompassen som ett verktyg för att medvetandegöra var ni befinner er och säkerställa att ni är på väg åt rätt håll.



RESURSER ONLINE

Julie's Bicycle, www.juliesbicycle.com

Ki Culture, www.kiculture.org

Världskulturmuseernas webbsida om hållbara museer,
www.varldskulturmuseerna.se

Riksantikvarieämbetets webbsida om museer och hållbarhet.
www.raa.se

Naturvårdsverket, www.naturvardsverket.se

Museums for Climate Action, www.museumsforclimateaction.org

BOKTIPS

Jenny Andersson, Erik Westholm, *Slaget om framtiden: Forskningens roll i konflikten mellan tillväxt och miljö* (Santérus Förlag, 2019)

Kali Andersson, Frida Hylander, Kata Nylén, *Klimatpsykologi* (Natur och Kultur, 2019)

Jonna Bornemark, *Det omätbaras renässans* (Volante, 2018)
och *Horisonten finns alltid kvar* (Volante, 2020)

Klas Grinell, *Eudaimonia: Om det goda livet i klimatomställningens tid* (Fri Tanke, 2021)

Kimberly Nicholas, *Under the Sky We Make* (Bantam USA, 2021)

Göran Sundqvist, *Vem bryr sig? Om klimatforskning och klimatpolitik* (Daidalos, 2021)

Verktygslådan är resultatet av workshopserien Museerna och klimatkrisen som Moderna Museet tillsammans med SLU arrangerade under 2022 inom ramen för forskningsprogrammet Mistra Environmental Communication. Framtagen av Ylva Hillström, Svante Helmbæk Tirén, Hanna Bergeå. Formgivning av Brita Lindvall Leitmann och Mariana Alves Silva, 2023.

MODERNA MUSEET

MISTRA Environmental Communication

