

VSAK DAN JE PETEK

11/42

KAKO Z OBLIKOVANJEM OPOLNOMOČITI SKUPNOST PRI
SPOPADANJU S PODNEBNIMI SPREMEMBAMI
S PODNEBNIM ZLOMOM

UREDILE

PETRA ČERNE OVEN, BARBARA PREDAN, NIKA VIDNJEVIČ

VSAK DAN JE PETEK
KAKO Z OBLIKOVANJEM OPOLNOMOČITI SKUPNOST PRI SPOPADANJU
S PODNEBNIM ZLOMOM

Uredile
Petra Černe Oven, Barbara Predan, Nika Vidnjevič

Ljubljana 2023

Vsak dan je petek

**Kako z oblikovanjem opolnomočiti skupnost pri spopadanju
s podnebnim zlomom**

Uredile: Petra Černe Oven, Barbara Predan, Nika Vidnjevič

Zbirka 42:11

Izdala in založila:

Univerza v Ljubljani, Akademija za likovno umetnost in oblikovanje
zanjo Alen Ožbolt, dekan

in

Društvo Pekinpah
zanj Žiga Predan, predsednik

Uredile: Petra Černe Oven, Barbara Predan, Nika Vidnjevič

Besedila: Petra Černe Oven, Barbara Predan, Nika Vidnjevič in sodelujoči
študenti na delavnicah

Lektura: Jezikovna zadruga Soglasnik

Vodja RSF projektov: Nastja Majerič

Fotografije: Aleš Rosa, Petra Černe Oven, Barbara Predan

Drugo slikovno gradivo: avtorji projektov

Oblikovna zasnova zbirke 42: Petra Černe Oven

Ljubljana 2023

© Avtorji

Publikacija je izšla s podporo Razvojnega stebra financiranja (RSF) v okviru razvojnega cilja Krepitev kakovosti študijskega procesa, osredinjenega na študenta in v sodelovanje z okoljem (A.1.1), ukrepa »Oblikovanje podpornega sistema in mehanizmov ter izvedba pilotnih primerov izvajanja študijskega procesa, osredinjenega na študente«.

To delo je ponujeno pod licenco Creative Commons

Priзнание avtorstva – deljenje pod enakimi pogoji 4.0 Mednarodna licenca (izjema so fotografije).

Prva e-izdaja. Publikacija je v digitalni obliki prosto dostopna na:

<https://www.aluo.uni-lj.si/raziskovanje/zalozniska-dejavnost/>

<http://www.pekinpah.com/store>

Kataložni zapis o publikaciji (CIP) pripravili v Narodni in univerzitetni knjižnici v Ljubljani
COBISS.SI-ID 164506115

ISBN 978-961-95500-4-5 (Društvo Pekinpah, PDF)



Univerza v Ljubljani
Akademija za likovno umetnost
in oblikovanje

pekinpah

Knjiga je nastala kot plod raziskovanja, predavanj in delavnic:

14.–18. februar 2022

Visualizing life in the doughnut

Politecnico di Milano, School of Design, MA Communication Design

39 študentov

3.–7. oktober 2022

Kako z oblikovanjem opolnomočiti skupnosti za spopadanje s podnebnimi spremembami

UL Akademija za likovno umetnost in oblikovanje, MA Industrijsko oblikovanje in MA Oblikovanje vizualnih komunikacij

28 študentov

13.–17. februar 2023

How to empower communities to tackle climate change through design

Politecnico di Milano, School of Design, MA Communication Design

34 študentov

Zahvaljujemo se sodelujočim milanskim, ljubljanskim in Erasmus študentom, obema visokošolskima organizacijama, Politecnico di Milano ter Akademiji za likovno umetnost in oblikovanje Univerze v Ljubljani, ki sta nama prijazno omogočili izvedbo delavnic. Še posebej pa se zahvaljujemo prof. Alessandru Colizziju in prof. Sašu Sedlačku ter asistentoma Alice Maturo in Sebastianu Žetku, ki so še dodatno pripomogli k uspešni izvedbi delavnic.

6 Petra Černe Oven, Barbara Predan
ZAKAJ BI SE SPLOH TRUDILI

11 Nika Vidnjević
KAJ SE JE ZGODILO IN KAKO JE VSE POTEKALO
Kratek uvod

ŠTUDIJSKI PROJEKTI TREH DELAVNIC:

1. Vizualizacija življenja v krofu, Politecnico di Milano, 2022

- 17 *ECOFFEE*, Sara Davì, Elena Gargioli, Matilde Tagliariol,
Roberta Tibaldi
- 20 *De guide*, Carolina Inés Andrade, Chiara Campana, Yifei
Guo, Carmine Russo, Federica Valdemarca
- 24 *Grozna resničnost [A Looming Reality]*, Carlotta Bacchini,
Silvia Carpanoni, Chiara Davoli, Eleonora Stucchi,
Federica Vatri
- 28 *#MeatTheRevolution*, Carlotta Calabria, Federico Cordelli,
Valeria Piolini, Lorenzo Urietti, Valentina Zaccaria
- 32 *Razmisli, preden pošlješ – zavedanje o digitalnem vplivu*,
Linda Agosto, Yuri Michele Piemontese, Francesca
Pievani, Filippo Repishti, Agnese Viola
- 35 *Zero festival*, Elisa Carbone, Daphne Degiorgis, Sandra Di
Leo, Michele La Rosa, Silvia Tanasini
- 39 *Moramo biti glas znanosti*, Valerio Andrini, Angela
D'Alessandro, Veronica Dalla Valle De Toni, Rocco
Galli, Domiziana Liparoti

2. Kako z oblikovanjem opolnomočiti skupnosti za
spopadanje s podnebnimi spremembami?, UL ALUO,
2022

- 43 *Financiranje študentskih projektov: kako zmanjšati
finančne obremenitve študentov med študijem na
UL ALUO*, Julija Brudar, Ana Cerar, Rok Černezel, Zala
Križ, Jaka Pavlin, Lana Soklič
- 47 *Kohabitacija*, Mirjam Bešter, Esma Hajdarpašić, Strahinja
Jovanović, Špela Muha, Hana Podvršič, Marija
Staničić
- 51 *Illuminate*, Lara Gorenc, Kaja Horvat, Betsabea Vernik,
Anja Kadunc, Julia Kaszubowska, Lea Berlic
- 56 *Most*, Ognjen Odalović, Tine Lisjak, Karel Filip Drobne,
Zuzanna Monsiorska, Tina Ocvirk
- 60 *EKO Zapor*, Eva Štupnik, Urban Boštic, Lea Kobal, Vita
Tušek, Nika Rupar

3. Kako z oblikovanjem opolnomočiti skupnosti za
spopadanje s podnebnimi spremembami?,
Politecnico di Milano 2023

- 64 *ReCraft*, Riccardo Brosio, Anna Dognini, Yousef Taffal,
Giorgia Zani
- 68 *Varčevanje z vodo*, Giulio Alessandrini, Marta Coppola,
Olimpia Di Via, Tazio Furiani, Giulia Zago
- 72 *Z dregljajem do zmanjšanja zavržene hrane*, Veetrag,
Maria Bastos, Hu Yiyuan, Rishika Sikder
- 76 *Preskoči korak, če*, Simone Gigante, Stefano Romano, Luca
Vanetti, Laura Zani
- 80 *Bitewise*, Chiara Capuano, Anna Cattaneo, Ana Doric,
Manman Li, Lara Macrini
- 85 *Bring your cup, do your part*, Alicia Aguado Montero, Jana
Vivet, Yuying Tang, Surabhi Gupta
- 89 *Trajnostna in zmanjšana mobilnost*, Sara Corradi, Gianluca
Delledonne, Ziqi Huang, Arianna Vassena
- 93 *Vključevanje in podpora za spremembe*, Matteo Flaminio,
Yasmina Ghandour, Alice Mannucci, Tommaso
Schifano

Petra Černe Oven, Barbara Predan

ZAKAJ BI SE SPLOH TRUDILI?

