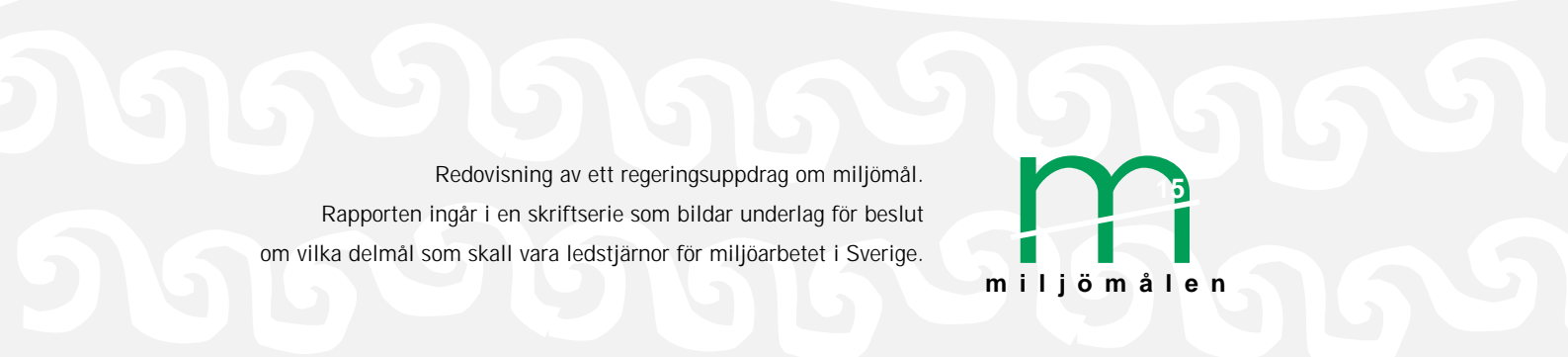




MILJÖMÅLEN I SVERIGE

# Kommunikationsstrategi

Plattform för myndigheters arbete med miljömålen



Redovisning av ett regeringsuppdrag om miljömål.

Rapporten ingår i en skriftserie som bildar underlag för beslut om vilka delmål som skall vara ledstjärnor för miljöarbetet i Sverige.

**m**  
miljömålen



RAPPORT 5018

MILJÖMÅLEN I SVERIGE

# Kommunikationsstrategi

Plattform för myndigheters arbete med miljömålen

Riksdagen har slagit fast 15 miljö kvalitetsmål som ska visa vägen till ett ekologiskt hållbart samhälle inom en generation. I denna lägesrapport presenteras övergripande nationella strategier för kommunikation kring de nationella miljömålen samt en handlingsplan för hur målen kan göras kända. Strategin har arbetats fram i samarbete mellan tio myndigheter.

Strategins yttersta syfte är att genom kommunikation medverka till att miljömålen nås. Avsikten är att strategin ska vara ett levande dokument som utvecklas och kompletteras med delstrategier. Informationsplaner och aktiviteter tas fram efter hand som samarbetet mellan olika aktörer utvecklas. Arbetet kommer att fortlöpande rapporteras till regeringen.

Rapporten är också ett underlag för miljömålskommittén. I juni år 2000 lämnar kommittén ett samlat förslag till delmål och åtgärdsstrategier till regeringen.

**BOVERKET  
FISKERIVERKET  
JORDBRUKSVERKET  
KEMIKALIEINSPEKTIONEN  
NATURVÅRDSVERKET  
RIKSANTIKVARIEÄMBETET  
SKOGSSTYRELSEN  
SOCIALSTYRELSEN  
STATENS STRÅLSKYDD SINSTITUT  
SVERIGES GEOLOGISKA UNDERSÖKNING**

ISBN 91-620-5018-4  
ISSN 0282-7298

NATURVÅRDSVERKET FÖRLAG



MILJÖMÅLEN I SVERIGE

# Kommunikationsstrategi

Plattform för myndigheters arbete med miljömålen.

För innehållet i denna rapport svarar Naturvårdsverket. Rapporten har arbetats fram i samarbete med Boverket, Fiskeriverket, Jordbruksverket, Kemikalieinspektionen, Riksantikvarieämbetet, Skogsstyrelsen, Socialstyrelsen, Statens strålskyddsinstitut samt Sveriges geologiska undersökning.

Beställningsadress:  
Naturvårdsverket  
Kundtjänst  
106 48 Stockholm

Tel: 08-698 12 00  
Fax: 08-698 15 15  
E-post: kundtjanst@environ.se  
Internet: www.environ.se

ISBN 91-620-5018-4  
ISSN 0282-7298

© Naturvårdsverket  
Omslag: form Hönig/NV, illustration Engman/Hönig  
Tryck: Graphium Norstedts Tryckeri 1999-09  
Upplaga: 1000 ex

# Förord

---

Riksdagen har lagt fast femton nationella miljö kvalitetsmål. De skall vara utgångspunkt för ett system med mål- och resultatstyrning av samhällets miljöarbete. Målen beskriver översiktligt tillståndet i miljön för ett samhälle som från ekologisk synpunkt kan bedömas ha en hållbar utveckling. Tanken är att miljö kvalitetsmålen skall nås inom ungefär en generation. Därmed skall vi till nästa generation kunna lämna över ett samhälle där de stora miljöproblemen är lösta.

De femton miljö kvalitetsmålen är:

1. Frisk luft.
2. Grundvatten av god kvalitet.
3. Levande sjöar och vattendrag.
4. Myllrande våtmarker.
5. Hav i balans samt levande kust och skärgård.
6. Ingen övergödning.
7. Bara naturlig försurning.
8. Levande skogar.
9. Ett rikt odlingslandskap.
10. Storslagen fjällmiljö.
11. God bebyggd miljö.
12. Giftfri miljö.
13. Säker strålmiljö.
14. Skyddande ozonskikt.
15. Begränsad klimatpåverkan.

För att bli användbara i miljöarbetet måste målen preciseras. Det görs genom delmål och genom att ange åtgärdsstrategier eller handlingsvägar och mått för uppföljning. Samhällets olika sektorer sätter sedan med ledning av delmålen upp mål för sitt miljöarbete – sektorsmål.

Regeringen har redan föreslagit vissa delmål. Därutöver har ett tjugotal statliga myndigheter fått regeringens uppdrag att utveckla delmål och föreslå handlingsvägar för att nå dem eller att utveckla sektorsmål och föreslå åtgärder. Vissa myndigheter har uppdrag både som ansvariga för ett eller flera miljö kvalitetsmål och som sektorsmyndighet. Länsstyrelserna och skogs- vårdsstyrelserna skall utveckla regionala mål och åtgärder.

Två parlamentariska beredningar, Miljömålskommittén och Klimatkommittén, kommer efter den 1 oktober 1999 att ta hand om underlaget från samtliga myndigheter, för det fortsatta arbetet med att få fram ett slutligt förslag om delmål och åtgärdsstrategier till regeringen.

Naturvårdsverket har redovisat regeringsuppdragen om miljömål i en särskild skrivelse. Denna rapport behandlar övergripande kommunikationsstrategier för myndigheternas arbete med miljömålen. Strategin är framtagen i syfte att utgöra ett underlag för Miljömålskommitténs fortsatta arbete. En väsentlig del i en nationell strategi är att utveckla stöd till lokala aktörer. Ett sådant stöd utvecklas bäst tillsammans med kommuner, sektorsmyndigheter, organisationer m.fl. på det lokala planet. Avsikten är att strategin ska vara ett levande dokument som utvecklas med delstrategier och kompletteras med informationsplaner och aktiviteter vart efter samarbetet mellan olika aktörer växer fram.

Rapporten har författats av Marie Öquist, Naturvårdsverket i nära samarbete med Anna-Karin Boulliant, Boverket, Maria Hellsten, Fiskeriverket, Birgitta Fluor, Jordbruksverket, Lars Frej, Kemikalieinspektionen, Jan Svensson, Riksantikvarieämbetet, Anders Olsson, Skogsstyrelsen, Monica Carlson, Statens strålskyddsinstitut, Eva Lidén, Sveriges geologiska undersökning, samt Ann Kring, Socialstyrelsen.

# Innehållsförteckning

---

Sammanfattning.....	7
Bakgrund .....	12
- Nya nationella miljö kvalitetsmål .....	12
- Myndigheternas arbete .....	12
- Informationsgrupp .....	13
Utgångspunkter.....	14
- Uppdraget .....	14
- Tolkning och konkretisering av uppdraget .....	15
Miljömålen och omvärlden.....	18
- Enig riksdag bakom målen.....	19
- Miljö och demokrati.....	20
- Internationalisering .....	20
- Ny informationsteknik .....	22
- Nya roller för myndigheterna.....	22
- Ny miljöbalk .....	23
- Samband med andra viktiga samhällsfrågor .....	24
Nationell kommunikationsstrategi.....	26
- Förutsättningar för en nationell kommunikationsstrategi .....	26
- Övergripande strategiska frågor.....	28
- Struktur för miljöarbete och kommunikation.....	29
- Strategiska grepp i arbetet med miljö kommunikation .....	33
- Separata strategier för olika arenor och miljö mål .....	34
Handlingsprogram för genomförande och fortsatt planering .....	35
- Mål för genomförandets första fas .....	35
- Myndigheternas inre arbete.....	35
- Myndigheternas externa arbete .....	38
- Insatser hösten 1999.....	39
- Viktiga tidpunkter i den fortsatta planeringen .....	40
- Organisation och resurser.....	41
<b>Bilagor:</b>	
1. Separata strategier för respektive miljö mål och viktiga arenor för informationsarbete .....	45
2. Underlag för kostnadsberäkning.....	54





# Sammanfattning

---

**I denna lägesrapport presenteras övergripande nationella strategier för kommunikation kring de nationella miljömålen samt en handlingsplan för hur målen kan göras kända. Strategin har arbetats fram i samarbete mellan tio myndigheter.**

**Strategins yttersta syfte är att genom kommunikation medverka till att miljömålen nås. Avsikten är att strategin ska vara ett levande dokument som utvecklas och kompletteras med delstrategier. Informationsplaner och aktiviteter tas efter hand som samarbetet mellan olika aktörer växer fram.**

## **Utgångspunkter för kommunikationsstrategin**

Regeringen har gett Naturvårdsverket i uppdrag att tillsammans med berörda myndigheter utforma strategier för att göra miljömålsarbetet känt på olika nivåer i samhället. Uppdraget skall redovisas i tillämpliga delar senast den 1 oktober. Detta ser vi som ett led i ett vidare uppdrag. Kännedom om miljö kvalitetsmålen är en förutsättning för framgång i det fortsatta arbetet, men är inte tillräckligt då det huvudsakliga syftet måste vara att samhällets informationsinsatser används på ett sådant sätt att målen uppnås.

Informationen ska vara konkret och bygga på den infrastruktur som finns i samhället. Det innebär att miljömålen inte ska ses som ett uppdrag vid sidan om andra uppdrag i miljöarbetet utan som en naturlig del i miljöarbetet. Arbetet inriktas på att få miljömålen att hamna i fokus t.ex. i arbetet med Agenda 21, ekologisk hållbarhet, miljöbalken och Europa-MaTs, i uppbyggnaden av miljöledningssystem och under de informationsaktiviteter som kommer att vidtas under Sveriges ordförandetid i EU. I andra hand skapas nya aktiviteter.

Därför ska inte en särskild organisation byggas upp för att informera om miljömålen. Istället ska olika myndigheters och organisationers uppbyggda informationskanaler, kontakter och trovärdighet hos olika målgrupper utnyttjas.

En väsentlig del i en nationell strategi är att utveckla kommunikation med lokala aktörer. Det stöd centrala myndigheter kan ge utvecklas bäst tillsammans med kommuner, sektorsmyndigheter, organisationer m.fl. på det lokala planet. Avsikten är att strategin ska vara ett levande dokument som utvecklas med delstrategier och kompletteras med informationsplaner och aktiviteter vart efter samarbetet mellan olika aktörer växer fram.

Långsiktighet, dialog, delaktighet, samverkan, trovärdighet och kunskap är några nyckelord för att nå framgång i miljömålsarbetet. Uppgiften – att nå de nationella miljökvalitetsmålen - ska klaras av inom en generation. Informationen måste utformas och organiseras utifrån de förutsättningar dessa nyckelord ger.

För att lyckas måste många olika aktörer finna handlingsvägar som fungerar tillsammans med andra aktörers. Dialog mellan aktörerna är nödvändig för att undvika dubbelarbete, uppnå synergieffekter eller för att hindra att olika aktörer väljer handlingsvägar som motverkar varandra. Lösningarna måste också fungera under lång tid. Informationens organisation och utformning måste därför präglas av långsiktighet.

Samarbete ökar möjligheten att finna lösningar som är hållbara både i tid och rum och skapar en naturlig förankringsprocess. Att bygga upp ett gott samarbete är tidskrävande, men väl använt borgar uppbyggnadsfasen för ett samarbete som kan fungera över mycket lång tid. Grunden för samarbete läggs bl.a. genom att olika myndigheter bygger gemensamma plattformar för information och kommunikation. Denna strategi är ett exempel på en sådan plattform.

Strategin har tagits fram av en arbetsgrupp för miljömålsinformation som bildats mellan följande tio myndigheter; Naturvårdsverket, Boverket, Fiskeriverket, Jordbruksverket, Kemikalieinspektionen, Riksantikvarieämbetet, Skogsstyrelsen, Socialstyrelsen, Statens strålskyddsinstitut samt Sveriges geologiska undersökning. Naturvårdsverket leder gruppens arbete.

Strategin bygger på förutsättningen att dessa myndigheter har etablerade kanaler och trovärdighet på sina respektive områden.

### **Kombination av styrmedel**

Information är ett nödvändigt instrument för att målen ska kunna nås. Information är det enda verktyg som både kan skapa god kommunikation mellan aktiva aktörer och föra den vidare till nya grupper. Utan information kan vi inte heller sprida kännedom om och skapa acceptans för de lagar, regler och åtgärder som ska leda till att målen nås.

