

15 GODE RÅD TIL KULTURAKTØRER:

SÅDAN SKABER DU KULTUROPLEVELSER FOR BÆREDYGTIG TRIVSEL

Af Simon Elsborg Nygaard, bæredygtighedspsykolog og ph.d. i bæredygtig trivsel

I projektet 'Kultur for bæredygtig trivsel' har Region Midtjylland i samarbejde med Simon Elsborg Nygaard, bæredygtighedspsykolog og ph.d. i bæredygtig trivsel, arbejdet med, hvordan bæredygtighedspsykologi og forskning i bæredygtig trivsel kan bruges til at designe kunst og kultur, som muliggør gode liv indenfor de planetære grænser.

Nedenfor følger 15 kortfattede og skarpt skårne gode råd, som kunst og kulturaktører kan tage med sig i arbejdet med at fremme bæredygtighed og bæredygtig trivsel. Rådene er baseret på erfaringerne fra projektet og er formuleret så kort som overhovedet muligt uden uddybninger eller nuanceringer.

Rigtig god arbejdslyst!

I. BRUG DIN FAGLIGHED

Arbejd både med driften omkring kunsten og kulturen, men også med kunst og kultur som metode til påvirkning. Din største styrke er din kernefaglighed og unikke evne til at bruge kunstneriske og kulturelle virkemidler og formater til at nå, påvirke og engagere publikum. Arbejd derfor ikke kun på bæredygtighed i driften, men skab kunst og kultur, som i sig selv har til formål at fremme bæredygtighed og bæredygtig trivsel.

2. ET EKSTRA OMRÅDE

Mind eventuelt dig selv og dine kolleger om, at arbejdet med at påvirke til bæredygtighed ikke er noget, som skal påtvinges kunstnere på bekostning af den frie kunst. Derimod er det et ekstra virkeområde, som man kan kaste sig over, hvis man har noget på hjerte indenfor lige præcis dette tema.

3. HVEM MANGLER DIG OG DIN FAGLIGHED?

Skab samarbejder på tværs med aktører, der har brug for at påvirke mennesker i en mere bæredygtig retning, men som mangler greb til at gøre det. Det kan fx være kommuner, regioner, virksomheder og organisationer, som alle skal skabe indre og ydre forandringer hos mennesker, men ikke har løsningerne endnu. Her kan du med formater og virkemidler fra kunst og kultur være med til at løfte deres menneskeorienterede bæredygtighedsarbejde til nye højder.

4. FORSTÅ DIN MÅLGRUPPE

Mød din målgruppe, hvor de er. Forstå hvad din målgruppe gerne vil, og hjælp dem med det. Langt de fleste vil gerne sætte et positivt aftryk på planeten og andre mennesker. Du behøver ikke skabe motivation, men blot møde mennesker der, hvor de er motiverede i forvejen. Og antænde, kanalisere eller muliggøre det, de vil, fordi det ofte vil falde under paraplyen bæredygtig trivsel.

5. DAN PARTNERSKABER

Samarbejd med andre fagområder for at skærpe dine evner til at nå og påvirke publikum. Når du vil engagere kollegaer, samarbejdspartnere og publikum til bæredygtighed og bæredygtig trivsel, så samarbejd med andre fagligheder, som kan øge din forståelse af de mennesker, som du ønsker at nå og påvirke. Fx ved at øge forståelsen for årsager til motivation, engagement, meningsfuldhed, adfærdsforandringer eller livskvalitet.

6. HVORDAN VIL DU PÅVIRKE?

Vær præcis i din forståelse af, hvordan du vil påvirke publikum. Er det fx indre eller ydre forandringer du vil facilitere? Og hvad indebærer forandringen specifikt? Alt efter hvilken indre eller ydre adfærdsmæssig forandring, du vil påvirke til, vil der være forskellige barrierer og muligheder i forhold til at lykkes.

7. BRUG RELEVANT VIDEN OM PUBLIKUM

Brug den mest relevante viden om mennesker til at forstå din målgruppe. Ofte forstås publikum og andre målgrupper igennem faktorer såsom alder, køn, uddannelse, postnummer osv. Men hvis målet er at skabe fx motivation og adfærdsforandringer, er det bedre at lave publikumsanalyser med afsæt i viden om årsager til motivation og adfærdsforandringer.

8. FØLELSER ER ENERGI

Følelser er energi, brug dem til at skabe forandring. Det er ikke nok at formidle viden og fakta, som det ofte gøres indenfor bæredygtighed. Tænk først og fremmest over, at du skal aktivere følelser hos dit publikum. Og vær bevidste om, hvilke følelser du kommer til at aktivere og med hvilket formål.