Leta 2020 so v okviru programa Združenih narodov za okolje (UNEP), ki med drugim pod okriljem Agende za trajnostni razvoj do leta 2030¹ skrbi za izvedbo 17 ciljev trajnostnega razvoja (SDGs),² spodbudili program »*Green Nudges*«³ *programme for universities*,³ usmerjen neposredno v delovanje univerz. Istega leta so izdali tudi publikacijo *The Little Book of Green Nudges*.⁴ Glavni cilj programa je navdušiti 200 milijonov študentov po vsem svetu, da prevzamejo okolju prijazne navade

1 ZN, *Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development*; United Nations Summit, 2015, https://www.un.org/pga/wp-content/uploads/sites/3/2015/08/120815_outcome-document-of-Summit-for-adoption-of-the-post-2015-development-agenda.pdf.

2 UNEP, *Sustainable Development Goals*, <https://www.unep.org/evaluation-office/our-evaluation-approach/sustainable-development-goals> in <https://sdgs.un.org/>.

3 UNEP, *Green Nudges at Universities*, https://www.unep.org/explore-topics/education-environment/what-we-do/little-book-green-nudges?_ga=2.24818042.1395074262.1630482563-2072372241.1630482563.

4 United Nations Environment Programme, GRID-Arendal in Behavioural Insights Team, *The Little Book of Green Nudges*: 40

in okolju prijaznejši življenjski slog.⁵ Gre za prvi program UNEP, ki temelji na vedenjski znanosti in teoriji dregljaja, se osredotoča na človeška dejanja in se hkrati preizprašuje, kako jih spremeniti.

Pred tem so se v 20. stoletju v praktičnem smislu vedenjski vpo-
gledi, spodbude in dregljaji že uporabljali v vladnih projektih,
oglaševalskih kampanjah in potrošništvu. Med zelene dregljaje
sodijo na primer označevanje izdelkov z »eko« ali »organsko«,
uporaba manjših krožnikov v menzah z namenom zmanjšanja
količine zavržene hrane, vključevanje infografik na račune ali
dokumente z namenom ponazoritve posameznikove porabe
energije v primerjavi s porabo drugih uporabnikov (na primer v
občini ali mestu) ter ostali podobni načini spodbujanja k okolju
naravnanim prijaznim odločitvam in zelenemu oziroma trajno-
stnemu vedenju.

Študije kažejo, da kar 77 % Evropejcev prepoznava klimatske
spremembe kot resen problem, pri čemer je pomembno, da so
mlajši veliko bolj zaskrbljeni kot starejši. Študije na globalni
ravni kažejo, da več kot 50 % mladih ob problemu klimatskih
sprememb občuti naslednja čustva: žalost, skrb, jezo, nemoč in
krivdo. Kar 45 % mladih v raziskavi je tudi povedalo, da njihova
občutja o podnebnih spremembah negativno vplivajo na nji-
hovo vsakdanje življenje in delovanje, mnogi pa so poročali o
velikem številu negativnih misli o podnebnih spremembah.⁶

Nudges to Spark Sustainable Behaviour on Campus, UNEP and
GRID-Arendal, Nairobi in Arendal 2020.

5 *UNEP launches "Green Nudges" programme for universities*,
<https://www.unep.org/news-and-stories/press-release/unep-launches-green-nudges-programme-universities>.

6 Caroline Hickman, Elizabeth Marks et al., *Climate anxiety in children and young people and their beliefs about government responses to climate change: a global survey*, *Lancet Planet*



Podobne odzive in občutke sva kot pedagoginji in raziskovalki med študenti zaznavali tudi midve, in sicer vsakič, ko sva pripravljali vsebine, ki so vključevale poudarke o nujnosti razumevanja urgentnosti tematike z namenom spodbujanja k spremenjenemu

odzivanju. Klasični pedagoški pristopi več kot očitno niso delovali, zato sva se odločili zasnovati posebej za to oblikovane delavnice za podiplomske študente, ki bodo združevale kompleksno teorijo ter konkretne metode in orodja.

Osredotočili sva se na prej omenjeno pobudo zelenih dregljajev, ki je usmerjena v (pre)oblikovanje storitev, trajnost pa sva umeštili v kontekst regenerativnosti, ob jasnem razumevanju tako imenovanega krofnega modela, ki ga je razvila britanska ekonomistka Kate Raworth v knjigi *Doughnut Economics: Seven Ways to Think Like a 21st Century Economist*.⁷ Tako regenerativno oblikovanje kot tudi »model krofa« se odlično dopolnjujeta z že omenjenimi 17 cilji trajnostnega razvoja, saj vsi trije pristopi zagovarjajo dobro počutje in sposobnosti ljudi ob hkratnem spoštovanju devetih planetarnih okoljskih omejitev, ki jih je pred tem definiral Johann Rockström s skupino znanstvenikov iz Stockholmskega centra za odpornost (Stockholm Resilience Center).⁸ Kombinacija vseh treh mestoma zelo kompleksnih teorij in pristopov se sreča na točki, ki nas sili k osredotočanju

Health 5, 2021, str. e863–73, [https://doi.org/10.1016/S2542-5196\(21\)00278-3](https://doi.org/10.1016/S2542-5196(21)00278-3).

7 Kate Raworth, *Doughnut Economics: Seven Ways to Think Like a 21st Century Economist*, Random House Business Books, London 2018.

8 Johann Rockström et al., A safe operating space for humanity, *Nature* 461, 2009, str. 472–475, <https://doi.org/10.1038/461472a>.

na oblikovanje rešitev, ki ne bodo le ohranjale okolja, temveč ga bodo pomagale tudi regenerirati in bile hkrati v družbenem smislu ugodne za vse nas, ki živimo na tem planetu.

Z načrtovanjem in izvedbo delavnic sva preverjali, kako študente vpeti v kompleksne in realne probleme, kako jih spodbuditi k analitični obravnavi obstoječih znanstvenih informacij, k izvajanju etnografskih raziskav z namenom pridobivanja



ključnih vpogledov (tudi v polju etičnih in družbenih vrednot) in k snovanju predlogov, ki temeljijo na pridobljenih podatkih. Te so sprti testirali, evalvirali in na podlagi dognanega tudi iterirali. Poskušali sva tudi uvideti, kaj znotraj trajnosti in teorije zelenega dregljaja

nagovarja mlade, kje so priložnosti za poglobljanje vsebin in njihovo opolnomočenje v vsakodnevnem delovanju.

Poleg cilja preverjati možnosti spodbujanja interesa za aktivno udejstvovanje v spreminjanju vedenja v smeri trajnosti pri študentih pa je bil drugi cilj vzpostavitev okvira za opolnomočenje pedagogov za uspešno obravnavo kompleksnih tem naše sedanjosti. Ta publikacija predstavlja študentske projekte, ki so rezultat relativno kratkih delavnic, a v sebi že nosijo na podatkih osnovana izhodišča in imajo možnost (z individualnimi kontekstualnimi prilagoditvami) takojšnje aplikacije na drugih izobraževalnih institucijah. Podrobnejši znanstveni članek o natančno opisanih korakih, pedagoških metodah in izmerjenih rezultatih petdnevne delavnice bo objavljen v kratkem. Namen te publikacije pa je spodbuditi nadaljnjo dejavno participacijo v smeri reševanja trajnostnih izzivov in sočasno spodbuditi nadaljnji razvoj pedagoških pristopov v oblikovanju.