Information är ett mjukt styrmedel som fungerar bäst i kombination med andra styrmedel. Möjligheterna att uppnå miljökvalitetsmålen ökar om myndigheterna förfogar över ett brett spektrum av styrmedel där avvägningar mellan olika handlingsalternativ kan göras. Lagar, ekonomiska styrmedel, utbildning, information, forskning och utveckling måste kombineras. En viktig förutsättning för ett framgångsrikt arbete med miljökommunikation är att riksdagen antar delmål som i sig är tydliga och uppföljningsbara.

Genom att arbeta med strategier och planer ges möjligheter att styra, strukturera och utvärdera informationsarbetet. Det är dock viktigt att vara med-

veten om vilket problem som informationsinsatsen ska lösa. Allt för många gånger väljs information som styrmedel utan att ha föregåtts av en problem-analys och används för att lösa problem som egentligen är ekonomiska, juri-diska, ekonomiska eller organisatoriska.

Informationsinsatser kommer att krävas under hela den tid arbetet för att nå målen pågår. Miljömålsarbetet och sektorisering innebär nya sätt att ar-beta och osäkerhet finns kring ansvarsfördelningar och roller. Att skapa en tydlig organisation är viktigt för att nå framgång, men är inte en informa-tionsuppgift. Däremot berörs informationsarbetet eftersom information ald-rig kan bli bättre än den verksamhet den speglar.

### **Förankring av strategin**

För att en kommunikationsstrategi ska få effekt i verksamheten måste de oli-ka aktörer som ska verka få vara med och utveckla strategin. Det är i dialo-gen kring en strategi som positionerna kan flyttas framåt.

Genom att använda oss av dialogen som en metod kan vi öka antalet aktörer som arbetar med miljömålsinformation. Genom att successivt utvidga de tio myndigheternas nuvarande arbetsgrupp för miljömålsinformation till att även omfatta ett nätverk av informatorer i näringslivet, folkrörelser, miljö-organisationer, regioner, kommuner och landsting m.fl. skapar vi möjlighe-ter till ett samarbete som kan leda till att miljömålen nås.

Att driva en utveckling framåt och samtidigt bjuda in till samarbete kräver ödmjukhet. Bland annat är det viktigt att avstå från frestelsen att gå händel-serna i förväg och utveckla färdiga förslag innan samarbetet ens börjat.

För att inte förekomma utvecklingsarbetet presenterar denna rapport över-gripande strategier som informationsgruppen är överens om. Vi pekar också ut områden som vi vill utveckla vidare i samarbete med andra men avstår från att presentera färdiga strategier eller aktiviteter där andra aktörer har ännu bättre möjligheter att medverka eller där förankringen fortfarande på-går inom våra egna myndigheter.

Avsikten är att fortlöpande utveckla strategier och informationsaktiviteter för nya områden samt att redovisa detta arbete till regeringen i nya läges-rapporter.

### **Två genomförandefaser**

Arbetet med miljömålen delar vi in i två genomförandefaser. Under den första fasen som sträcker sig fram till riksdagens kommande beslut om del-mål inriktas insatserna på att göra målen kända och att få till stånd en ut-veckling där miljömålen fungerar som riktmärke för i första hand myndig-heternas egna arbete. Detta är särskilt viktigt eftersom det kommer att dröja,

kanske upp till två år, innan riksdagen fastställt de delmål som ska vara ledstjärnor för miljöarbetet. Miljömålsarbetet får inte avstanna under denna tid.

Den andra genomförandefasen tar vid efter riksdagens beslut och pågår till dess målen uppnåtts. Fasen omfattar alla strategier för informationsarbetet kring miljömålen. Tonvikten ligger då på informationsinsatser som stödjer åtgärder och handlingsvägar som uttrycks i delmålen.

## **Handlingsplan**

Under den första genomförandefasen koncentreras arbetet till; myndigheter på olika nivåer, skolan och den högre utbildningen, förtroendevalda på olika nivåer samt näringslivet. De aktörer som finns inom dessa områden kan verka som viktiga vidareinformatörer. Tillsammans med berörda aktörer utvecklas strategier och konkreta insatser som leder till att miljömålen kan nås.

Informationens innehåll kopplas till pågående miljöarbete och informationsprojekt som myndigheterna driver på egen hand eller i samarbete med andra nyttjas för att sprida kännedom om miljömålen. Miljömålen blir ledstjärna i dessa projekt - projekten bidrar till att målen nås.

En nationell kampanj för att göra miljömålen kända kan genomföras, men kräver noggrann analys för att bli verkningsfull. Delaktighet och möjligheterna att påverka miljömålsarbetet t.ex. inför riksdagens beslut lyfts fram.

Under hösten 1999 inventerar informationsgruppen vilket informationsstöd bl.a. sektorsmyndigheter, länsstyrelser, kommuner och även näringslivet behöver från centrala myndigheter, departement och miljömålskommittén för att kunna sätta upp sektorsmål, regionala mål och lokala mål och för att kunna delta i informationsprocessen.

Under den andra genomförandefasen utvidgas antalet aktörer och strategiska områden.

## **Mål för informationen**

Kommunikationsstrategierna för miljömålen ska

- I första hand skapa delaktighet och en process, inte bara redovisa fakta och siffror
- Öka kunskapsnivån hos aktuella målgrupper
- Uppmärksamma prioriterade målgrupper/aktörer på lösningarna av miljöproblemen
- Stimulera olika aktörer till konkret handling i syfte att uppnå miljömålen
- Öka acceptansen för nya lagar och andra styrmedel samt underlätta förändringar i beteende och förhållningssätt.

## Resurser

Miljömålen är högt ställda. Informationen är ett nödvändigt instrument för att målen ska kunna nås och behöver därför resurser i relation till den ambitionsnivå som målen uttrycker. Finansieringen av de föreslagna aktiviteterna är inte löst vilket måste ske för att de idéer och uppslag som ska vidareutvecklas i samverkan med andra aktörer ska kunna genomföras. Trots att miljömålsarbetet ska ingå som en naturlig del i myndigheternas ordinarie arbete och möjligheten att "haka på" andra kampanjer utnyttjas - kommer befintliga anslag inte att räcka till. En betydande del av arbetet bör ske på lokal nivå, t.ex. inom ramen för Agenda 21.

Aktörernas sammanlagda behov kommer snarare att överstiga än underskrida 100 miljoner kronor under den första genomförandefasen. Ett rimligt antagande är att det kostar 20 kronor per individ att nå alla vuxna i yrkesför ålder, ca 5 miljoner personer, det blir 100 miljoner kronor. Då har vi ändå inte gjort mycket mer än att målen blivit kända – för de som lade märke till kampanjen.

För att klara finansieringen krävs en modell som både öronmärker pengar och samtidigt kan finansiera myndighetsöverskridande aktiviteter. En sådan modell användes t.ex. i det s.k. Decennieprojektet. UD och Kulturdepartementet öronmärkte då pengar som placerades hos Sida som i sin tur finansierat olika projekt hos t.ex. studieförbund. Socialdepartementet öronmärker sedan drygt 10 år tillbaka pengar för aids-information. Även för Agenda21 har öronmärkta medel avsatts tidigare.

Innan finansieringen av aktiviteterna klarats ut fortsätter arbetet med att göra målen kända, så som det beskrivs i genomförandeplanen - i den takt som resurserna medger.

# Bakgrund

---

**Riksdagen har antagit 15 miljömål för Sverige. De ska bl.a. preciseras i ett antal delmål som beskriver vad som ska uppnås inom ett särskilt område till en viss tid. Arbetet med att ta fram delmål har samordnats i en arbetsgrupp med representanter från tio myndigheter. För samordning och utveckling av informationsarbetet har en arbetsgrupp med informatorer från dessa myndigheter bildats.**

## Nya nationella miljökvalitetsmål

Den 28 april 1999 antog riksdagen 15 nationella miljökvalitetsmål. Målen beskriver översiktligt det tillstånd som måste uppnås från ekologisk och social/kulturell synpunkt för att vi ska kunna tala om en hållbar utveckling. De ersätter den tidigare ganska vildvuxna floran av mål för svensk natur och miljö.

Miljökvalitetsmålen anger riktningen för allt miljöarbete oavsett var och av vem det bedrivs. De visar vart vi vill nå till år 2020 (generationsmålet). För att få till stånd en utveckling i riktning mot hållbarhet behöver vi konkreta, tidsbestämda delmål som anger de första stegen på vägen för olika problemområden eller regioner. Delmålen ska göra miljökvalitetsmålen tydliga för den som orsakar problemen och för dem som ska genomföra förändringar.

Miljömålen är ett nytt verktyg som kan berika, effektivisera och flytta fram positionerna för en bättre miljö. För myndigheterna innebär miljömålsarbetet ett nytt sätt att arbeta. Det är miljömålen som ska styra utvecklingen och myndigheternas roll blir att utifrån sin sakkunskap samordna och driva arbetet framåt.

Aktörerna i miljömålsarbetet är många. Statliga myndigheter, kommuner, landsting samt näringsliv och organisationer arbetar eller kommer att arbeta med att anpassa och närmare beskriva de mål och handlingsvägar som behövs för att vi ska få ett ekologiskt hållbart samhälle.

## Myndigheternas arbete

Regeringen har gett nio myndigheter huvudansvar för att långsiktigt driva på miljömålsarbetet genom att utveckla och precisera de nationella miljökvalitetsmålen och föreslå delmål och handlingsvägar. De ska också löpan-

de följa om miljö kvalitetsmålen uppnås och vilka effekter de olika åtgärder-  
na har på miljön.

De huvudansvariga myndigheterna är: Naturvårdsverket, Kemikalieinspek-  
tionen, Riksantikvarieämbetet, Boverket, Statens strålskyddsinstitut, Social-  
styrelsen, Skogsstyrelsen, Jordbruksverket och Sveriges geologiska under-  
sökning.

Den 1 oktober 1999 ska dessa myndigheter redovisa sina förslag till nya  
delmål och handlingsvägar för att nå målen. En arbetsgrupp – myndighets-  
gruppen – har bildats för samordning av detta arbete. Där har förutom  
nämnda myndigheter även Fiskeriverket och en representant för Länsstyrel-  
serna ingått. Naturvårdsverket leder gruppens arbete.

Myndigheternas redovisning, där också denna kommunikationsstrategi in-  
går, kommer att vara underlag för miljömålskommittén, som har i uppgift att  
överlämna ett samlat förslag till regeringen i juni 2000.

## **Informationsgrupp**

Ovan nämnda myndigheter har bildat en arbetsgrupp – informationsgruppen  
- med informatörer från respektive myndighet för att utveckla det strategiska  
informationsarbetet.

Den primära uppgiften är att ta fram en kommunikationsstrategi för de  
svenska miljömålen. Strategin är utgångspunkten för det fortsatta gemen-  
samma informationsarbetet.

Arbetsgruppen har också haft till uppgift att ta ställning till det löpande be-  
hovet av informationsinsatser samt vara ett stöd till myndighetsgruppen i  
informationsfrågor. En stor del av det praktiska arbetet med rapportserien  
om miljömålen som överlämnas till regeringen den 1 oktober, har samord-  
nats av informationsgruppen.

Informationsgruppen har påbörjat arbetet med att ta fram ett gemensamt  
grundläggande presentationsmaterial om miljömålen. Många av gruppens  
medlemmar arrangerar också, tillsammans med pressekreterarna på respek-  
tive myndighet, en gemensam presskonferens för de tio myndigheterna i  
samband med rapporternas överlämnande till regeringen. Ett särskilt press-  
material tas fram till detta tillfälle.

Naturvårdsverket leder gruppens arbete.

# Utgångspunkter

---

**Uppdraget att i samverkan med berörda myndigheter göra miljömålen kända på olika nivåer i samhället är ett led i ett vidare uppdrag. Samhällets informationsinsatser måste utformas så att de leder till att målen nås.**

**Naturvårdsverkets har ett uttalat övergripande ansvar för att i samverkan med andra aktörer utveckla och driva miljömålsarbetet mot måluppfyllelse. Detta gäller även på informationsområdet. Tillsammans med andra aktörer ska Naturvårdsverket fortlöpande utveckla strategier och metoder för informationsarbetet.**

**Miljömålen anger riktningen för miljöarbetet och ska ses som en naturlig del i detta. Därför är det viktigt att inte bygga upp en ny organisation utan använda olika myndigheters och organisationers uppbyggda informationskanaler, trovärdighet och kontakter.**

## Uppdraget

### **Regeringens uppdrag - Strategi för miljömålen**

Naturvårdsverket har fått regeringens uppdrag:

*”att fortlöpande och i samverkan med berörda myndigheter föreslå strategier för att göra miljömålsarbetet känt på olika nivåer i samhället och i tillämpliga delar rapportera detta senast den 1 oktober 1999.”*

I miljömålspropositionen som antogs av riksdagen den 28 april 1999 beskrivs uppdraget att göra miljömålsarbetet känt enligt följande:

*”...Ett led i detta är att producera och sprida informationsmaterial till stöd för sektorernas arbete samt att samla sektorsmyndigheterna till strategiskt utvecklingsarbete. Information bör också utformas för målgrupper som t.ex. allmänheten och näringslivet”.*

### **Andra regeringsuppdrag - angränsande informationsstrategier**

Regeringen har i anslutning till propositionen Svenska Miljömål lämnat andra uppdrag som berör informations-/kommunikationsområdet, kunskapsförmedling samt utbildning. Ett sådant exempel är uppdraget till Natur-



vårdsverket att föreslå en nationell strategi för informations- och kunskapsförmedling kring Agenda 21 och ekologiskt hållbar utveckling. Andra uppdrag rymmer informationsaspekter utan att de direkt nämns. Uppföljning av miljökvalitetsmålen, att stimulera samarbetet inom olika sektorer och att driva miljömålsarbetet är exempel på uppdrag som medför behov av informationsinsatser.