9. NEGATIVE FØLELSER KAN MOTIVERE OG SKABE HANDLING

Brug negative men energifyldte følelser såsom angst, frustration, desperation og vrede til at skabe handling. Men husk at kombinere det med positive visioner for, hvad vi gerne vil have mere af.

10. VÆR OPMÆRKSOM PÅ, HVILKE FØLELSER DER AKTIVERES

Vær varsom med at aktivere negative følelser, som kan lede til passivitet og stilstand, fx sorg, opgivenhed og afmagt. Hvis du beslutter at forsøge at aktivere disse følelser, så overvej nøje, hvordan det på kort eller lang sigt kan fremme bæredygtig trivsel. Fx kan oplevelse af sorg bruges til at skabe fordybelse, refleksion og erkendelse af verdens tilstand. Som kan skabe basis for en villighed til forandring.

II. POSITIVE FØLELSER KAN MOTIVERE OG SKABE HANDLING

Aktivér også positive følelser og relaterede tanker. Mennesker er motiverede af både negative og positive følelser. Det, vi vil væk fra, og det, vi vil hen til. Det, vi frygter, og det, vi længes efter. Begge poler er stærkt motiverende, men positive tanker og følelser fylder næsten altid for lidt inden for arbejdet med klima og bæredygtighed. Påvirk derfor gerne til positive følelser såsom håb, inspiration, begejstring, stolthed, personlig betydning, indflydelse, meningsfuldhed, afklarethed, forbundenhed, kærlighed, tro på en bedre verden, fremgang, handlekraft med mere.

12. VIS ET BÆREDYGTIGT LIV UDEN AFSAVN

En af de formidlingsmæssige fejltrin, der er blevet begået i arbejdet med bæredygtighed, er, at der har været meget fokus på afsavn og forbud. Vis, hvordan et godt liv på mange måder kan være bæredygtigt uden væsentlige afsavn. Og hvad vi kan gøre og få mere af. Fx samvær, tid, nærvær, kvalitetstid, oplevelser, meningsfulde arbejdsliv og meget mere, som godt kan kombineres med et bæredygtigt ressourceforbrug.

13. FOKUSÉR PÅ DEN INDRE FORANDRING

Fokusér gerne på at skabe indre forandring og udvikling, som er én af styrkerne indenfor kunst og kultur. Indenfor bæredygtighed måles impact ofte i adfærdsforandringer og ydre påvirkning på de planetære grænser, hvilket selvsagt er vigtigt. Men en indre forandring eller udvikling er også vigtigt. Fx kan en indre forandring, som skaber øget livskvalitet, være et mål i sig selv. Eller en indre forandring, fx i form af øget motivation, kan føre til ydre forandring som fx mere bæredygtige forbrugsmønstre eller bæredygtige valg af uddannelse og karriere. Herved kan én indre forandring påvirke adfærd og ydre forandringer på tværs af livsdomæner. Samtidigt har kunst og kultur en række formater og metoder, som er oplagte til at skabe indre forandring og udvikling.

14. GIV HANDLEMULIGHEDER

Sørg for at tilbyde handlemuligheder. Enten som en del af selve kunst- og kulturoplevelsen - eller i umiddelbar forlængelse heraf. Når mennesker indser, at de gerne vil gøre en forskel i forhold til klima og bæredygtighed, er det vigtigt, at der er handlemuligheder til stede. Ellers risikerer man, at motivationen til at gøre en forskel bliver omdannet til forklaringer på, hvorfor man ikke skal gøre noget alligevel.

15. UNDGÅ INDIVIDUALISERING

Individualisér ikke bæredygtighedsudfordringen. Bæredygtighedspsykologien kan bruges til at forstå mennesker og deres indre og ydre liv i en given kontekst, herunder hvad der skaber bæredygtig trivsel. Det betyder ikke, at ansvaret udelukkende skal ligge på individets skuldre. Det betyder blot, at vi skal tage udgangspunkt i forståelsen af mennesker, når vi bruger kunst og kultur til at skabe forandringer hos individer, systemer og strukturer med henblik på at fremme bæredygtig trivsel.

VIL DU VIDE MERE OM KULTUR FOR BÆREDYGTIG TRIVSEL?

[Læs mere om projektet 'Kultur for bæredygtig trivsel'](#)

[Læs mere om Simon Elsborg Nygaards øvrige arbejde](#)