Naj ta kratki sestavek zaključiva z besedami nekdanjega generalnega sekretarja Združenih narodov Ban Ki Moona, ki je dejal:

»Reševanje našega planeta, reševanje ljudi iz revščine, pospeševanje gospodarske rasti ... to je del enega in istega boja. Povezati moramo točke med podnebnimi spremembami, pomanjkanjem vode, pomanjkanjem energije, svetovnim zdravjem, varnostjo preskrbe s hrano in krepitevijo vloge žensk. Rešitve enega problema morajo biti rešitve za vse probleme.«⁹

Zagotovo je to neposreden poziv za oblikovalce in pedagoge, ki oblikovalce izobražujemo, da s svojim znanjem pomagamo v boju za obstanek planeta, na katerem bo mogoče še naprej trajno bivati.

9 Ban Ki-moon, *Address to the 66th General Assembly: "We the Peoples"*, 21. 9. 2011, <https://www.un.org/sg/en/content/sg/speeches/2011-09-21/address-66th-general-assembly-we-peoples>.

Nika Vidnjević

KAJ SE JE ZGODILO IN KAKO JE VSE POTEKALO

Kratek uvod

V nadaljevanju publikacije so predstavljeni rezultati študentskega dela v sklopu treh delavnic. Delavnice so dvakrat potekale v Milanu na Šoli za oblikovanje univerze Politecnico di Milano prvič z naslovom **Vizualizacija življenja v krofu** (14.–18. 2. 2022) in drugič z naslovom **Kako z oblikovanjem opolnomočiti skupnosti za spopadanje s podnebnimi spremembami?** (13.–17. 2. 2023). Delavnica z naslovom **Kako z oblikovanjem opolnomočiti skupnosti za spopadanje s podnebnimi spremembami?** je potekala tudi v Ljubljani na Akademiji za likovno umetnost in oblikovanje Univerze v Ljubljani (UL ALUO, 3.–7. 10. 2022). Delavnic so se udeležili študenti podiplomskega študija oblikovanja z različnih študijskih smeri, od industrijskega do grafičnega oblikovanja, ilustracije, fotografije in založniškega oblikovanja. Vse tri delavnice so potekale pet dni, vključevale pa so tudi predpripravo z branjem tekstov in (v nekaterih primerih) zaključna poročila. Mentorici delavnic sta bili prof. dr. Petra Černe Oven in izr. prof. dr. Barbara Predan, na ljubljanski delavnici je sodeloval tudi asist. Sebastian Žetko.

Namen vseh treh delavnic je bil študente voditi skozi proces oblikovanja trajnostno-regenerativno naravnanih projektov s ciljem snovanja konceptov, ki bodo obravnavali družbene in okoljske probleme. V proces razvoja so bile vključene različne metode dela in orodja, ki so študentom v okviru timskega dela nudila podporo pri vodenju raziskave, definiranju problema in ideaciji. Na začetku delavnice so vse skupine naredile skupnostni oziroma skupinski diagram, katerega namen je bil razumevanje notranje dinamike skupine ter uspešnejše in homogeno delovanje v njej: kaj jih povezuje in motivira, kakšne so njihove skupne vrednote, skupne identitete, kaj razumejo kot uspeh.

Bistvenega pomena za nadaljnjo opredelitev smeri razvoja projekta je bila izbira treh ključnih besed, ki so se pri vsaki delavnici nekoliko razlikovale. Nabor besed je skupinam služil kot izhodišče projekta, izbrane tri pa so podrobneje raziskali, da bi razumeli njihov pomen, in na podlagi njih prebrali izbrane članke,¹ ki so jim bili v pomoč pri razumevanju pojmov in nadaljnjem razvoju projekta. Primeri ključnih besed so bili: **regenerativno oblikovanje, porazdeljeno oblikovanje, odrast [degrowth], krožnost, družbena inovacija, vedenje, preživetje, skrb, spregledane ženske in futurizem.**

Faza raziskave se je delila na namizno raziskavo in etnografsko raziskavo s polstrukturiranimi intervjuji in opazovanjem na terenu. V namizni raziskavi so se študentje univerze Politecnico di Milano osredotočali na zbiranje informacij o dejavnostih univerze in specifično njihove fakultete za oblikovanje na izbranem področju. Analitično so obravnavali projekte, študijske programe, praktične primere in institucionalne ukrepe v povezavi s podnebnimi spremembami ter iskali priložnosti za izboljšavo obstoječega stanja. Poleg tega so opravili analizo družbenih inovacij in drugih rešitev (vedenjske, kulturne, okoljske ali tehnološke), ki so se navezovali na izbrano temo. Študentje UL ALUO so raziskovali podobne tematike, razlika je bila le v tem, da so se primarno osredotočili na UL ALUO, Ljubljano oziroma Slovenijo.

Vse skupine so dodatne vpoglede črpale iz intervjujev s ciljno skupino in iz povratnih informacij, ki so jih pridobile s testiranjem lastnih konceptov. V fazi ideacije so študenti uporabili različne metode dela oziroma orodja za generiranje idej. Metoda »Kako bi lahko?« se uporablja za kreativno generiranje idej, saj so študenti s tem vprašanjem pozvani k razmisleku,

1 Seznam literature je na voljo v poglavju Bibliografija, str. 98.

da najdejo kreativne in inovativne rešitve. Vprašanje postavi v kontekst raziskave, iz katere črpajo ključne vpogledе. Z njimi lahko tvorijo vprašanja »Kako bi lahko?« o problematiki projekta oziroma se navezujejo na izkušnjo uporabnikov. Uporabili so tudi metodo »nore osmice«, s katero se v omejenem časovnem okviru generira čim več idej. Metoda spodbuja hitro, kreativno in divergentno mišljenje ter izstopanje iz običajnih okvirov, kar omogoča nastanek velikega števila spontanih idej v relativno kratkem času.

Nekatere skupine so v proces načrtovanja projekta odlično vključile teorijo dregljaja [*nudge theory*]. Vključevanje te teorije v oblikovalski proces omogoča, da rešitve z načrtno zasnovanimi dregljaji vplivajo na odločitve, vedenje in način razmišljanja posameznika. Na podlagi vpogledov so izpostavili ključne izzive in priložnosti za izboljšanje izbranega področja, s pomočjo sheme učinkovitosti in enostavnosti (za določanje razmerja med tema dvema parametroma) pa so izbrane izzive in priložnosti razporedili glede na njihove lastnosti. Kasneje so se na podlagi sheme odločili, katere priložnosti oziroma izzive bodo razvijali glede na njihovo učinkovitost znotraj določenega časovnega okvira.

Pri snovanju končnega koncepta ni bilo omejitev glede izvedbe. Skupine so oblikovale rešitve v obliki produkta, storitve ali kampanje. Poudariti je treba, da zasnove odražajo skupinsko delo posameznikov raznolikih študijskih programov oblikovanja in umetnosti ter različnih kulturnih sredin in spolov. Skupinam je glede na časovno omejitev delavnice na pet dni uspelo oblikovati odlične konceptne predloge. Odražajo njihove vrednote in način razumevanja okoljskih problematik, s katerimi se bodo vse pogosteje srečevali v svojem poklicnem in vsakdanjem življenju. Skupaj je nastalo dvajset različnih projektov.

Glavni cilj delavnice:

Iskanje boljšega načina za razumevanje, vizualizacijo, ozaveščanje o regenerativnem oblikovanju in motiviranje različnih zainteresiranih deležnikov zanj (s pomočjo ekonomike krofa [*doughnut economics*], krožnega oblikovanja in teorije dregljaja).