## **Tolkning och konkretisering av uppdraget**

Regeringens uppdrag är generellt formulerat. Målen ska göras kända men inget sägs om hur det ska gå till eller om syftet. Vikten av samverkan poängteras. Uppdraget stämmer in i strukturen för miljömålsarbetet som bygger på målstyrning och i det pågående sektoriseringsarbetet. Uppdraget tolkas enligt följande.

### **Att göra målen kända**

Att målen blir kända av olika aktörer är en förutsättning för delaktighet och ökar förutsättningarna för att olika insatser genomförs, men det är inte tillräckligt för att målen ska kunna nås. Uppdraget måste därför handla om mer än att marknadsföra miljökvalitetsmålen existens.

Uppgiften att sprida kännedom om miljökvalitetsmålen är ett led i ett vidare uppdrag vars yttersta och huvudsakliga syfte är att samhällets informationsinsatser används på ett sådant sätt att målen uppnås.

### **Samverkan med berörda myndigheter**

”Berörda myndigheter” är ett svårtolkat begrepp, då egentligen ingen myndighet står utan ansvar för att miljömålen nås. Under det första steget, att ta fram denna kommunikationsstrategi, har en naturlig avgränsning gjorts till de tio myndigheter som fått ett särskilt ansvar för att ta fram delmål och åtgärdsstrategier. Hur arbetet fördelats framgår av kapitlet ”Bakgrund”.

Informationsgruppens arbete är ett uttryck för viljan till samarbete och dialog och ett sätt att praktiskt arbeta efter de slutsatser vi själva drar i denna strategi. Strategin utgör basen för våra myndigheters fortsatta informations-samarbete med anledning av miljömålen.

### **Samordning med andra uppdrag**

Uppmärksamheten i denna strategi riktas av naturliga skäl mot miljökvalitetsmålen. Det är dock viktigt att slå fast att miljömålen inte ska ses som ett uppdrag vid sidan om andra uppdrag utan som en naturlig del i miljöarbetet.

Huvudtanken i denna strategi är att miljömålen ska löpa som en röd tråd genom verksamheter som redan bedrivs eller planeras. Arbetet inriktas på att få miljömålen att hamna i fokus i t.ex. Agenda 21-arbetet, HUT-uppdraget, EuropaMaTS, i uppbyggnaden av miljöledningssystem, miljöbalken och under de aktiviteter på miljöområdet som kommer att vidtas under Sveriges ordförandetid i EU. I andra hand skapar vi nya aktiviteter.

Det är viktigt att inte bygga upp en ny organisation utan använda olika myndigheters och organisationers uppbyggda informationskanaler, trovärdighet och kontakter.

Informationsuppdragen kring miljömålen och Agenda21 ligger mycket nära varandra, ändå finns skillnader i var tyngdpunkten läggs i de olika strategierna. Förenklat kan man säga att miljömålen har sin tyngdpunkt lagd i myndigheters och organisationers arbete för att lösa de ekologiska problemen medan kommunikationsstrategin för Agenda21 betonar individens miljöpåverkan och vikten av att påverka livsstilsfrågor.

De båda uppdragen kommer till stor del att beröra samma målgrupper och aktörer. Därför är det naturligt att vissa av de strategier vi utvecklar, t.ex. kring skola, demokrati och konsumtion, tas fram i samarbete med eller inom ramen för Agenda21s informationsuppdrag.

På Naturvårdsverket startar hösten 1999 arbetet med att ta fram informationsstrategier för hur kunskap om miljötillståndet, effekter och uppföljningen av miljömålen ska nå rätt målgrupp. Detta är en strategisk del av utformningen av informationsresurserna så att de leder till att miljömålen nås.

## **Dialog**

För att en kommunikationsstrategi ska få effekt i verksamheten måste de olika aktörer som ska verka också få vara med och utveckla den. Det är i dialogen kring en strategi som positioner kan flyttas framåt. I denna strategi utvecklas dialogen som arbetsmetod.

Att driva en utveckling framåt och samtidigt bjuda in till samarbete kräver ödmjukhet. Bland annat är det viktigt att avstå från frestelsen att gå händelserna i förväg och utveckla färdiga förslag innan samarbetet ens börjat.

I denna rapport presenteras därför övergripande strategier som informationsgruppen är överens om. Vi pekar också ut områden som vi vill utveckla vidare i samarbete med andra men avstår från att presentera färdiga strategier kring områden där andra aktörer har ännu bättre möjligheter att medverka eller där förankringen fortfarande pågår inom våra egna myndigheter.

Avsikten är att fortlöpande rapportera till regeringen om detta utvecklingsarbete.

## **Långsiktighet istället för kampanjer**

En del i uppdraget är att göra miljömålen kända. Att driva en nationell kampanj är en enkel lösning som kan visa på handlingskraft, men nationella kampanjer med långsiktiga kunskaps- och attitydmål är strängt taget aldrig framgångsrika. Däremot kan effekten på kort sikt bli att frågan tas upp i det offentliga samtalet i media och i bästa fall i de privata samtalen. En kampanj bidrar just till att målen blir kända, men just inte mer.

Informationsarbetet måste därför huvudsakligen inriktas på att få olika aktörer att ta till sig miljömålen och göra dem till sina så att de på ett naturligt sätt ingår i den ordinarie verksamheten. Detta är ett svårare, långsammare och dyrare sätt att arbeta på, det ger t.ex. avsevärt fler avsändare av information, ökar den totala mängden informationsaktiviteter och ställer större krav på resurser än vad en kampanj gör. På lång sikt ger det dock större effekt och är därför ett bättre sätt att utnyttja resurserna än en aldrig så väl genomförd kampanj.

## **Hösten 1999**

Under hösten 1999 fortsätter informationsgruppen sitt samarbete genom att ta fram en informationsplan för aktiviteter som kan ske i samverkan mellan informationsgruppens myndigheter inom de ramar som nu finns för information. Därtill arbetar respektive myndighet med att föra in miljömålen i sitt ordinarie informationsarbete.

Resurserna kommer dock inte att räcka till. Detta utvecklas mer i kapitlet Genomförande.

Samarbetet utvidgas till fler aktörer.

# Miljömålen och omvärlden

---

**Att tidigt känna till omvärldsfaktorer som kan påverka behovet av information och dess utformning är en strategisk del av allt informationsarbete. Till de omvärldsfaktorer som påverkar miljömålen hör att en enig riksdag står bakom målen och att det dröjer innan myndigheterna får ny vägledning från riksdagen. Sambandet mellan miljö och demokrati, ny teknik, miljöbalken och den internationella utvecklingen är andra viktiga omvärldsfaktorer.**

**Sektorsansvaret har för en del myndigheter inneburit en oklar ansvarsfördelning och roll. Att skapa en tydlig organisation är en viktig framgångsfaktor, men det är inte en informationsuppgift. Däremot berörs informationsarbetet eftersom information aldrig kan bli bättre än den verklighet den speglar.**

## Enig riksdag bakom miljömålen

Samtliga riksdagspartier står bakom de 15 nationella miljö kvalitetsmålen. Detta är positivt för målens möjlighet att vara "kompass" för allt miljöarbete i Sverige. Den politiska enigheten kring de övergripande miljö kvalitetsmålen gör att de olika aktörerna i miljömålsarbetet kan räkna med kontinuitet i miljöarbetets inriktning. Det är inte heller politiskt kontroversiellt att informera om miljö kvalitetsmålen i sig eller om åtgärder där stor enighet råder.

### Dubbla budskap eller en frisk debatt

Att informera om handlingsvägar och styrmedel där det inte råder politisk enighet är svårare. Riskerna finns att myndigheter, departement, regering och riksdag sänder motstridiga budskap. Ryckighet mellan mandatperioder med skiftande majoriteter och/eller motstridiga beslut fattade av en och samma majoritet ger negativa effekter på individens och organisationens vilja och möjlighet att agera på ett sätt som leder till ett hållbart samhälle.

Politisk oenighet kan dock skapa en intressant debatt i massmedia. Att miljöfrågan debatteras är viktigt för att skapa engagemang och möjligheter till inflytande för en bredare krets än de som är politiskt aktiva.

En frisk debatt kan även bidra till att miljöfrågor i vidare mening bevakas i massmedia. Artiklar om miljö tillstånd, forskning, miljöbalken och nya regler kan underlätta arbetet med att göra miljö kvalitetsmålen allmänt kända

om ämnet ställs i relation till miljömålen. Konkreta besked om hur miljömålsarbetets olika delar går, grundat på uppföljningsresultat, kan ha ett stort allmänintresse.

### **Lång väntan på nästa riksdagsbeslut**

De nya delmål som ska knytas till de 15 nationella miljö kvalitetsmålen ska fastställas av riksdagen. Det kan dröja, kanske upp till två år innan riksdagen beslut kan vinna verkställighet hos myndigheterna. Den långa beslutsprocessen innebär en risk för att miljömålsarbetet stannar av och att åtgärder inte vidtas i väntan på det formella beslutet.

Under denna tid är arbetet med att bygga upp kanaler för dialog och spridandet av information av strategisk betydelse om arbetet inte ska stanna av.

## **Miljö och demokrati**

Demokratifrågorna har en naturlig och viktig koppling till miljöarbetet. Dess olika aspekter måste vägas in i miljömålsarbetet. Miljöfrågorna väcker ett stort intresse hos en bred allmänhet. Möjligheten att vara med och skapa goda livsvillkor är en grundsten i det demokratiska samhällsbygget. Värdet av att kunna påverka den egna, den globala och kommande generationers miljö går inte att överskatta.

Risken är stor att bristande tro på att miljöproblem går att lösa också leder till bristande framtidstro och minskad vilja till politiskt engagemang. På motsvarande sätt kan bristande tilltro till demokrati och politiskt arbete leda till minskat miljöengagemang.

Det finns dock flera goda exempel att hämta på lokal nivå där inte bara miljöfrågor lösts, utan "på köpet" har även ökad delaktighet och sociala kontakter mellan människor nåtts. En kombination av dialog, information och praktiska åtgärder är en gemensam nyckel till framgång i dessa projekt.

Brist på demokrati går ofta hand i hand med fattigdom och miljökatastrofer. Miljöfrågorna är en viktig del i det svenska biståndsarbetet. Samarbete sker t.ex. mellan SIDA och Naturvårdsverket. Att sprida "know-how" i samhällsuppbyggnad och miljöfrågor är en viktig informationsuppgift för Sverige på den internationella arenan.

Att demokrati och miljöfrågor hör ihop framgår också av att demokratifrågorna är en av hörnstenarna i Agenda 21. I den svenska demokratiutredningens direktiv konstateras att miljöfrågorna spelar en allt viktigare roll i samhället.

## Internationalisering

Infrastruktur och samhälle går mot fler globala nätverk med allt effektivare transporter och kommunikationer. Företag går samman globalt men samtidigt ökar antalet lokala, självständiga enheter. Företagen är både storskaliga och småskaliga på samma gång. Deras produkter blir allt mer komplicerade med komponenter som tillverkas över hela världen. Ett tydligt exempel på detta är datorerna.

Det är inte längre enbart tydliga utsläpp från lätt identifierbara fabriker som är det stora problemet utan även globala ”nätverksutsläpp” från bl.a. transporter. De är svåra att hantera eftersom de inte bara berör ett enskilt land. Färre men stora utsläpp ersätts av många små utsläpp som totalt ger lika stor eller större negativ miljöpåverkan. Detta ger sämre möjligheter till överblick och kontroll för såväl konsumenter som beslutsfattare och kontrollorgan.

Detta är också ett informationsproblem. Konsumenten får svårare att göra ett medvetet miljöval då denne inte kan överblicka om produkten som framställts i ett eller flera andra länder producerats på ett miljövänligt sätt. Det blir svårare att påverka företag som utan vidare kan flytta delar av sin verksamhet, t.ex. när den lokala kritiken blir för svår.

Att synliggöra effekten av de många små utsläppen, av hög konsumtion och bilåkande och få den enskilde individen att känna att hans eller hennes handlingar faktiskt spelar roll är en stor utmaning. Ändå är det nödvändigt att lyckas om vi vill nå miljö kvalitetsmålen.

### Miljökatastrofer

Miljökatastrofer i andra delar av världen drabbar oss visserligen inte i ett kortsiktigt perspektiv men sätter miljöfrågorna på agendan hos massmedia och i människors medvetande. De kan därför utnyttjas för att skapa debatt och handlingsberedskap som förebygger nya katastrofer. Detsamma gäller förstås i än högre grad avgörande miljö händelser som inträffar i vårt eget land.

### EU

Kampen mot miljöförstörelsen kräver samverkan mellan länder för att varaktiga resultat ska nås. EU-medlemskapet innebär att tidigare nationella politiska beslut nu fattas inom ramen för EU-samarbetet. EU ger ökade möjligheter att på europeisk nivå finna lösningar på olika samhällsproblem över de traditionella nationsgränserna. Samtidigt är medborgarnas möjligheter att utkräva ansvar för de överstatligt bestämda delarna av unionens beslutsfattande begränsade. Dessa förändringar ställer den svenska demokratin inför nya förutsättningar och är en viktig bakgrundsfaktor i arbetet med strategier för att utveckla dialog och delaktighet.

EU-samarbetet har också lett till att regionerna utvecklats till en viktig aktör på miljöområdet. Flera av de svenska regionerna genomför och planerar många intressanta och konkreta miljöprojekt över nationsgränserna. Detta är en kraft som både bör och kan nyttjas för att nå miljömålen.

### **Ordförandeskap i EU**

Som ordförande i EU framhåller Finland vikten av att klimatfrågor och luftvård ingår i det internationella samarbetet och gemenskapens lagstiftning. Detta öppnar möjligheter för aktiviteter främst kring miljömålen "Frisk luft" och "Begränsad klimatpåverkan" under denna tid.