Usvojena znanja:

- razumevanje osnove konceptov ekonomike krofa, regenerativnega, krožnega oblikovanja in teorije dregljaja;
- primerjava in razlaga različnih vizualizacij diagramov;
- raziskovalne kompetence glede uporabnih informacij o temi ter metodah in orodjih informacijskega, storitvenega (in na uporabnika osredotočenega [UX]) oblikovanja;
- uporaba znanja za reševanje problemov v okviru dane naloge;
- povezovanje idej v novo rešitev;
- logične in ustrezne predstavitvene tehnike za diseminacijo rezultatov;
- sposobnost vrednotenja kakovosti drugih predlaganih rešitev.

Kratek opis delavnice:

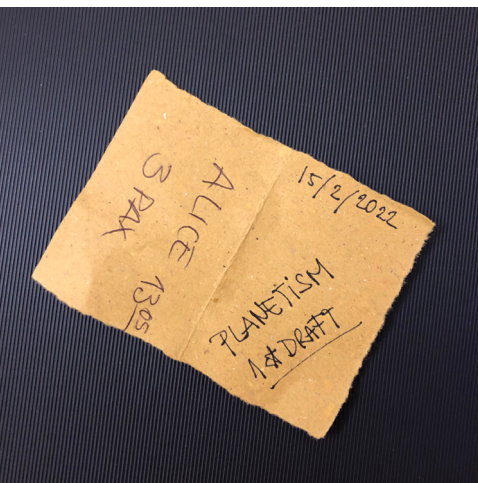
Na delavnicah so se študenti na splošno usmerili v oblikovanje informacij in storitev s fokusom na vizualizaciji kompleksnih vprašanj. Vsebine raziskovanja so se osredotočale na regenerativno oblikovanje in ekonomski sistem krožnega oblikovanja, ki se ukvarja z globalnimi izzivi, kot so onesnaževanje, odpadki, podnebne spremembe in zmanjševanje biotske raznovrstnosti. Med novimi paradigmami, ki so se uveljavile v zadnjem času, je v prihodnost najbolj usmerjena ekonomika krofa, ki jo je razvila britanska ekonomistka Kate Raworth. Koncept predstavlja vizualni okvir za regenerativni razvoj in porazdeljeno oblikovanje – v obliki ameriškega krofa z luknjo ali rešilnega obroča – ter združuje prikaz planetarnih in družbenih meja.

Glavno vprašanje delavnice je torej bilo, kako raziskati, razumeti, vizualizirati, ozaveščati in motivirati različne zainteresirane strani pri spreminjanju obstoječih sistemov, da bi prispevali k svetu, v katerem želimo živeti.

Poleg osredotočanja na posameznike in ranljive skupine je bil v Ljubljani dan poseben poudarek ženskam. Izkazalo se je, da politike, ki vključujejo in v katerih aktivno sodelujejo ženske, povečujejo demokratično razsežnost pobud. To velja tudi na področju podnebnih ukrepov. Poleg tega so politike za integriranje podnebnih sprememb učinkovitejše prav z vključevanjem različnih znanj in stališč marginaliziranih skupin.

Tretji poudarek je dodal še element s področja vedenjske ekonomike, in sicer teorije dregljaja. Vedenjska ekonomika prek dregljaja – to je majhne spodbude ali spremembe v okolju, ki vpliva na človeško vedenje – pomaga oblikovalcem razumeti in vplivati na človeško vedenje, ustvarjati boljše uporabniške izkušnje ter razvijati in izboljševati oblikovalske rešitve. To lahko prispeva k večji učinkovitosti, uspešnosti in zadovoljstvu uporabnikov ter ustvarjanju bolj inovativnih in uspešnih oblikovalskih projektov.

Skozi delo na delavnici so študentje imeli priložnost spoznati različne teorije, ki so jih navezali na oblikovalsko delo, in to uporabili v praksi s projekti, ki so jih razvijali in ustvarjali. Z znanjem, ki so ga usvojili, se bodo tudi v prihodnje kompetentno ukvarjali s trenutnimi in prihodnjimi problematikami našega vsakdana, ki niso vezane zgolj na oblikovanje preprostih, temveč tudi kompleksnih in učinkovitih rešitev, ki lahko vplivajo na družbo ter delujejo regenerativno na svet okoli sebe – ne samo na ljudi, temveč tudi na ostale žive in nežive organizme oziroma okolje.



Naslov delavnice: **VIZUALIZACIJA ŽIVLJENJA V KROFU**

Ime skupine: Loco

Avtorice_ji: Sara Davì, Elena Gargioli, Matilde Tagliariol,
Roberta Tibaldo

Ime projekta: **ECOFFEE**

Lokacija: Milano, Politecnico di Milano

Skupne vrednote:

čujčnost, dobro počutje, sodelovanje, inovacije, radovednost

Ključne besede za izhodišče projekta:

porazdeljeno oblikovanje, obnašanje, družbena inovacija

Namen:

Namen projekta je bil povečati ozaveščenost o obstoju trajnostnega vedenja ter predlagati etično in odgovorno uporabo lokalnih virov za razširitev družbenih inovacij v večjem obsegu.

Ciljna skupina:

Študenti univerze Politecnico di Milano.

Raziskava:

V fazi raziskave je skupina študentov v vprašalniku zastavila naslednji vprašanje ostalim študentom na Politecnico di Milano:

- Ali so na univerzi raziskovalne skupine, ki se ukvarjajo s porazdeljenim gospodarstvom?
- Ali so vsi okoljski in družbeni viri na univerzi trajnostni?

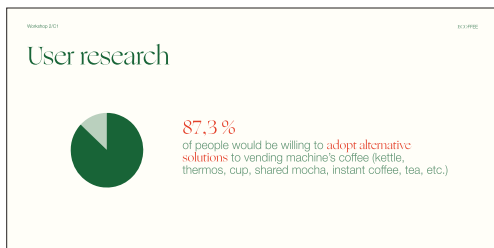
Prejeti odgovori so jim služili za lažje nadaljnje definiranje problema. Ugotovitev: Kava ne zadovolji okoljskih in družbenih trajnostnih zahtev.

Nadaljnja raziskava se je delila na intervjuje in spletno anketiranje. Odgovori na spletno anketo so bili naslednji:

- 82,6 % ljudi bi bilo pripravljenih omejiti dnevno porabo kave iz avtomatov (če bi se zavedali njenega vpliva na okolje);
- 87,3 % ljudi bi bilo pripravljenih sprejeti alternativne rešitve za kavo iz avtomatov (kotliček za gretje vode, termovka, skodelica, skupna kava, instant kava, čaj itd.).

Ključni vpogledi:

Raziskava je pokazala, da se za skodelico kave na dan porabi 140 litrov vode. Z analizo vpogledov so prišli do dveh temeljnih zaključkov raziskave, ki sta v nadaljevanju tudi usmerila oblikovanje rešitve:



Za doseganje želenega rezultata morajo **omejiti dnevno uporabo avtomata za kavo**, zato da bi to dosegli, pa je treba **sprejeti alternativne rešitve**.

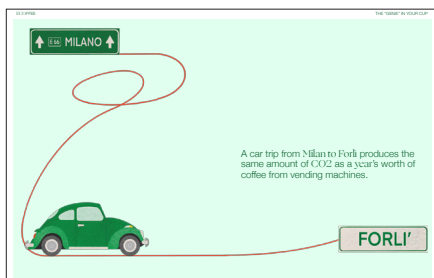
Metoda »Kako bi lahko?«:

Z metodo so prišli do ključnega vprašanja: Kako bi lahko dosegli, da bodo študenti univerze Politecnico di Milano pripravljeni spremeniti svoje navade glede uživanja kave na prodajnih avtomatih?

Izbrani odgovor: Z navedbo vpliva kave na okolje pred nakupom in s praktičnimi navodili, kako zmanjšati vpliv na okolje, ob nižji porabi kave na avtomatih.

Predlagani koncept:

Na podlagi raziskave in analize podatkov je skupina Loco predlagala naslednjo rešitev: na avtomate za kavo se namestijo nalepke in plakati, s katerimi se ozavešča, izobrazí in obvesti



uporabnike o ogljičnem odtisu kave iz avtomata ter njenem vplivu na okolje.

To so želeli doseči z metaforo – tako miselno kot fizično.

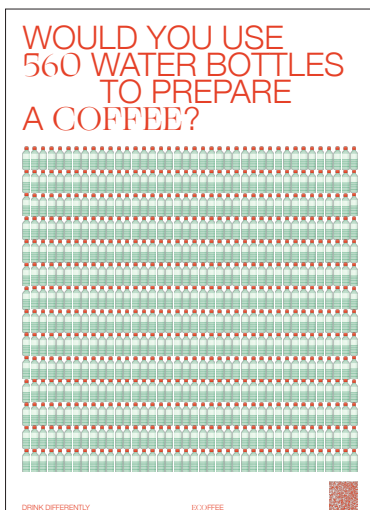
Poleg provokativ-

nega dejstva o porabi vode za en lonček kave iz avtomata je na nalepljenih vizualizacijah dodana tudi QR koda. Ta uporabnika vodi do knjižice z naslovom *ECOFFEE, *Start to drink differently :-)*, ki poleg zgovornih informacij o vplivu kave iz avtomata hkrati uporabniku ponuja alternativne rešitve oziroma vsebuje nasvete, kako se zoperstaviti omenjeni problematiki.

Zaključna misel:

»Skoraj smo končali ... Kmalu boste v kavi uživali okolju prijazno tako, kot je le mogoče! Ne pozabite le, da je življenje prekratko za slabo kavo!«

»Don't worry ... be cuppy! :)«



Naslov delavnice: **VIZUALIZACIJA ŽIVLJENJA V KROFU**

Ime skupine: **Re-Circle**

Avtorice_ji: **Carolina Inés Andrade, Chiara Campana, Yifei Guo, Carmine Russo, Federica Valdemarca**

Ime projekta: **DE GUIDE**

Lokacija: **Milano, Politecnico di Milano**

Skupne vrednote:

solidarnost, sodelovanje, spreminjanje, trajnost, preprostost, dostopnost

Ključne besede za izhodišče projekta:

regenerativno oblikovanje, krožnost, odrast

Namen:

S hitrim pregledom dogodkov in tematik dogodkov je skupina Re-circle ugotovila, da na univerzi že obstajajo številne pobude, projekti in tečaji, ki se osredotočajo na temo trajnosti in trajnostnega razvoja ter na pomen njunega uresničevanja v praksi. Te pobude se razlikujejo in specializirajo glede na študijski program, v katerem so obravnavane. Kljub številnim projektom pa so v skupini ugotovili, da na univerzi zmanjka dregljajev, ki bi uporabnike spodbujali k delanju majhnih, a konkretnih korakov v smeri spreminjanja navad za trajnostnejše življenje.

Ciljna skupina:

Študenti univerze Politecnico di Milano, a tudi širše.

Raziskava:

Ključne smernice, informacije in vpoglede za nadaljnji razvoj projekta so pridobili s spletno anketo in intervjuji, ki so jih opravili s študenti.

Ključni vpogledi:

- Pobude v zvezi s trajnostjo in trajnostnim razvojem na univerzi Politecnico di Milano ne vključujejo velikega števila sodelujočih študentov. Približno tri četrtine študentov je v okviru študija vsaj enkrat obravnavalo temo trajnosti in trajnostnega razvoja, hkrati pa se prav toliko ljudi ni nikoli udeležilo nobenega dogodka ali pobude v kampusu ali zunaj njega, ki so obravnavale vprašanje trajnosti. Če so to storili, so to storili predvsem zato, ker so potrebovali referenco za nadaljnji študij.
- Tema trajnosti in trajnostnega razvoja je pri predmetih obravnavana preveč abstraktno in brez konkretnih aplikacij. Način obravnave teme je zadovoljil več kot polovico anketirancev. Drugi pa so bili nezadovoljni bodisi zaradi teme (ki se jim je zdela dolgočasna ali preveč abstraktna) bodisi zaradi splošnega nezanimanja za način obravnave teme, ki se jim je zdel preveč dobronameren in ne povsem iskren.
- Trajnostni odnos se lahko meri tudi z majhnimi vsakodnevnimi dejanji. Večina udeležencev je dejala, da vzpostavljajo trajnostno vedenje v vsakdanjem življenju z majhnimi, a konkretnimi dejanji, na primer: reciklirajo, izogibajo se dodatni porabi plastike, pazijo, kako ravnaajo s hrano in vodo, skrbno uporabljajo predmete in oblačila in jih kolikor dolgo lahko ne zavržejo, uporabljajo javna prevozna sredstva namesto zasebnih, varčujejo z električno energijo, uživajo manj mesa.
- Večna rast je vsekakor nekaj negativnega, vendar rešitev ni popolna vrnitev v preteklost. Morda se tu skriva največji izziv.

Metoda »Kako bi lahko?«:

Pred načrtovanjem koncepta so z metodo »Kako bi lahko?« generirali številna vprašanja, ki so jim bila v nadaljevanju v

podporo pri iskanju rešitev za učinkovitejše naslavljanje uporabnika. V ožji izbor so uvrstili naslednja vprašanja:

- Kako lahko mladim oblikovalcem predstavijo obstoj in pomen dveh vzporednih in nasprotnih si modelov rasti ter kako je trajnostna rast, ki se osredotoča na »vračanje nazaj«, presežek v primerjavi z drugim modelom?
- Kako ljudem približati pomen vračanja k starim navadam, prenesenim v sedanost in konkretnost naše stvarnosti, ter se tako otresti pretirane abstraktnosti teme in spodbuditi več konkretnosti v vsakdanjem življenju?
- Kako bi lahko poskrbeli, da se bo zastavljena vizija lahko razširila in bo tema trajnosti manj dolgočasna in vsakomur dosegljiva?

Predlagani koncept:

Skupina Re-Circle je za rešitev izbrane problematike oblikovala vodnik za trajnost z naslovom: ***De guide – majhni ukrepi za velike spremembe***. Ilustriran vodič je osredotočen na izbrane teme in uporabnike ozavešča o značilnostih gospodarskega in trajnostnega razvoja ter jih spodbuja k majhnim, a konkretnim ukrepom z uporabo interaktivnega pripomočka. To je brošura, ki uporabnika spodbuja k sodelovanju v enomesečnem trajnostnem izzivu. Grafična podoba kataloga skozi celostno izkušnjo

**de
guide**
Mini actions for big changes

ozavešča o trajnosti. Ne eni strani so podatki, katerih namen je uporabnika šokirati in opozoriti, zakaj je trajnost nujna (npr. negativni vplivi transporta, netrajnostne pridelave hrane in embalaže). Na drugi strani pa so koraki do enomesečnega trajnostnega izziva

– 28 dni, 28 izzivov, vsakodnevni izziv za en mesec, vključena so tudi navodila, kako opraviti izziv, in tudi nagrade ob koncu tedenskega izziva. Po opravljenem izzivu lahko uporabniki

izrežejo posamezne nasvete in jih obdržijo, obesijo doma ali izmenjajo s prijatelji.