Våren 2001 blir Sverige ordförandeland i EU. Miljöfrågorna blir med all – sannolikhet en av de frågor som den svenska regeringen vill prioritera under ordförandeskapet. En rad informationsprojekt planeras hos bl.a. Naturvårdsverket och Kemikalieinspektionen. Miljömålen är ett användbart verktyg för att ange riktningen i dessa projekt. Ordförandeskapet kan också bli ett verktyg i miljömålsarbetet genom internationell påverkan.

### **Gränslös information**

Exemplen på konkret internationellt samarbete på informationsområdet är få även om där finns aktiva nätverk för kontakt och utbyte av idéer. Detta är otillfredsställande med tanke på miljöproblemens nationsöverskridande karaktär.

Ett ökat internationellt samarbete ger förstås samma fördelar som samarbete mellan olika aktörer inom landet; ökad kreativitet, nya idéer, samordningsvinster och möjlighet att skapa större känsla av sammanhang för målgrupperna. Att veta att miljövänliga åtgärder inte bara genomförs i det egna landet ökar känslan av meningsfullhet och värdemässig gemenskap.

Utvecklingen av informationsteknologin har skapat nya möjligheter till sådant samarbete, inte minst vad gäller nyttjandet av Internet som informationskanal. En EU-portal med samlad miljöstatistik och annan information från de olika medlemsländerna är en spännande tanke.

Behovet av gränslös information kommer att öka kraven på att svenskt informationsmaterial också finns tillgängligt på andra språk. Detta gäller såväl inom som utom landet. Det är därför viktigt att räkna in kostnader för översättning av material när man resurssätter olika projekt.

## **Ny informationsteknik**

IT framställs ofta som en lösning på många miljöproblem men nyttjandet av den nya teknologin skapar också problem med nya ämnen, t.ex. flamskyddsmedel, som sprids i vår miljö. Elektronikindustrin och dess kunder är därför viktiga målgrupper för miljöinformation exempelvis kring sambandet mellan beståndsdelar i elektronisk apparatur och en ökad spridning av dessa beståndsdelars ämnen i miljön.

Informationsteknologin skapar nya mönster för information och kommunikation. Ökad interaktivitet kan ställa nya krav på - och öppna nya möjligheter till - beslutsfattande, opinionsbildning, informations-spridning och folkbildning.

Strategier för hur den nya teknikens möjligheter kan bidra till ett lyckat informationsarbete kring miljömålen hör till de områden som måste utvecklas vidare.

### **Informationsflod**

IT-utvecklingen innebär också ändrade yrkesroller. Allt fler yrkesverksamma arbetar med överföring av kunskap och information. Informationsflödet ställer stora krav på planering och utformning av information och dess metoder för kunskapsöverföring för att nå mottagaren.

### **Mer än Internet och persondatorer**

Den nya tekniken handlar om mycket mer än bara webblösningar och administrativ datorisering. På tröskeln står bl.a. ny visualiseringsteknik som skapar möjligheter att låta betraktaren "uppleva" en planerad händelseutveckling t.ex. ombyggnad av trafikleder och placering av byggnader eller miljö-tillstånd och påverkan på ett realistiskt sätt. Utvecklingen ger också möjlighet att skapa ett informationssystem där bilister får en snabb beskrivning av bilens kondition och miljöpåverkan, mätt t.ex. i halter av olika ämnen i avgaserna, när de kör förbi en skylt i vägrenen.

Den här typen av ny teknik ger nya möjligheter att öka olika aktörers kunskap och att påverka beteenden. Det är dock resurskrävande att utveckla sådana nya informationssystem i stor skala.

## **Nya roller för myndigheterna**

I miljömålsarbetet ingår att utforma mål för samhällets olika sektorer. Ett antal sektorsmyndigheter har fått regeringens uppdrag att föreslå de åtgärder



som sektorerna bör vidta för att de ska kunna ta sin del av ansvaret för miljö kvalitetsmålen. Myndigheterna skiljer sig åt vad gäller sakkunskap i miljöfrågor och inflytande över sin sektor. Miljömålsarbetet är liksom sektorsansvaret en nyss påbörjad process. Osäkerhet finns kring ansvarsfördelningar och roller.

Att skapa en tydlig organisation är viktigt för att nå framgång, men är inte en informationsuppgift. Däremot berörs informationsarbetet eftersom information aldrig kan bli bättre än den verksamhet den speglar. Information är en verksamhet som syftar till att stärka och driva andra verksamheter framåt. Därför går det inte att precisera hur sektorsmyndigheterna bäst kan stödjas inom informationsområdet innan verksamheten utkristalliserat sig.

I rapporten ”Samordning och målkonflikter – Sektorintegreringens möjligheter och problem”, som ingår i miljömålsrapporteringen framkommer att några verk har problem med att förankra miljömålsarbetet hos sin personal. Detta visar på vikten av att inte glömma bort förankringsarbete och den interna informationen. Ansvaret för detta ligger hos respektive myndighet, men ett aktivt idéutbyte kring metoder för detta kan stärka arbetet.

Visst stöd kan sektorerna hämta i det basmaterial kring miljö kvalitetsmålen som informationsgruppen tar fram liksom i de många rapporter som överlämnas till regeringen den 1 oktober 1999. Det kommer med all sannolikhet finnas stora möjligheter till utveckling av samarbete kring information mellan centrala myndigheter och sektorsmyndigheter.

### **Prioritering saknas**

Varken regeringen, sektorsmyndigheterna eller Naturvårdsverket har, enligt ovan nämnda rapport, någon allmän genomgripande prioriteringsordning för olika miljöfaror. I stället avgör de enskilda myndigheterna – ibland enstaka tjänstemän – hur konfliktsituationer ska hanteras.

Att göra en sådan prioritering är inte heller en informationsuppgift men förhållandet påverkar informationsarbetet som riskerar att bli kortsiktigt. Det kan till och med leda till motstridiga budskap beroende på avsändare.

## **Ny miljöbalk**

Lagar hör tillsammans med ekonomiska styrmedel till samhällets kraftigaste instrument för att styra utvecklingen i en bestämd riktning. För att lagstiftningen ska få effekt krävs att de som berörs av lagen känner till den och delar uppfattningen att det är viktigt att den följs. Därtill måste samhället ha resurser för att se till att lagen följs och att de som bryter mot lagen straffas.

Information är det enda verktyg som finns för att sprida kännedom och öka acceptans om den nya samlade miljölagstiftningen – miljöbalken – som Sverige fick den 1 januari 1999.

Miljö kvalitetsmålen ska vara vägledande vid tillämpningen av miljöbalken. Att Miljöbalken efterlevs och blir väl känd är av central betydelse för möjligheterna att uppnå miljömålen.

Information och utbildning om miljöbalken, miljö tillstånd och miljömål hör till de områden som måste utvecklas vidare för att vi ska nå miljömålen. Olika målgruppers behov av information och kunskap och en beräkning av vilka resurser som krävs måste göras.

## **Samband med andra viktiga samhällsfrågor**

Miljöfrågor är inte något som står vid sidan om andra frågor. En god miljö hör till förutsättningarna för livet på jorden och därmed för andra viktiga samhällsfrågor. Under de senaste åren har också miljöarbetet gjort framsteg och klivit in i nya yrkesgruppers vardag, t.ex. arbetar revisorer idag med granskning av miljöbokslut.

Ekonomer påverkar miljöbeslut genom sitt inflytande över budget. Upphandlare av städentreprenörer måste väga in miljöaspekter. Skyddsombud arbetar ofta med kemikalier och rengöringsmedel ur arbetsmiljösynpunkt men kan samtidigt göra en insats genom att känna till/kunna slå larm om ”miljöbovarna” i städsåpet. Bransch- och intresseorganisationer är också strategiskt viktiga i detta sammanhang liksom olika yrkesnätverk för miljön. Kulturarbetare möter såväl vittrande kulturhus som hållristningar och arkeologiska lämningar som alla betingar stora kulturvärden och har ett direkt samband med miljöfrågorna.

### **Miljö och folkhälsa**

Mellan miljö och folkhälsa finns många mycket tydliga samband. Tillgång på rent vatten och föda utan miljögifter är det mest centrala. UV-strålning och solbadets påverkan på vår hälsa är ett annat exempel liksom rökning och dess miljöpåverkan i de länder som odlar tobak och framställer tobakspapper.

Att få människor att röra sig i skog och mark är bra för folkhälsan men kan öka slitaget på natur och kulturmiljöer särskilt när det börjar organiseras i storskalig form och bli ett näringsfång.

Här finns anledning att utveckla samarbete mellan miljö, folkhälsa, kultursektorn och turistnäringen.

## **Miljön en konkurrensfaktor**

En tydlig och trovärdig miljöprofil kommer att bli en allt viktigare konkurrensfaktor för företagen. Sverige har goda förutsättningar att bli en ledande nation när det gäller att exportera miljökunskap. En viktig informationsuppgift är att utveckla sambandet mellan miljö och samhällsekonomi genom att skapa trovärdighet för svenskt miljöarbete så att svenska varor kan bygga sin konkurrenskraft på en svensk miljöprofil.

# Nationell kommunikationsstrategi

---

**Information löser inte några andra problem än just informationsproblem men kan lyfta fram viktiga frågor, peka på problem och möjligheter och är ett verktyg som tillsammans med andra åtgärder löser problem. Information kan också förbereda införandet av andra styrmedel t.ex. juridiska eller ekonomiska.**

**Förmågan att kommunicera inom och mellan miljöarbetets aktörer är avgörande för möjligheterna att få fler att aktivt arbeta för att nå miljömålen.**

**En nationell kommunikationsstrategi förutsätter ett gemensamt uppdrag, vilket miljömålsuppdraget är, men också en samsyn i vissa policyfrågor som rör samhällsinformation. Även om myndigheterna, som ska samverka, har olika uppdrag finns i allt väsentligt en samsyn när det gäller information.**

## Förutsättningar för en nationell kommunikationsstrategi

### Information som styrmedel och verktyg

Många myndigheter och organisationer arbetar med miljöfrågor. En del av dem har infogat miljö kvalitetsmålen i sitt arbete, andra arbetar på som förut. Åter andra är inte särskilt miljöaktiva alls. Förmågan att kommunicera inom och mellan miljöarbetets aktörer är avgörande för möjligheterna att få fler att aktivt arbeta för att nå miljömålen.

Information är ett mjukt styrmedel som fungerar bäst i kombination med andra styrmedel. Möjligheterna att uppnå miljö kvalitetsmålen ökar om myndigheterna förfogar över ett brett spektrum av styrmedel där avvägningar mellan olika handlingsalternativ kan göras. Lagar, ekonomiska styrmedel, utbildning, information, forskning och utveckling måste kombineras. En viktig förutsättning för ett framgångsrikt arbete med miljö kommunikation är att riksdagen antar delmål som i sig är tydliga och uppföljningsbara.

En förutsättning för framgång är att informationsverksamheten är väl planerad, systematiserad och målgruppsanpassad. Genom att arbeta med strategier och planer ges möjligheter att styra, strukturera och utvärdera informa-

tionsarbetet. Det är dock viktigt att vara medveten om vilket problem som informationsinsatsen ska lösa. Allt för många gånger väljs information som styrmedel utan att ha föregåtts av en problemanalys. Är det verkligen ett informationsproblem vi har framför oss eller rör det sig om ett ekonomiskt, juridiskt, ekonomiskt eller organisatoriskt problem?

För att information ska vara trovärdig är det också viktigt att samhällets aktörer visar prov på helhetssyn. Att se till att det finns kollektivtrafik när bion slutar och andra tidpunkter när många ungdomar ska hem är ett mycket effektivare sätt att få ungdomar att resa kollektivt än aldrig så välgjorda reklam- och informationskampanjer.

### **Gemensam policy**

En nationell kommunikationsstrategi förutsätter ett gemensamt uppdrag, vilket miljömålsuppdraget är, men också en samsyn i vissa policyfrågor som rör samhällsinformation. Även om myndigheterna, som ska samverka, har olika uppdrag finns i allt väsentligt en samsyn när det gäller information. Några nyckelord för informationen från informationsgruppens myndigheter är att den ska präglas av:

- **Öppenhet**
- **Dialog**
- **Samverkan**
- **Ödmjukhet**
- **Tydlighet**
- **Saklighet och korrekthet**
- **Relevans**
- **Trovärdighet**
- **Kontinuitet**
- **Anpassning till berörda målgrupper**

Den information som myndigheterna sprider ska vara viktig, d.v.s. gälla frågor som har konsekvenser för många. Mottagarna ska kunna sätta in informationen i ett sammanhang, myndigheterna har ett ansvar för att undvika fragmentisering av samhällsinformationen. Innehållet ska vara lättförståeligt, enkelt och tilltalande med ett vardat och obyråkratiskt språk. Alla ska kunna vara delaktiga, utformning måste ske med hänsyn till t.ex. handikapp och språk. Budskapet ska vara konkret och konsekvent utformat över tid och innehålla en kombination av både fakta och känslor utan att vara manipulativt.

Informationen ska vara kontaktskapande och stimulera till dialog och samarbete. De aktörer som ska samverka måste vara trovärdiga som avsändare av miljöbudskap. Den ska präglas av ödmjukhet framförallt gentemot andra aktörers pågående miljöarbete. De informationsåtgärder som myndigheter och andra aktörer genomför ska bygga på strukturer som redan finns och bli en del av pågående arbete.

Hjulet ska inte uppfinnas en gång till och myndigheterna i informationsgruppen ska inte ”tala om” för andra organisationer/myndigheter vad de ska göra – utan snarare erbjuda sina tjänster.

Informationen ska utformas så att den ger den aktuella målgruppen den kunskap som behövs för att skapa engagemang och handling.