S predlaganim konceptom so študenti želeli doseči, da bodo uporabniki in študenti, ki jim je vodnik namenjen, bolj ozaveščeni o tem, kaj se dogaja okoli njih. Z drobnimi nasveti in majhnimi vsakodnevnimi izzivi pa so poskušali spremeniti vprašanje trajnostnega razvoja v nekaj bolj konkretnega, dose-

gljivega in vsakomur razumljivega. Z dodanimi izzivi in igrifikacijo so si prizadevali na zabaven način pri-
tegniti ljudi.



Naslov delavnice: **VIZUALIZACIJA ŽIVLJENJA V KROFU**

Ime skupine: Hazard

Avtorice_ji: Carlotta Bacchini, Silvia Carpanoni, Chiara Davoli,
Eleonora Stucchi, Federica Vatri

Ime projekta: **GROZNA RESNIČNOST [A LOOMING REALITY]**

Lokacija: Milano, Politecnico di Milano

Skupne vrednote:

spoštovanje in upoštevanje, iskrenost in odprtost, zaupanje,
odpornost in prijateljstvo

Ključne besede za izhodišče projekta:

vedenje, družbena inovacija, oblikovanje prihodnosti

Namen:

Skupina Hazard se je osredotočila na problem trajnosti v praksi. Ugotovili so, da univerza Politecnico di Milano organizira veliko konferenc, referatov in seminarjev o ustvarjanju trajnostno naravnanih alternativnih rešitev ter piše tudi konkretne strateške dokumente (npr. Kodeks ravnanja za trajnostni kampus), a vendar jih pogosto ni mogoče aplicirati v realnosti in ostajajo le na teoretični ravni. Zato so se odločili za razbijanje vzorcev z družbeno provokacijo, ki pri uporabniku sproži razmislek.

Ciljna skupina:

Študenti univerze Politecnico di Milano.

Raziskava:

V raziskavo so vključili študente. Zanimalo jih je: Kako ljudje dojemajo informacije, podane v znanstvenih prispevkih in poročilih? Koliko so študenti ozaveščeni o trajnosti in kako doseči, da bi bil kodeks o trajnosti v kampusu učinkovitejši?

Ključni vpogledi:

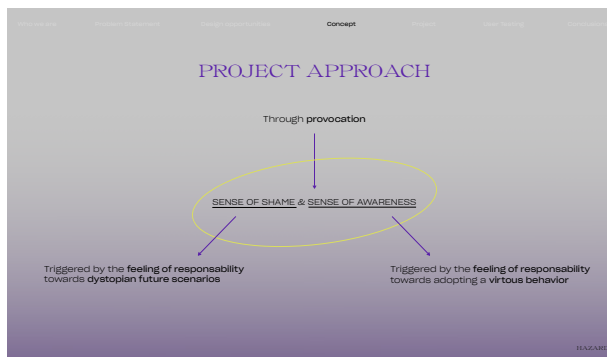
- Posamezniki menijo, da so njihova lastna dejanja pomembna, vendar so bolj motivirani, če jih okolje nagonja k trajnostnemu vedenju. Zaradi tega ljudje doma upoštevajo več trajnostnih smernic kot na univerzi.
- Trajnost je v interesu mnogih, vendar neotipljivi trajnostni vidiki za številne niso predmet trajnostnega vedenja.
- Teoretična besedila s številnimi znanstvenimi podatki niso privlačna in ne motivirajo študentov, da bi spremenili svoje vedenje.

Metoda »Kako bi lahko?«:

Za boljši razvoj rešitve so izbrali naslednja vprašanja:

- Kako bi lahko znanstvene podatke naredili bolj dostopne in privlačne, da bi pri ljudeh spodbudili trajnostno vedenje?
- Kako bi lahko študente prepričali, da tudi njihov majhen prispevek šteje?
- Kako bi lahko naredili podatke o odpadkih, ki ostanejo najbolj neopaženi in se zdi, da imajo majhen vpliv, bolj oprijemljive?

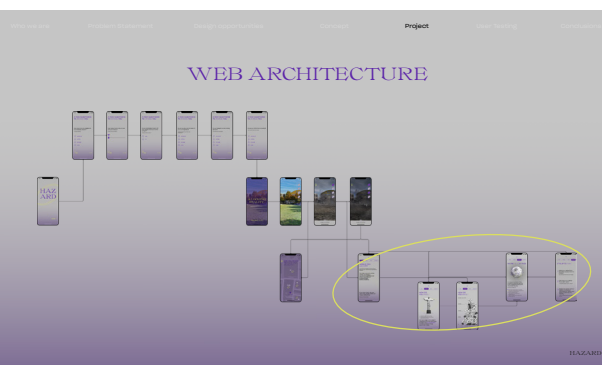
Izbrani odgovor: kot glavni pristop projekta bodo uporabili provokacijo. Ugotovili so namreč, da je porajanje občutka



zavedanja in sramu lahko vzajemno ter da to lahko dosežejo z vzbujanjem občutka za odgovornost. S pripravo distopičnih scenarijev prihodnosti so si zadali generirati občutek odgovornosti za spremembo vedenja.

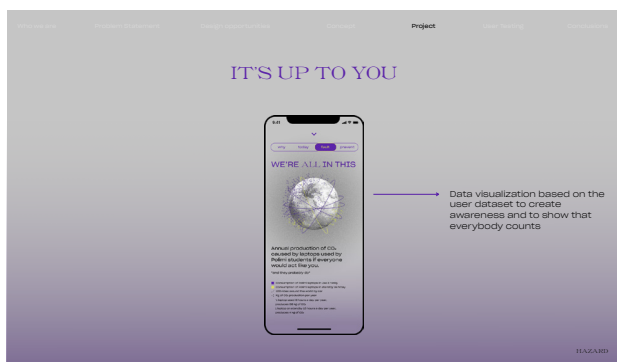
Predlagani koncept:

Skupina je oblikovala projekt *Hazard*. Ta s provokacijo in sprožanjem ozaveščenosti s pomočjo učinkovitih scenarijev obo-



gatene resničnosti (AR) in zgovornih vizualizacij na podlagi konkretnih in oprijemljivih (a abstraktnih) podatkov cilja na spremembo obnašanja v smeri trajnosti. Skupina je oblikovala

aplikacijo *Politecnico di Milano 2050, Grozeča resničnost*, ki kaže različne scenarije glede na obstoječe navade uporabnikov. Vključuje zemljevid in AR vizualizacijo kampusa. Ta na začetku prikaže grozljivo stanje, z napredovanjem in spreminjanjem navad pa se spreminja na boljše, saj uporabnik s spremenjenimi dejanji pripomore k boljšemu in trajnostnemu scenariju. Aplikacija poleg AR izkušnje vključuje znanstvene informacije in nasvete, ki uporabnika ozaveščajo in spodbujajo k spremembi. Podatki so ciljnemu uporabniku dani na dveh nivojih: preprosto in vizualno jasno informacijo dopolnjujejo provokativni in ironični stavki z namenom konkretnjšega dregljaja. Dostop do aplikacije je možen tudi prek QR kod na nalepkah, nalepljenih na obiskanih lokacijah po kampusu. Tako lahko mimoidoči izkoristijo priložnost in sproti izboljšujejo svoje delovanje. Nekaj primerov: na stranišču so spodbujeni k varčevanju z vodo, pri kavnih avtomatih prejmejo informacijo o invazivnosti



odpadnega materiala. Uporabniku so predstavljeni podatki o letni proizvodnji ogljičnega odtisa univerze in nabor podatkov o posamezniku, saj prav vsako dejanje in

vsak posameznik šteje. Cilj aplikacije je torej pri uporabniku z realnimi podatki in učinki ustvarjati nenehno nelagodje ter ga na ta način spodbuditi ne samo k boljšemu zavedanju, temveč predvsem k spremembi vedenja.

Naslov delavnice: **VIZUALIZACIJA ŽIVLJENJA V KROFU**

IME SKUPINE: Pink cowboys

Avtorice_ji: Carlotta Calabria, Federico Cordelli, Valeria Piolini,
Lorenzo Urietti, Valentina Zaccaria

Ime projekta: **#MEATHEREVOLUTION**

Lokacija: Milano, Politecnico di Milano

Skupne vrednote:

trajnost, ekocentrizem, odgovornost, ravnoesje

Ključne besede za izhodišče projekta:

prihodnost, odrast, obnašanje

Namen:

Skupina Pink cowboys se je posvečala deforestaciji, onesna-
ževanju vode in zraka, odpornosti na antibiotike, nesmotrni

porabi zemljišč,
izgubi biotske
raznoverstnosti,
potrošništvu
in intenzivni
vzreji živinoreje
za potrebe
prehrambene
industrije. Glede
na izhodiščno



temo so si zastavili cilj, da najdejo rešitev, ki spodbuja dolgo-
ročne spremembe v konzumiranju mesa in ostalih kmetijskih
pridelkov.

Ciljna skupina:

Ciljna skupina so vsi, ki jedo in kupujejo meso, sploh tisti v več-
jih trgovinah.

Raziskava:

V fazi raziskave so opravili anketo, ki se je osredotočala na mnenje ljudi o intenzivnem kmetovanju in podnebnih spremembah. Predvsem jih je zanimalo, kako se potrošniki odzivajo na vprašanje o intenzivnem kmetovanju in vzreji ter ali so informirani o posledicah.

Ključni vpogledi:

Analiza podatkov je dala nekaj ključnih vpogledov:

- Znanstvene raziskave eksperimentirajo z novimi oblikami prehrane.
- Entomofagija (prehranjevanje z žuželkami) velja za obetaven odziv na krizo.
- Ljudje, ki delajo v mesni industriji, trpijo zaradi hudega stresa in z njim povezanimi duševnimi težavami, saj so na delovnih mestih grozne delovne razmere.
- Glede na različne študije se zdi, da ima metoda šoka v oglaševanju pozitiven vpliv na prihodnje vedenjske odločitve. Občutek šoka se lahko dolgotrajno vtisne v zavest in privede do učinkovitejše dolgoročne spremembe vedenja.

Metoda »Kako bi lahko?«:

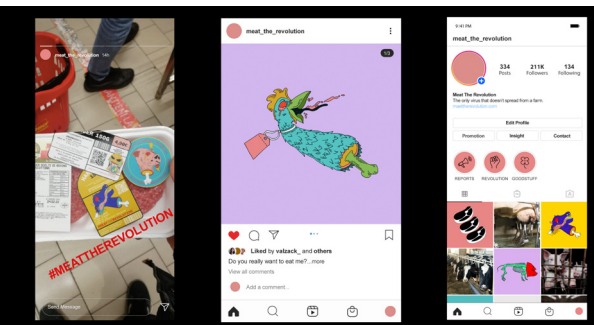
Osredotočili so se na načine komuniciranja izbrane teme in ozaveščanja drugih. V nadaljevanju so iskali odgovore na vprašanja:

- Kako bi se lahko izognili brezbržnosti ljudi?
- Kako bi lahko pritegnili ljudi, ki jih tema ne zanima?

Skupina je spoznala, da s šokiranjem ciljnih uporabnikov lahko vplivajo na njihove odločitve in navade. Ugotovili so, da je medij ilustracije za šokiranje uporabnikov izrazito primernejši od fotografije in da je najboljša lokacija za nagovarjanje ljudi na koncu nakupovalne izkušnje, na blagajni.

Predlagani koncept:

Skupina Pink cowboys je zasnovala **#MEATTHEREVOLUTION** – aktivistično, uporniško gibanje, ki se širi kot virus. Prvi korak procesa je šokiranje ljudi oziroma potrošnikov, temu sledi invazija nalepk – sprememba etikete na mesnih izdelkih in dodajanje provokativnih nalepk, ki so že same po sebi šokantne, saj vključujejo ilustracije, ki prikazujejo kruto resnico o mesni industriji. Poleg invazije fizičnih nalepk v večjih trgovinah in digitalnih v aplikacijah za komuniciranje s prijatelji in znanci (WhatsApp) je skupina pripravila tudi provokativne plakate s podobnimi ilustracijami in slogani, ki ozaveščajo in šokirajo ljudi. Drugi korak »mesne revolucije« – kot jo je poimenovala skupina – je spletna stran. Ta vključuje informacije o družbenem gibanju proti intenzivni vzreji živali. Uporabniku so na voljo informacije na več ravneh: o problemu, ki ga gibanje

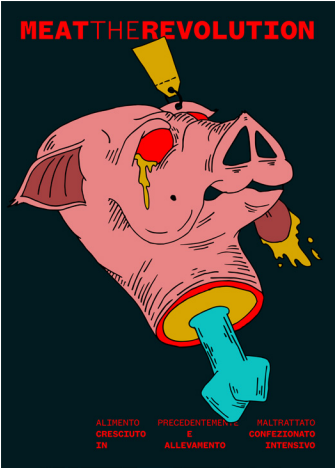
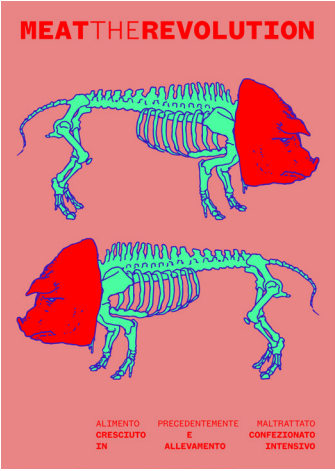


rešuje, o posledicah mesne industrije, o možnih rešitvah ter o tem, kako lahko uporabnik sam ukrepa in deli »virus«. Aktivirali so tudi Instagram profil »Meat the revolution«, na

katerem vsak dan objavljajo provokativne in hkrati informativne vsebine, povezane z informacijami o mesni industriji in izdelkih, ki jih ljudje kupujejo.

Zaključna misel:

»Scenarij prihodnosti bi moral biti skoraj 'brez mesa', sicer morda sploh ne bo prihodnosti!«



Naslov delavnice: **VIZUALIZACIJA ŽIVLJENJA V KROFU**

Ime skupine: **Nudgets**

Avtorice_ji: **Linda Agosto, Yuri Michele Piemontese, Francesca Pievani, Filippo Repishti, Agnese Viola**

Ime projekta: **RAZMISLI, PREDEN POŠLJEŠ – ZAVEDANJE O DIGITALNEM VPLIVU [THINK BEFORE YOU SEND – DIGITAL IMPACT AWARENESS]**

Lokacija: **Milano, Politecnico di Milano**

Skupne vrednote:

kakovostno komuniciranje

Ključne besede za izhodišče projekta:

skrb, odrast, družbena inovacija, krožnost

Namen:

Skupina Nudgets se je osredotočala na trajnost v povezavi s krožnostjo. S projektom so iskali rešitev za boljše in učinkovitejše trajnostno komuniciranje univerze s študenti.

Ciljna skupina:

Projekt primarno vključuje osebje univerze oziroma upravo, ki skrbi za komuniciranje informacij o trajnosti s študenti.