### **Samverkan**

Att samverka är en förutsättning för framgång. Det är att nyttja såväl pengar som miljöresurser effektivt. Dessutom är samverkan ett sätt att få de mänskliga resurser som finns i form av personligt kunnande att komma till sin rätt. Samverkan mellan olika myndigheter ger viktiga synergieffekter, dubbelarbete undviks och parterna får en inblick i varandras arbete och de hinder och framgångar som vi kämpar med på olika håll. Genom att olika infallsvinklar möts förnyas problemställningar och möjligheten ökar att finna lösningar som är hållbara både i tid och rum.

Samarbete skapar en naturlig förankringsprocess som är långt vidare än den som ryms inom den enskilda myndigheten.

### **Delaktighet och demokrati**

En förutsättning för delaktighet är kunskap (att vi är insatta i ämnet). Kunskapen kan hämtas från många olika källor. Inom miljöområdet finns många kunniga aktörer. Det stora problemet är inte avsaknad av kunskap och information utan att verkligen nå fram med information till olika mottagargrupper.

## **Övergripande strategiska frågor**

Här presenteras en övergripande strategi som utgör en plattform för ett antal delstrategier för olika samhällssektorer/områden respektive miljö kvalitetsmål. Delstrategierna är avsedda att utformas tillsammans med berörda aktörer och genomförs efter hand som de blir klara.

### **Kommunikationsstrategins roll**

Strategin ger alla aktörer möjlighet att ta del av de utgångspunkter och övergripande strategier som informationsgruppen anser bör styra den information och kommunikation som krävs för att nå miljömålen. Det grundläggande dokumentet är därför viktigt för att skapa delaktighet och samsyn kring informationsarbetet.

I strategin används både begreppet kommunikation och information, men inte som synonymer. Skillnaden är att information inte förutsätter något gensvar medan kommunikation är det samma som dialog.

### **Kommunikationsstrategin för miljömålen ska**

- stödja en process mer än att bara redovisa fakta och siffror
- öka kunskapsnivån hos aktuella målgrupper
- uppmärksamma prioriterade målgrupper/aktörer på lösningarna av miljöproblemen
- stimulera prioriterade målgrupper/aktörer till konkret handling i syfte att uppnå miljö kvalitetsmålen
- öka acceptansen för och underlätta införandet av kommande förändringar

### **Informationens mål**

- Målet (*ett effektmål*) för informationen är att faktaunderlag och förslag till förändringar når fram till, accepteras och används av dem som nationellt och internationellt aktivt kan arbeta för att minska miljöhoten eller bevara och vårda naturen.
- Ett produktionsmål (*eller en förutsättning*) är att alla myndigheter aktivt arbetar för att miljömålen uppnås.

### **Metodik**

- Vi samverkar med andra aktörer för att förstärka och förändra utvalda målgruppers miljömedvetenhet.

## **Struktur för miljöarbete och kommunikation**

För att nå ett hållbart Sverige måste vi göra rätt från början. Det är inte hållbart att reparera bristande organisation och dålig eller utebliven information med informationsinsatser i efterhand. För att nå miljömålen måste information därför finnas med redan i planeringen och tillsammans med miljöfrågorna byggas in i myndigheternas system och traditioner.

Följande bör ingå i strukturen för miljöarbete och kommunikation:

### **Omvärldsbevakning**

- Att tidigt känna till omvärldsfaktorer som kan påverka utformning av informationen är en strategisk del av informationsarbetet kring miljömålen. Därför måste omvärldsbevakning vara en naturlig del av infor-

mationsarbetet hos de myndigheter som arbetar med information kring miljömålen.

### **Budbärare**

- Budbäraren uppfattas ofta som "budskapet"; när opinionsbildare inom massmedier, organisationer och myndigheter med hög trovärdighet gör en fråga till sin, ökar genomslagskraften i idéer eller ett budskap. Ett effektivt inslag i en kommunikationsstrategi är därför att använda sig av trovärdiga kommunikatorer.

### **Vidareinformatörer**

- För att centrala myndigheter ska nå fram till de avsedda målgrupperna på effektivast möjliga sätt krävs utveckling av samarbete med vidareinformatörer. De kan nå grupper där myndigheterna själva inte når fram eller har den största trovärdigheten.
- Myndigheternas egna medarbetare är den viktigaste gruppen vidareinformatörer. Om vi lyckas få mottagaren av vår information att överväga att handla söker han/hon i regel stöd hos en person som han/hon känner och har förtroende för – en informell vidareinformatör. Detta gäller såväl privatpersoner som journalister.
- Exempel på vidareinformatörer för centrala myndigheter är kommuner, länsstyrelser, landsting och riksorganisationer. Dessa har i sin tur vidareinformatörer på lokal nivå i föreningslivet, lokala näringslivet, kommundelsorgan, kommunala bolag etc. För att nå framgång i miljömålsarbetet behövs även samverkan mellan informatörer och andra aktörer som exempelvis beslutsfattare, tjänstemän på tekniska kontor och miljöförvaltningar, Agenda 21-samordnare, forskare m.fl. utvecklas.

### **Målgrupper**

- Ytterst är det summan av alla medborgares agerande som avgör om målen ska uppnås. Medborgare/konsumenterna är därför den primära målgruppen. Andra mottagare kan emellertid skapa förutsättningar för att konsumenterna kan agera miljömedvetet och påverka deras attityder. Viktiga målgrupper är därför personer som kan besluta om åtgärder som krävs för att målen ska uppnås.
- Myndigheternas egna informatörer är en strategisk målgrupp. De är ju de som förväntas planera och genomföra sådana informations/kommunikationsinsatser att målen nås. Att öka kunskaperna om miljöfrågor hos myndigheternas informatörer är därför en prioriterad åtgärd.
- Medierna har en speciell förmåga att föra upp en fråga på dagens agenda. För aktiv opinionsbildning och debatt krävs därför engagemang av medierna men också av miljöorganisationer och forskare.



Sammantaget gäller att ingen egentligen finns utanför de målgrupper som bör känna till miljömålen. Sorterade efter förutsättningar och gemensamma intressen utkristalliserar sig ändå följande målgrupper:

- Förtroendevalda i kommuner, landsting, länsstyrelser, riksdag och europaparlamentet
- Miljöansvariga inom länsstyrelser, kommuner, landsting och sektorsmyndigheter
- Miljöchefer på olika typer av företag inom industri, tillverkning och handel
- Beslutsfattare och administratörer på branschorganisationer
- Journalister och opinionsbildare
- Forskare
- Företagskonsulter
- Miljökonsulter
- Arkitekter och stadsplanerare
- Hälso- och sjukvårdspersonal
- Inköpare och upphandlare inom offentlig sektor respektive näringslivet
- Agenda21-samordnare
- Lärare på högskolor, gymnasier och studieförbund m.fl
- Jordbrukare och skogsbrukare
- Småföretagare
- Ekonomer i offentlig sektor
- Konsumenter

Mer om målgrupper finns i bilaga 1.

### **Miljövänliga kanaler**

- För att informationen ska vara trovärdig ur miljösynpunkt krävs att avsändaren använder sig av kanaler som är miljövänliga och resurseffektiva. Webb, TV, radio, bioreklam är exempel på kanaler med förhållandevis låg miljöpåverkan och höga kontaktsiffror. I vissa fall är dessa kanaler dock förknippade med höga kostnader. Kommunikationsarbetets långsiktiga trovärdighet är dock beroende av ett medvetet kanalval.

### **Nyckeltal**

- Naturvårdsverket har tidigare fått regeringens uppdrag att ta fram indikatorer och nyckeltal för att följa upp arbetet med de nationella miljö kvalitetsmålen samt att föra ut resultatet av uppföljningen. Uppföljningen ger bl.a. besked om det behövs sättas in nya, kraftigare och/eller fler åtgärder för att nå miljömålen, t.ex. informationsinsatser.
- För beslutsfattare är tillgången till överskådlig och lättillgänglig information om miljöns status, negativ miljöpåverkan och belastning samt information om hur arbetet med miljömålen fortskrider a och o för förmå-

gan att kunna fatta beslut som är långsiktigt hållbara för miljö och samhälle.

### **Samverkan**

- Samarbete förutsätter ödmjukhet och bygger på att parterna möts under likvärdiga villkor och förmår ta till sig av varandras goda exempel på miljöarbete. Uppbyggnadsfasen är tidskrävande men väl använd borgar den för ett samarbete som kan fungera över mycket lång tid. Genom att bjuda in till seminarier där olika aktörer lär av varandra (vad gör ni, vad gör vi, vad skulle vi kunna göra om vi arbetade tillsammans, vad hindrar oss och slutligen hur går vi vidare) byggs plattformar för det fortsatta arbetet.
- Samverkan ökar möjligheterna att få genomslagskraft. Att använda sig av projekt och aktiviteter som redan är planerade är ett snabbt och kostnadseffektivt sätt att komma igång med informationsaktiviteter kring miljömålen. Andras medverkan stärker i sin tur medaktörens (arrangörens) budskap.

### **Delaktighet**

- Delaktighet och demokrati är en av förutsättningarna för en nationell kommunikationsstrategi. För att nå fram utformas informationen efter de olika mottagarnas intressen och förutsättningar, d.v.s. hänsyn måste tas bl.a. till språk (och språkligt handikapp), kultur, utbildning och intresse.
- Informationen ska utformas på ett sätt som uppmuntrar till och stöder delaktighet och engagemang.

### **Kvalitetssäkring**

- Miljömålsarbetet är en nyss påbörjad process som sträcker sig in i nästa årtusende. En metod för att hålla arbetet igång och ha kontroll över utvecklingen kan vara att använda sig av någon av de olika former för kvalitetssäkring som finns. Att utveckla miljömålsprocessen efter kriterierna för ledarskap och utveckling som finns i utmärkelsen Svensk Kvalitet är en metod som bör undersökas vidare.

### **Uppföljning**

- I strukturen för informationsarbetet ingår system och metoder för uppföljning och utvärdering av informations- och kommunikationsinsatser. Det vanligaste måttet, hur många individer som nåtts/engagerats ger dock inte tillräckligt svar på frågan om varje enskild insats betydelse för att nå målen. Måtten för att mäta t.ex. ökad kunskap är vaga. Insatser som syftar till ändrat beteende eller handling är svåra att mäta. Det är t.ex. svårt att avgränsa exakt vad som utlöste en faktisk handling hos en individ. Ändå är det väsentligt att graden av ett visst beteende, attityd

eller kunnande före och efter informationsinsatsen mäts. Att utveckla uppföljning av samhällets miljöinformation är en väsentlig del i det fortsatta arbetet.

## **Strategiska grepp i arbetet med miljökommunikation**

### **Information om hur man gör**

Traditionellt är en stor del av miljöinformationen inriktad på att beskriva miljöproblem och de konsekvenser som vår livsstil kan medföra för framtida generationer. Det är nu dags att lägga större tonvikt på information om hur man konkret kan bidra till en bättre miljö och agera miljövänligt.

Erfarenheterna från andra program som syftat till att ändra människors livsstil visar att det är ”de små stegens pedagogik” som ger bäst resultat. Informationen bör inriktas på det som mottagarna känner att de mår bra av att göra – annars kommer de att sträva efter att undvika att engagera sig i problemområdet.

Informationen kombinerar därför det globala perspektivet med den enskildes handlingsutrymme: d.v.s. det första steget mot en bättre miljö kan vi ta hemma. Den ger historiska perspektiv på miljöarbetet, t.ex. från skorstensutsläpp till klimatfråga. Informationen ger exempel på framgångar i miljöarbetet.

### **Att arbeta med ”events”**

Genom att vara med på evenemang där ”det händer” och arrangera ”events” som det skrivs om kan vi få uppmärksamhet och sprida kännedom om miljö kvalitetsmålen på olika nivåer i samhället. Tävlingar och utmaningar kan vara andra former för aktiviteter.

### **Information i flera steg**

Varje informationsprodukt eller kontakttillfälle ska ge mottagaren en möjlighet att ”avancera” ett steg i informationsutbudet, att gå vidare och lära sig mer, t.ex. genom ett erbjudande om utbildningspaket, kurser, litteratur m.m. Pågående projekt som 2021, EuropaMaTS, Grönare Skog m.fl. samt myndigheternas förlagsverksamhet bör kunna utnyttjas.

## Separata strategier för olika arenor och miljömål

Under den första genomförandefasen kompletteras den övergripande strategin med separata strategier för olika arenor och för respektive miljökvalitetsmål. Med arenor avses miljöer där människor kommer samman kring ett gemensamt intresse och där det därför går att inleda en diskussion om frågor med anknytning till detta intresse. Några exempel på arenor är "den privata sfären" d.v.s. det som berör oss som individer på hemmaplanet, skolan, högre utbildning och arbetslivet.

Under den första genomförandefasen koncentreras arbetet på fyra strategiskt valda områden;

1. myndigheter på olika nivåer
2. skolan och den högre utbildningen
3. förtroendevalda på olika nivåer
4. näringslivet.

De aktörer som finns inom dessa områden ses som viktiga vidareinformatörer som kan nå målgrupper där centrala myndigheter inte besitter den högsta trovärdigheten eller har de bästa kanalerna.

För att miljömålen ska få acceptans på lokal nivå krävs strategier för hur miljömålsarbetet kan kopplas samman med pågående lokalt miljöarbete. Ett av de viktigaste verktygen är Agenda 21.

Arbetet med att ta fram delstrategier sker fortlöpande och i samverkan med olika aktörer och redovisas efterhand i nya rapporter till regeringen. Vilka insatser som kommer att utföras beror dels på resultatet av detta arbete, dels på vilka resurser som finns att tillgå. För att ändå ge några exempel på insatser som skulle kunna utföras redovisas uppslag till olika aktiviteter och målgrupper dels i följande kapitel och dels i bilaga 1.

Tanken är att bjuda in olika aktörer till förutsättningslösa samtal där dessa idéer vidareutvecklas, skrotas eller där resultatet blir helt andra idéer.

# Handlingsprogram för genomförande och fortsatt planering

---

## Mål för genomförandets första fas

- att få så många aktörer som möjligt att ta till sig miljömålen och göra dem till verktyg i det egna miljöarbetet.
- att göra de övergripande miljömålen kända hos en så bred mottagargrupp som möjligt
- att göra förtroendevalda i parlamentariska församlingar och beredande tjänstemän på olika nivåer så förtrogna med miljömålen så att de kan ta hänsyn till dessa när de fattar beslut.

## Myndigheternas inre arbete

För att miljömålen ska kunna fungera som riktmärke för allt miljöarbete oavsett var och av vem det utförs, är det viktigt att myndigheterna själva använder sig av dem.

- På myndighetsnivå beskriver vi därför **i all verksamhetsplanering** på vilket sätt verksamheten/aktiviteten **bidrar** till att miljö kvalitetsmålen uppnås. Det innebär att **all verksamhet redan i planeringen också förses med en plan för kommunikation** och hur vi på bästa sätt kan göra det tydligt att arbetet är ett led i strävan att uppnå miljömålen.
- Varje myndighet bör vidare ha en strategi för hur de skapar dialog med ”sina intressenter”, t.ex. sektorsmyndigheter, när det gäller att utforma detaljmål och handlingsvägar.

## Former för samplanering

För att stimulera till och underlätta fortsatt samarbete mellan myndigheterna är det viktigt att ta tillvara den plattform för det fortsatta arbetet som skapats av myndigheternas informatörer under arbetet med bl.a. denna strategi. Informationsgruppen planerar att fortsätta sitt arbete under i första hand hösten 1999 och år 2000.

De flesta berörda myndigheter är redan aktiva på de flesta av de arenor som beskrivs i bilaga 1. Utan samplanering är det en påtaglig risk att myndigheterna upplevs som konkurrenter om uppmärksamheten snarare än som samarbetspartners. Det finns också risk för att olika myndigheters prioriteringar

av miljöproblem och information kan försvaga istället för att förstärka miljöbudskapet.

- Vi utnyttjar informationsgruppens nätverk för att hålla varandra informerade om större händelser och satsningar i miljöarbetet.
- Respektive myndighet svarar för det interna informationsarbetet på den egna myndigheten, men informatörerna utbyter aktivt idéer och kunskap för att på så sätt förbättra den interna informationen.
- De samverkande myndigheterna utvecklar gemensamma strategier för kommunikationsinsatser på respektive arena och inbjuder andra strategiskt viktiga aktörer t.ex. kommuner och länsstyrelser att delta i planeringsarbetet.

## **Nätverk**

Samverkan utvecklas genom att arbeta i olika nätverk som successivt utvidgas. Att arbeta genom nätverk är också en bra form för samarbete när det gäller olika webb lösningar. Svenska miljönätets uppbyggnad kan här bilda modell för arbetet med miljömålen på Internet.

- För att hålla intresset i nätverken uppe arrangeras seminarier med olika teman t.ex. ”miljöinformation på nationell nivå”, ”miljöinformatörens yrkesroll – hur kan den vidareutvecklas”, ”hur får vi olika verksamheter inom respektive myndighet att använda miljö kvalitetsmålen som kompass i miljömålsarbetet eller som minsta gemensamma nämnare?”

## **Arbetsseminarier**

Arbetsseminarier och möten är en viktig del av informationsarbetet under den första genomförandefasen. Det gäller att bygga upp eller förstärka ett samarbete mellan olika aktörer som garanterar långsiktighet och sätter in de olika insatserna i ett sammanhang. Det är också viktigt att aktivera dem som kan tänkas vilja/kunna påverka utformningen av delmålen, t.ex. aktörer som förväntas utföra åtgärder för att målen ska nås.

Under hösten 1999 arrangeras ett antal arbetsseminarier där syftet är att

- kartlägga vad som redan görs/respektive planeras
- vilka hinder finns för vars och en möjlighet att nå målet
- vilka områden kan vi samarbeta kring/var jobbar vi bäst ensamma
- hur går vi vidare för att utveckla och genomföra konkreta samarbetsprojekt?

Seminarierna och de diskussioner som där förts redovisas på Internet.

## **Kartläggning**

En kartläggning av den miljöinformation som olika aktörer ger påbörjas under hösten 1999 av informationsgruppen. Det är en stor arbetsuppgift och eftersom informationsspridning är en aktiv process är det kanske inte heller möjligt att kunna fånga upp alla initiativ. Trots detta är det ändå viktigt att de informationsåtgärder myndigheter och andra aktörer genomför bygger på strukturer som redan finns och blir en del av pågående arbete.

- Förutom informationsgruppen och myndighetsgruppen finns ett större nätverk mellan informatörer som arbetar med miljömålen. De erfarenheter och kunskaper som finns i detta nätverk tas tillvara för att genomföra kartläggningen.

## **Omvärldsbevakning**

- För att stärka omvärldsbevakningens roll som en väsentlig del av informationsarbetet kan seminarier på temat arrangeras för i första hand informatörer med avsnitt som: Att arbeta aktivt med omvärldsbevakning, Ungdomars värderingar och miljösyn, Bistånd och miljökatastrofer, Miljökunskap vid brand eller oljeutsläpp” m.m..

## **Kompetensutveckling**

Respektive arbetsgivare är ansvarig för sin personals kompetenshöjning men genom samarbete mellan olika myndigheter, departement och organisationer kan vi nå såväl fler deltagare till lägre kostnad som en högre kvalitet på seminarier och utbildningssatsningar.

- En handlingsplan för kompetenshöjning av miljökunskan på centrala myndigheter och departement som traditionellt inte haft ”något miljöansvar” bör tas fram. T.ex. kan seminarier anordnas med ”gränsöverskridande” teman t.ex. ”jordbruks- och näringslivspolitikens betydelse för vår kultur” eller ”miljö, hälsa och samhällsekonomin” m.m.

## **Behov av paraply**

För samordning av insatserna behövs ett gemensamt ”paraply” för myndigheterna. Förutom strategier för hur det fortsatta arbetet ska byggas upp kan t.ex. ett gemensamt projektnamn, en gemensam logotype och en publik webbportal för miljömålsarbetet behövas.

- En logotype för 2000-talets miljömålsarbete i Sverige skulle kunna tas fram i en tävling i samverkan med institutioner för högre konstnärlig utbildning, olika konstnärliga samarbetsorganisationer och eller representanter för den svenska reklambranschen.

- Profilering kan ske genom att brevpapper, kuvert, ärenden, PM m.m. utnyttjas som bärare av information om miljö kvalitetsmålen och/eller genom att skickas med information i alla de ärenden som handläggs av myndigheterna.

### **Nyckeltal i informationsarbetet**

På Naturvårdsverket startar hösten 1999 arbetet med att ta fram informationsstrategier för hur kunskap om miljö tillståndet, effekter och uppföljningen av miljömålen ska nå rätt målgrupp. Användarvänligheten måste vara en röd tråd från det att miljödata läggs in till dess att den når sin slutliga mottagare.

Analysen av målgruppernas behov kan leda till fler konkreta, kanske nya informationsprodukter inte minst riktade mot kommunerna där det finns behov av att återföra information som Naturvårdsverket begärt in av dem. Genom att återföra uppföljningsresultat till enskilda individer, konsumenter, hushåll etc. kan de få "ett kvitto" på det egna miljövänliga agerandet.

Det är även viktigt att utveckla nyckeltal för informationsarbetet i sig. Att utvärdera och kvalitetssäkra informationsarbetet är nödvändigt för att veta att rätt åtgärder genomförs. Särskilt viktigt är att arbeta med "formative research" vilket är en form av utvärdering som man gör före och under – men inte efter – insatsen. Om analysen pekar på att den tänkta insatsen inte får någon effekt, sparar man mer än om man i efterhand genom utvärdering får klart för dig detsamma.

## **Myndigheternas externa arbete**

### **Arbetsseminarier**

- Myndigheterna bjuder in externa organisationer, folkrörelser och näringsliv till ett antal olika arbetsseminarier.

Syftet är att hitta samverkansformer för att sprida kännedom om miljömålen och gemensamma metoder för att bidra till att målen nås.

### **Information riktad till särskilda grupper**

För att kunna informera på ett sätt som är väl anpassat till mottagarens villkor anpassar vi material och aktiviteter till olika kulturer, kunskapsnivåer och/eller åldrar. Informationsmaterial på andra språk tas fram.

- Tidningar på lätt svenska, invandratidningar, taltidningar m.fl. är exempel på bra och redan etablerade kanaler som kan användas för att nå olika målgrupper.



- Informationsgruppen tar initiativ till att utveckla samarbete och dialog mellan aktörer inom miljöområdet och föreningsliv, skola m.fl. som har direktkontakt med olika målgrupper med särskilda informationsbehov.

### **Kompetenshöjning**

- Möjligheterna att i samarbete med t.ex. Kommunförbundet och dess länsavdelningar nå politiker och tjänstemän på regional och kommunal nivå med kompetenshöjande utbildningar/seminarier om miljömålen bör undersökas. I en sådan utbildningsserie kan ingå avsnitt som; Miljömålen och -balken, Vad gör vi med våra nationella miljömål i EU?, Att utveckla eller begränsa vissa kemikalier, Vad har miljömålen med kultur att göra? och Miljömålens betydelse för folkhälsan m.m.
- En satsning på utbildning av miljöjournalister i miljökunskap, miljömålen, databassökning, vad måldatabasen innehåller och vilken nytta de kan ha av de uppföljningsdata som Naturvårdsverket förfogar över bör göras.

## **Insatser hösten 1999**

### **Kampanjer**

Kampanjer för att göra målen kända kan vara en framgångsrik metod, dock med de begränsningar som tidigare berörts i avsnittet "Tolkning och konkretisering av uppdraget". För att öka effekten av en nationell kampanj bör den kombineras med lokala kampanjer där aktiviteter med personliga möten ingår. I en nationell kampanj bör information om Miljöbalken ingå.

- Planeringen av en nationell kampanj kan påbörjas under hösten 1999 och genomföras tidigast våren 2000.

### **Aktiviteter för att fånga mediernas och allmänhetens uppmärksamhet**

- Vi undersöker möjligheterna att utnyttja museer och de ca 10 s.k. Science center som finns runt om i landet för att göra "reklam" för miljökvalitetsmålen. De är populära både hos barn och vuxna.
- För att informera om miljötillstånd och uppföljning av miljömålen planeras en ny utgåva av deFacto, publicering på Internet liksom arbetet med gröna nyckeltal, måldatabas och publikationen Naturmiljön i siffror.

- Informationen om miljömålen på Internet förbättras och byggs ut. Möjligheterna att samordna olika aktörers sidor med gemensam ingång, struktur och länkar bör undersökas. T.ex. kan kommuner och andra organisationer erbjudas länkar från den gemensamma miljöportalen till egna sidor om miljö kvalitetsmålen. De som saknar egna sidor om miljömålen kan uppmärksammas på att de kan länka till miljöportalen samt erbjudas underlag till egna sidor.
- Möjligheten att sprida eller vidareutveckla en serie med småskrifter/debattinlägg där forskare och opinionsbildare på 25-30 sidor sammanfattar den forskning som har betydelse för att vi ska nå miljö kvalitetsmålen bör undersökas. En sådan serie skulle kunna öka intresset för såväl miljöportalen som för miljöfrågorna. Kan med fördel spridas till "prenumeranter" även via e-post.
- Möjligheterna att göra någon större manifestation där de svenska miljömålen knyts ihop med det globala miljöarbetet och kopplingarna mellan fred, fattigdom och miljöproblem bör undersökas. Ett lämpligt tillfälle till manifestation kan vara FN:s världsmiljödag den 5 juni 2000.
- För att underlätta aktiviteter och arrangemang på lokal nivå kan en "bank" av informationsmaterial, särskilt kontrakterade artister och föreläsare byggas upp på central nivå i samråd med aktörer på lokal nivå.
- För att göra målen kända tar informationsgruppen fram baspaketet för olika målgrupper att sprida via Internet, direktadresserat och på presskonferenser, utbildningar, seminarier, mässor och andra möten. Paketet erbjuds även till vidareinformatörer som sektorsmyndigheter, kommuner, länsstyrelser och miljöorganisationer.

## Viktiga tidpunkter i den fortsatta planeringen

Följande tidpunkter ses som taktiska när det gäller att ge miljöfrågorna uppmärksamhet.

### Riksdagsbeslut

Den 1 juni 2000 då miljömålskommittén överlämnar sitt underlag med konsekvensbedömningar till regeringen är en tidpunkt som kan utnyttjas för att nå ut med information om miljö kvalitetsmålen. Nästa tillfälle är då regeringen lägger fram den nya miljöpropositionen med delmål på riksdagens bord.

## **Årstider**

Årstiderna utnyttjas för att ge naturliga tillfällen till information om företeelser som är årstidsberoende, t.ex. båtottenfärger på våren, bekämpningsmedel för trädgårdar under försommartid, kompostering kontra lövbränning på hösten och vedeldning i småhus vintertid.

## **En avspark för nästa årtusende**

Millennieskiftet kommer med stor sannolikhet att användas av ett stort antal aktörer. Miljömålen har siktet inställt på nästa årtusende och tillfället bör därför ändå utnyttjas. Det ligger mycket av eftertanke och funderingar kring det nya tusentalet ”i luften” som kan ”plockas ned” och omformas till konkreta budskap och aktiviteter för olika målgrupper.

## **Riksdagsval 2002**

År 2002 äger nästa val till riksdagen rum. Tillfället utnyttjas genom att intensifiera aktiviteterna främst på massmediaområdet.

## **Ny Rio-konferens**

År 2002 sker en uppföljning till Rio-konferensen. Tillfället är viktigt för att föra in miljömålen som ett verktyg i Agenda21 arbetet. Det bör också ge viss massmedial uppmärksamhet som kan utnyttjas.

## **Organisation och resurser**

Miljömålen är högt ställda. Information är ett nödvändigt instrument för att målen ska kunna nås och behöver därför resurser i relation till den ambitionsnivå som målen uttrycker. För att vi ska lyckas med vårt uppdrag krävs väl tilltagna resurser, såväl ekonomiska som personella, samt en tydlig ansvarsfördelning. Finansieringen av de föreslagna aktiviteterna är inte löst vilket måste ske för att de idéer och uppslag som framförs i denna rapport ska kunna genomföras. Trots att miljömålsarbetet ska ingå som en naturlig del i myndigheternas ordinarie arbete kommer befintliga anslag inte att räcka till.

Aktörernas sammanlagda behov kommer snarare att överstiga än underskrida 100 miljoner kronor under den första genomförandefasen. Det arbete som beskrivs i denna strategi är långsiktigt och finansieras delvis genom myndigheternas eget arbete. Dock måste satsningen inledas med nätverksbyggande och någon sorts kampanj för att ”sätta frågan på kartan”. Ett rimligt antagande är att det kostar 20 kronor per individ att nå alla vuxna i yrkesför

ålder genom en kampanj, ca 5 miljoner personer, det blir 100 miljoner kronor. Då har vi ändå inte gjort mycket mer än att målen blivit kända – för de som lade märke till kampanjen.

För att klara finansieringen krävs en modell som både öronmärker pengar och samtidigt kan finansiera myndighetsöverskridande aktiviteter. En sådan modell användes t.ex. i det s.k. Decennieprojektet. UD och Kulturdepartementet öronmärkte då pengar som placerades hos Sida som i sin tur finansierat olika projekt hos t.ex. studieförbund. Socialdepartementet öronmärker sedan drygt 10 år tillbaka pengar för aids-information (Folkhälsoinstitutet). Även för Agenda21 har öronmärkta medel avsatts tidigare.

- Innan finansieringen av aktiviteterna klarats ut, fortsätter arbetet med att göra målen kända - i den takt som resurserna medger.
- Informationsgruppen undersöker möjligheterna att hitta medaktörer som kan fungera som en form av sponsorer.

I bilaga 2 redovisas kostnadsexempel som kan ligga till grund för en kostnadsberäkning.

### **Ansvarsfördelning**

Myndigheternas roll gentemot andra organisationer bör vara pådrivande, samordnande och stödjande. Det kräver att vi arbetar med tydliga budskap mot väl definierade målgrupper och tydlig ansvarsfördelning myndigheterna emellan.

I arbetet med miljömålsuppdragen har de tio myndigheter som är närmast berörda diskuterat och kommit överens om en ansvarsfördelning. Denna redovisades för regeringen i mars 1999. Syftet var att öka effektiviteten i miljöarbetet genom att sprida ansvaret till flera myndigheter med kompetens för att driva miljöarbetet i olika avseenden. Ansvarsfördelningen gäller såväl i de särskilda regeringsuppdragen som huvudsakligen redovisas den 1 oktober 1999 som i det fortsatta löpande arbetet med miljö kvalitetsmål.

Insatser för kommunikation och information måste knytas till samtliga mål, från de nationella till delmål, regionala mål, sektorsmål och lokala mål. Principen bör vara att den som ansvarar för att ett miljömål uppnås också har informationsansvaret.

Informationsansvar innebär att man tar initiativ till de åtgärder som krävs, t.ex. att precisera målgrupper och anpassa informationen till deras behov och möjligheter. Genomförande och finansiering kan ske i samverkan med andra berörda aktörer.

## **Ansvarsfördelning för miljö kvalitetsmål**

Ansvar för miljö kvalitetsmålen har delats mellan myndigheterna enligt följande:

- Sveriges geologiska undersökning - Grundvatten av god kvalitet.
- Skogsstyrelsen - Levande skogar,
- Statens jordbruksverk - Ett rikt odlingslandskap,
- Boverket - God bebyggd miljö,
- Kemikalieinspektionen - Giftfri miljö,
- Statens strålskyddsinstitut - Säker strålmiljö
- Naturvårdsverket - Frisk luft, Levande sjöar och vattendrag, Myllrande våtmarker, Hav i balans samt levande kust och skärgård, Ingen övergödning, Bara naturlig försurning, Storslagen fjällmiljö, Skyddande ozonskikt och Begränsad klimatpåverkan.

## **Övergripande samordningsansvar**

Naturvårdsverket har det övergripande samordningsansvaret för miljömålsarbetet. Det innebär att Naturvårdsverket löpande ska stödja andra myndigheter och aktörer samt

- samordna miljömålsarbetet mellan de andra myndigheter som är ansvariga för miljö kvalitetsmål,
- samordna miljömålsarbetet mellan sektorsmyndigheter,
- svara för den nationella miljöövervakningen och samordna den nationella uppföljningen av miljö kvalitetsmålen,
- samordna nationell miljöövervakning och uppföljning av miljömål med andra myndigheters arbete på regional nivå och sektorsnivå,
- svara för den samlade bedömningen och rapporteringen av uppföljningsresultat för miljö kvalitetsmålen samt
- samordna utvecklingen av informationsstrategier för miljö kvalitetsmålen.

Riksantikvarieämbetet har det övergripande ansvaret i frågor som rör kulturmiljön, Socialstyrelsen i frågor som rör miljörelaterade hälsofrågor samt Boverket i frågor som rör samhällsplanering, fysisk planering och hushållning med mark och vatten.

Riksantikvarieämbetet har dessutom det övergripande ansvaret för den nationella kulturmiljöövervakningen och den nationella uppföljningen av miljö kvalitetsmålen avseende miljöns kulturvärden. Det senare innefattar att identifiera vilket dataunderlag som krävs för uppföljningen, verka för att det tas fram, sammanställa det, värdera informationen och göra den tillgänglig.

## **Informationsgaranti**

Riksdag, regering och departement kan stärka informationens ställning genom att särskilt markera att ett uppdrag som lämnas till en myndighet också rymmer ett informationsansvar. För att detta inte bara ska bli tomma ord utan fungera även i praktiken krävs dock att myndigheternas informationsresurser på olika nivåer också har personella och ekonomiska resurser som motsvarar de uppdrag som ges.

# Separata strategier för respektive miljömål och viktiga arenor för informationsarbete

---

Informationsgruppen har för avsikt att fortsätta arbetet med att ta fram strategier för de informationsinsatser som krävs för att respektive miljömål ska nås. Detta arbete sker fortlöpande och i samverkan med olika aktörer. Resultatet redovisas efter hand i nya rapporter till regeringen.

De insatser som redovisas i denna bilaga är exempel som är avsedda att illustrera vad som skulle kunna göras. Tanken är att bjuda in olika aktörer till förutsättningslösa samtal där dessa idéer vidareutvecklas, skrotas eller där helt andra idéer kommer fram. Vilka insatser som slutligen genomförs beror dels på resultatet av det kommande samarbetet, dels på vilka resurser som finns att tillgå.

## Målgrupper

### Det genomgripande målet - Hälsa

Vårdsektorn, privata vårdgivare, personal inom vård och omsorg, utbildnings- och forskningsinstitutioner, tillverkare, importörer och leverantörer av medicintekniska produkter, folkrörelser och intresseorganisationer (t.ex. patientföreningar), patienter samt allmänheten. Massmedia.

### Det genomgripande målet - Kulturmiljö

Regering, riksdag, sektormyndigheter, kommuner och länsstyrelser. Regionala och lokala miljömyndigheter. Skolor och högskolor. Folkrörelser och ideella organisationer. Miljöinstitutioner och -organisationer. Massmedia. Fastighetsägare, villaägare, ägare av kulturhus och föremål. Kulturkonsumenter. Turistnäringen.

## **Frisk luft**

Regering, riksdag, sektormyndigheter, kommuner, länsstyrelser och näringslivet. Regionala och lokala miljömyndigheter. Skolor och högskolor. Folkrörelser och ideella organisationer. Miljöinstitutioner och –organisationer i Sverige, EU och Östeuropa. Transportsektorn och dess branschorganisationer. Massmedia. Fastighetsägare, villaägare, ägare av kulturhus och föremål.

## **Grundvatten av god kvalitet**

Regering, riksdag, sektormyndigheter, kommuner och länsstyrelser. Näringslivet och branschorganisationer, konsultfirmor, brunnborrare samt mineralbranschens aktörer. Skolor och högskolor. Forskare. Massmedia.

## **Levande sjöar och vattendrag**

Regering, riksdag, sektormyndigheter, kommuner, länsstyrelser och näringslivet. Regionala och lokala miljömyndigheter. Skolor och högskolor. Folkrörelser och ideella organisationer. Miljöinstitutioner och –organisationer i Sverige, EU och Östeuropa. Näringslivet och branschorganisationer. Massmedia. Yrkesfiskarna, Sportfiskarna.

## **Myllrande våtmarker**

Regering, riksdag, sektormyndigheter, kommuner, länsstyrelser och näringslivet. Regionala och lokala miljömyndigheter. Skolor och högskolor. Folkrörelser och ideella organisationer. Miljöinstitutioner och –organisationer i Sverige, EU och Östeuropa. Näringslivet och branschorganisationer. Massmedia.

## **Hav i balans & levande kust och skärgård**

Regering, riksdag, sektormyndigheter, kommuner, länsstyrelser och näringslivet. Regionala och lokala miljömyndigheter. Skolor och högskolor. Folkrörelser och ideella organisationer. Miljöinstitutioner och –organisationer i Sverige, EU och Östeuropa. Näringslivet och branschorganisationer. Massmedia. Yrkesfiskarna, Sportfiskarna. Turistnäringen och turistorganisationer.

## **Ingen övergödning**

Regering, riksdag, sektormyndigheter, kommuner, länsstyrelser, näringslivet och jordbruket. Regionala och lokala miljömyndigheter. Skolor och hög-



skolor. Folkrörelser och ideella organisationer. Miljöinstitutioner och –organisationer i Sverige, EU och Östeuropa. Näringslivet och branschorganisationer. Massmedia. Bilister.

### **Bara naturlig försurning**

Regering, riksdag, sektormyndigheter, kommuner, länsstyrelser och näringslivet. Regionala och lokala miljömyndigheter. Skolor och högskolor. Folkrörelser och ideella organisationer. Miljöinstitutioner och –organisationer i Sverige, EU och Östeuropa. Näringslivet och branschorganisationer. Massmedia.

### **Levande skogar**

Regering, riksdag, sektormyndigheter, kommuner, länsstyrelser och näringslivet. Skogsägare, skogsarbetare/tjänstemän, skolor, beslutsfattare, förtroendevalda. Massmedia.

### **Ett rikt odlingslandskap**

Regering, riksdag, sektormyndigheter, kommuner, länsstyrelser. Jordbrukare, skolor och massmedia

### **Storslagen fjällmiljö**

Regering, riksdag, sektormyndigheter, kommuner, länsstyrelser och näringslivet. Turistbranschen och turistorganisationer. Massmedia.

### **God bebyggd miljö**

Regering, riksdag, sektormyndigheter, kommuner, länsstyrelser och näringslivet. Branschen – byggprojektörer, konsulter, entreprenörer, byggherrar, förvaltare, renhållningsverk, bostadsföretag, massmedia, skolor och högskolor.

### **Gifrfri miljö**

Regering, riksdag, sektormyndigheter, kommuner, länsstyrelser och näringslivet. Hushållen, företag, forskningsinstitutioner, båtägare, jordbruket, amatörodglare i trädgårdar, kolonilotter m.m. Elektronikindustrin och dess kunder. Massmedia.

## **Säker strålmiljö**

Regering, riksdag, sektormyndigheter, kommuner, länsstyrelser och näringslivet. Husägare, skolan, mödra- och barnavårdscentraler, småbarnsföräldrar (de sistnämnda när det gäller UV-strålning). Massmedia.

## **Skyddande ozonskikt**

Regering, riksdag, sektormyndigheter, kommuner, länsstyrelser och näringslivet. Regionala och lokala miljömyndigheter. Skolor och högskolor. Folkrörelser och ideella organisationer. Miljöinstitutioner och –organisationer i Sverige, EU och Östeuropa. Näringslivet och branschorganisationer. Massmedia.

## **Begränsad klimatpåverkan**

Regering, riksdag, sektormyndigheter, kommuner, länsstyrelser och näringslivet. Regionala och lokala miljömyndigheter. Skolor och högskolor. Folkrörelser och ideella organisationer. Miljöinstitutioner och –organisationer i Sverige, EU och Östeuropa. Näringslivet och branschorganisationer. Massmedia.

# **Viktiga arenor för informationsarbete**

## **Den privata sfären**

Ska vi nå miljömålen är det viktigt att upprätthålla människors känsla för natur, miljö och kulturarv. Många barn, särskilt i storstadsområdena, växer idag upp utan någon större kontakt med naturmiljöerna. Om vi vill att de ska bli miljömedvetna medborgare som vuxna, är det viktigt att under lekfulla och trivsamma former väcka deras respekt för djur och växter.

Genom samarbete mellan centrala och lokala myndigheter, organisationer och folkrörelser kan barnen ges en chans att uppleva och känna in dofter, tystnad, skogens djur och växter. Om skogen för dem blir en lustfylld plats kommer känslan att följa dem hela livet och troligen öka deras förståelse för vikten av levande skogar och biologisk mångfald. Att locka barn till fysisk aktivitet utomhus har även en folkhälsoaspekt och där finns också kopplingar till vårt kulturarv.

## **Skolan**

Det handlar om att börja i tid och grundlägga ett intresse för natur och miljö redan i skolan. Via lärarfortbildning kan nya metoder och ny pedagogik utvecklas. Möjligheterna att utnyttja ny teknik för att kunskapen om naturen, t.ex. Internet bör tas till vara.

## **Högre utbildning**

Seminarier på universiteten om miljöbalken, allmän miljökunskap, om resultat från miljöforskning, samband mellan miljö och andra samhällsfrågor m.m.

## **Arbetslivet**

Tjänstemän på kommunala förvaltningar, länsstyrelser m.fl. har ofta arbetsuppgifter där olika former av miljökunskap krävs. Exempel arbetar revisorer (gäller även privata näringslivet) med granskning av miljöbokslut. Poliser, jurister, åklagarmyndigheter kan få ta emot anmälningar om miljöbrott. Ekonomer kan påverka miljöbeslut genom sitt inflytande över budget m.m. För att upphandla städentreprenörer krävs miljökunskaper. Skyddsombud arbetar ofta med t.ex. kemikalier och rengöringsmedel ur arbetsmiljösynpunkt men skulle samtidigt kunna göra en insats genom att känna till/kunna slå larm om de värsta "miljöbovarna" i städkåpet. Bransch- och intresseorganisationer är också strategiskt viktiga i detta sammanhang.

Det finns en lång rad yrkesnätverk som arbetar för miljön. Deras grundidé är att de som vill bidra med sin yrkeskompetens i miljöarbetet ska ha möjlighet till detta genom att verka inom ett nätverk. Att utnyttja eldsjälarna och deras erfarenhet är oerhört viktigt för att kunna nå nya grupper. Om inte eldsjälarna längre orkar driva arbetet framåt och försvara visionerna – kommer vi inte heller att "frälsa" några nya själar.

Yrkesnätverken är intressanta eftersom en stor del av de förändringar som måste genomföras kräver att närings-/yrkeslivets olika verksamheter anpassar sig till de krav som ligger inbyggda i miljömålen och till de delmål som kommer att fastställas av riksdagen. Detta förutsätter att de som är yrkesverksamma inom dessa verksamheter har ett miljö-kunnande och känner till hur deras handlande kan bidra till att målen nås.

De yrkesverksamma är dessutom ofta de som bäst kan identifiera hinder som gör att deras respektive verksamhetsgren och/eller de själva som individer inte agerar i riktning mot uppfyllandet av miljömålen. För att skapa en dialog där de verksamma i dessa nätverk får ge sin bild av problem och möjligheter i arbetet för en hållbar utveckling föreslås att en årlig Nätverksriksdag för miljön anordnas.

Detta kan bli en viktig kanal för att fånga upp problem som måste lösas på nationell nivå för att målen ska nås. Det är också ett sätt att stärka nätverkens möjligheter till påverkan vilket i sig är det bästa sättet att inspirera eldsjälarna. Nätverksriksdagen blir samtidigt en årlig "temperaturmätning" av hur miljömålsarbetet fortskrider i arbetslivets olika verksamheter. I kontakterna med nätverken förutsätts att dessa fortlöpande förses med information om myndigheternas miljömålsarbete.

Arrangörer och arrangemang ska präglas av "hög status". D.v.s. betydande företrädare för regering, riksdag, politiska partier och centrala myndigheter ska finnas med såväl som arrangörer, finansiärer som medverkande.

Småföretagare behöver få kunskap om vilken nytta de kan ha av miljöarbete, miljöledning och miljöcertifiering. De måste uppmärksammas på att det hänger ihop med deras möjlighet att klara framtida konkurrens med skärpta miljökrav från konsumenterna och större uppdragsgivare.

### **Fritidslivet**

Information om kopplingen mellan UV-strålning och solbadets påverkan på vår hälsa. Vi utnyttjar Naturrum, ger information på ställen där semestrar planeras – ekoturism – och börjar, t.ex. om rätt utrustning/Allemansrätt/inställning till miljön de ska till att besöka/hur de undviker onödig miljöbelastning i området osv.

### **Forskning**

Möjligheterna att stödja forskare som vill sprida miljökunskap vidare bör inventeras. Det kan handla om kanaler, stipendier, publiceringsmöjligheter m.m. Möjligheter att bedriva forskning i samverkan med viktiga miljöaktörer är ett sätt att förbättra kommunikationen mellan forskare och lekmän som bör utvecklas.

Ett forskningsuppdrag skulle kunna vara att ge informatörer bättre underlag för sitt arbete. Frågan är vad vi egentligen vet om våra målgruppers miljökunskap? Hur tolkar olika individer olika forskningsrapporter och artiklar i tidningar samt information från myndigheter och kommuner?

Förmågan att tolka budskap är inte bara en fråga om huruvida vi når fram med miljöbudskapet, det är också en fråga om förutsättningar och villkor för delaktighet och demokrati. Av tidigare forskning kring språket vet vi att det finns stora klyftor när det gäller att uppfatta budskap. (Det är en inte alldeles djärv gissning att motsvarande förhållande finns inom miljöområdet.) En studie med fokus på kommunikation där man belyser vilka ord/begrepp som når fram och vilka som eventuellt missuppfattas hos ett antal personer skulle kunna ge en utgångspunkt för det fortsatta informationsarbetet.

Kunskapsklyftor kan handla om ren förståelse av ord som ekologi, kretslopp, hållbar utveckling m.fl. Det kan också handla om hur man uppfattar t.ex. bilens miljöpåverkan med respektive utan katalysator och blyfribensin eller vad det betyder att en vara är märkt med återvinningsymbol (uppfattas det t.ex. som att den är miljövänlig även ur andra aspekter). En tredje aspekt rör hur olika miljömärkningar uppfattas t.ex. krav, svanen, bra miljöval.

## **Massmedia**

Som centrala myndigheter bör vi själva ta initiativ till att berätta om vårt arbete i massmedier, även om kontroversiella förslag och beslut och aktivt delta i massmediadebatten. Öppenhet är ledstjärna för kontakterna med massmedia.

Strategier bör utvecklas för att hålla mediernas intresse för miljöfrågorna vid liv. Det borde t.ex. vara lika naturligt att svängningar i miljötilståndet bevakas som börsens upp och nedgång.

Samarbete kring olika projekt kan vara en framkomlig väg. För att kunna göra en kritisk granskning av miljöpolitik och olika aktörers agerande krävs kunskaper i såväl miljökunskap, som hur man hämtar, tolkar och analyserar fakta ur t.ex. databaser, uppföljningar, miljöbokslut m.m. Vi bjuder in till seminarier på temat ”vad gör ni, vi och vi tillsammans”.

Strategier bör även kunna utvecklas samverka kring reklambranschens förhållande till miljön och deras kunskaper i att påverka folk.

## **De parlamentariska församlingarna i Sverige**

Förtroendevalda och tjänstemän i förvaltningar och politiska organisationer bör vara så förtrogna med miljömålen så att de kan ta hänsyn till dessa när de fattar beslut. Det innebär att de måste ha ett sådant miljökunskaper att de ser samband mellan miljöfrågorna och politiska beslut om t.ex. samhällsbyggnad, utbildning, ekonomi och andra ämnen som traditionellt sett inte ingår i de miljöpolitiska besluten. De ska vara så medvetna om miljömålen att de inför varje beslut ställer sig frågan om detta är förenligt med att uppnå miljömålen.

De ska också kunna kräva av de beredande tjänstemännen att dessa har tillräckliga miljökunskaper för att belysa hur olika politiska beslut påverkar miljön. Informationen från myndigheterna till nämnda målgrupper ska syfta till att ge dessa kunskaper.

## **Den internationella arenan**

Internationellt miljöarbete är en mycket viktig arena för information om miljömålsarbetet. Här måste aktörer, målgrupper och möjligheter att påverka identifieras. Arbetet sker i första hand i de nätverk för informatörer i Europa som redan finns. Samarbetet kan också fördjupas genom start av konkreta projekt. Projekten kan avse samarbete mellan nationer, myndigheter, regioner och/eller organisationer.

Naturvårdsverket skapar kontakter med andra länder bl.a. genom deras utländska ambassader och beskickningar i Sverige som bjuds in till möten/seminarier där vi kan informera om miljöarbete i Sverige, våra nya miljö kvalitetsmål och kopplingen mellan miljö och demokrati, kultur och hälsa.

Den 19-21 juni 2000 arrangerar NUTEK ett internationellt seminarium i Malmö på temat "Eco Efficiency 2000- towards Sustainable Economic Growth". Möjligheterna att föra in miljömålen i det sammanhanget bör undersökas.

Sverige kan ta initiativ till en bättre internationell plattform för miljöinformation i första hand inom EUs gränser. Detta kan t.ex. ske genom ett internationellt seminarium för miljöinformatörer på myndigheter och i miljöorganisationer. Seminariet arbetar efter principen; vad gör ni, vad gör vi, vad kan vi göra tillsammans? Kan t.ex. Internet bli en gemensam kanal för folkbildning och opinionsbildning?

## **Den regionala/lokala arenan**

Arbetsseminarier med aktörer från den regionala och lokala arenan bör arrangeras med syfte att hitta gemensamma utgångspunkter för det fortsatta arbetet, identifiera det stöd som myndigheter på central nivå kan ge och för att se vilka gemensamma insatser som kan genomföras för att nå invånarna i ett lokalsamhälle.

## **Sektorerna**

I dialogform behöver vi svar på frågor som; vilka krav ställer sektorarbetet på informationen/kommunikationen? Vilket behov av samarbetet har vi och hur ska det se ut? Vilket behov av stöd från centrala myndigheter har sektorsmyndigheterna? Detta är frågor som informationsgruppen inte kan besvara själv, svaret ligger hos sektorsmyndigheterna.

Det som i dagsläget efterfrågas mest är främst kunskapsstöd. Som ett första led i uppbyggnaden av informationsstöd till sektorsmyndigheterna arbetar vi förutom med att bygga upp samarbetsformer med att ta fram och erbjuda basmaterial för vidare spridning, förbättra kanalerna för spridning av kun-

skap via forskningsrapporter och andra rapporter samt förbättra utbudet av utbildningar så att det svarar mot sektorsmyndigheternas behov.

## Underlag för kostnadsberäkning

---

**Det arbete som beskrivs i denna strategi är långsiktigt och finansieras delvis genom myndigheternas eget arbete. Dock måste satsningen inledas med nätverksbyggande och någon sorts kampanj för att "sätta frågan på kartan". I denna bilaga redovisas olika kostnader som kan ingå i en kostnadsberäkning.**

I en kostnadsberäkning kan ingå:

1. Även om det är processen som betonas i denna strategi så behövs någon form av "avstampskampanj" (profilering) som är bred men kanske ändå i första hand uppmärksammas av alla som ingår i våra nätverk och som t.ex. peppar de kommunala kontaktpersonerna. Kostnaderna för en sådan kampanj varierar beroende på hur många individer man vill nå. En rimlig kontaktkostnad/individ är 20 kronor.
2. Ett namn/logga etc. för den "gemensamma satsningen" behöver tas fram – annars är risken stor att informationen inte kommer att synas. Detta hindrar givetvis inte att en lång rad aktiviteter bör arrangeras med enskilda myndigheter som avsändare.
3. Ett antal konferenser för nätverken 1) myndigheter (även lokala) 2) skola 3) förtroendevalda och 4) näringsliv. Vissa konferenser måste anordnas regionalt. Även om konferenserna bör ha någon form av deltagaravgifter måste de troligtvis vara ganska kraftigt subventionerade.
4. Vikten av omvärldsbevakning betonas i strategin. Medel behövs för en årlig undersökning av människors inställning till miljömålen – kunskaper, attityder, agerande. Det kan ske genom en "Sifo-undersökning" av traditionellt slag eller (vilket håller på att bli vanligare) en rullande undersökning där man genomför ett visst antal enkäter per månad och på så sätt bättre kan följa trender över tiden. Kostnaden är ungefär densamma, ca 150 000 kronor per år.

Till detta kan ev. läggas kostnaderna för en rullande pressklippsservice med ordentlig analys av innehåll (vilka aspekter av miljöfrågorna som medierna prioriterar) och andelen positivt/negativt.

5. Vikten av miljövänliga kanaler betonas i strategin. Informationen kommer till därför stor del att ske elektroniskt. Medel behövs för att



skapa en miljömålportal på webben med både allmän info och ett antal öppna (och kanske någon sluten) konferens.

Med en bra hemsida kan kostnader för nyhetsbrev eller liknande för nätverket sparas in.

Den framtida uppföljningen av miljökvalitetsmålen kommer till stor del ske genom presentationer på webben samt genom tryckta informationsmaterial som deFacto. Såväl webbhantering som framtagning av det tryckta material sker i samverkan mellan olika målansvariga myndigheter. När ett någorlunda fullständigt system av webbpresentationer väl upprättats för det kunna utnyttjas som underlag för framtida publikationer som därigenom kan produceras snabbare och billigare.

6. Utvecklandet av någon sorts "help-desk" verklig eller virtuell som sköter hemsidan, samordnar aktiviteter och besvarar frågor etc. Även om vi har stor tilltro till webben i detta avseende vore det ändå bra med en fysiskt nåbar lokal där t.ex. lärare och studerande på universitet kan söka information, få tips och goda råd etc. Detta är ett ganska stort jobb som inte ryms inom befintliga personella resurser.
7. Eftersom vi ska arbeta långsiktigt och vill bygga upp vår kunskap om hur man påverkar attityder och beteenden behövs en pott för att någon/några forskare på uppdrag bevakar de studier (internationella och svenska) som kan komma inom ämnesområdet, skriver vissa sammanfattande papers och deltar i konferenser.

Det är möjligt att uppdra åt någon högskola (t ex Sundsvall) att följa processen – kanske det kan bli en doktorsavhandling av det.

8. Framställning av informationsmaterial, baspaket och särskilt utformat material till olika målgrupper. Kostnader för översättning av material till andra språk/lätt svenska för det internationella arbetet samt för människor i Sverige som har annat modersmål än svenska.
9. Att utvärdera och kvalitetssäkra informationsarbetet är viktigt för att veta att rätt åtgärder genomförs. Särskilt viktigt är att arbeta med "formative research" vilket är en form av utvärdering som man gör före och under – men inte efter – insatsen. Om analysen pekar på att den tänkta insatsen inte får någon effekt, sparar man mer än om man i efterhand genom utvärdering får klart för dig detsamma. Detta är en kostnadspost som sällan räknas in i informationsbudgetar. Kostnaderna för att utveckla detta bör därför ingå i kostnadsberäkningen.