Raziskava:

V fazi raziskave so študenti na podlagi polstrukturiranih intervjujev in anket ugotovili, da univerza večino informacij o trajnosti študentu posreduje po elektronski pošti. Študenti s tem načinom komuniciranja niso zadovoljni, saj so sporočila generična, suhoparna in nerazumljiva.

Ključni vpogledi:

Študenti so analizirali opravljene intervjuje in ankete ter ugotovili:

- Študentom so teme s področja trajnosti zanimive, vendar jih univerza oziroma osebje (predvsem profesorji) ne vključujejo v študijski proces oziroma projekte.
- Študenti prejmejo veliko elektronskih sporočil o temah s področja trajnosti, a so sporočila v glavnem nezanimiva in jih večina dejansko ne bere.

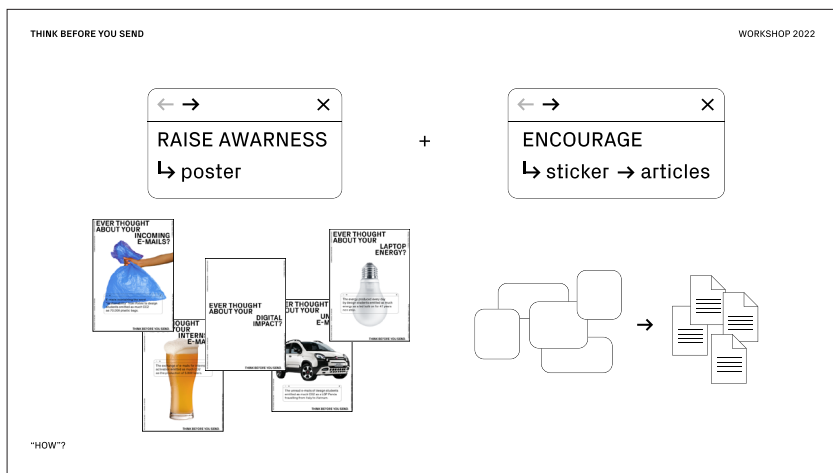
Preverili so tudi, kakšen je vpliv digitalne aktivnosti, in ugotovili: **eno elektronsko sporočilo = 19 g CO₂ ogljičnega odtisa.**

Metoda »Kako bi lahko?«:

Iz številnih vprašanj so na koncu izbrali vprašanja s kratkoročnim in dolgoročnim ciljem. Zanimalo jih je: Kako bi lahko ozaveščali in spodbujali boljše vedenje **o vplivu uporabe elektronske pošte?** Kako bi lahko ozaveščali in spodbujali boljše vedenje **o vplivu digitalnih aktivnosti?**

Predlagani koncept:

Zasnovali so projekt ***Razmisli, preden pošlješ***. Deli se na dva dela – ozaveščanje o vplivu digitalne aktivnosti in spodbujanje k drugačnemu vedenju. Vsebina plakatov tako primerja podatke



POSTER

→ call

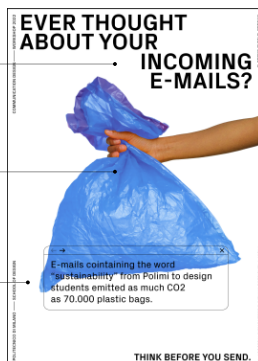
catch of the student's attention through a direct question

→ content

comparison between e-mail data and everyday objects and activities

→ language

visual metaphor, designed to touch people at a deeper level and help them personally relate to the facts in a more human way



"HOW?"

vpliva elektronske pošte ter vsakdanjih predmetov in dejavnosti. Uporabljena je vizualna metafora, namenjena temu, da se ljudi dotakne na globlji ravni in jim pomaga razumeti dejstva. Ciljno skupino so želeli spodbuditi k ukrepanju in angažiranju tudi z nalepkami, ki vsebujejo praktične predloge za izboljšanje osebnega digitalnega odtisa ter s povezavo do spletnega članka, ki vsebuje dodatne predloge.



Naslov delavnice: **VIZUALIZACIJA ŽIVLJENJA V KROFU**

Ime skupine: **Zero**

Avtorice_ji: Elisa Carbone, Daphne Degiorgis, Sandra Di Leo, Michele La Rosa, Silvia Tanasini

Ime projekta: **ZERO FESTIVAL**

Lokacija: Milano, Politecnico di Milano

Skupne vrednote:

sodelovanje, učenje drug od drugega, jasno komuniciranje

Ključne besede za izhodišče projekta:

ustvarjanje prihodnosti, krožnost, skrb

Namen:

Skupina se je osredotočala na potrebo po celostnem pristopu, ki bi presegla obstoječe in antropocentrične modele ter odprla širok spekter novih pogledov na trajnost. Želeli so spodbuditi



uporabnike, da se angažirajo znotraj skupnosti. Zanimalo jih je, do kolikšne mere je obstoječi sistem ozaveščanja o trajnosti znotraj uni-

verze učinkovit in v kolikšni meri so vanj vključeni študenti.

Ciljna skupina:

Ciljna skupina so predvsem študenti, a s pripravo in izvajanjem programa projekt vpliva tudi na osebe univerze.

Raziskava:

Ključni vpogledi so bili pridobljeni s pomočjo namizne raziskave, ankete in polstrukturiranih intervjujev. Zanimalo jih je,

do kolikšne mere študenti sledijo dogodkom na temo trajnosti in koliko se jih udeležujejo. Poleg tega so študente spraševali o njihovem pogledu na trajnost na univerzi. Raziskava je pokazala:

- 50 % vprašanih meni, da je trajnost ključna vrednota na univerzi.
- 90 % vprašanih meni, da je trajnost ena od njihovih vrednot.
- 56 % vprašanih bi rado prispevalo k temi trajnosti z lastnimi projekti.

Ključni vpogledi:

- Posamezni projekti so dobro predstavljeni, vendar ni povezave s širšim kontekstom projektov na univerzi.
- Večina dejavnosti, povezanih s trajnostnim projektom, se je končala pred tremi leti.
- Univerza želi širiti kulturo trajnosti prek spletne strani in točk na družbenih omrežjih, ki pa se ne posodablajo redno.

Metoda »Kako bi lahko?«:

Na podlagi analize podatkov so iz generiranja številnih vprašanj izbrali naslednja vprašanja za učinkovitejšo definiranje nadaljnjih korakov in doseganje cilja:

- Kako bi lahko povezali manjše projekte s temeljnimi trajnostnimi projekti na univerzi?
- Kako bi lahko ustvarili mrežo za sodelovanje?
- Kako bi lahko poskrbeli, da bodo vrednote univerze in študentov sovpadale?
- Kako bi se lahko osredotočili na pozitivna čustva (in ne na strah)?

Predlagani koncept:

Študenti so razvili projekt *Zero Festival*. Organizirali bi ga s ciljem, da na zabaven in interaktiven način združijo ljudi v

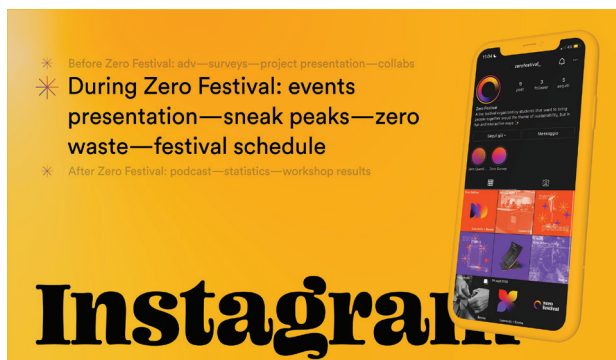


dogajanju na temo trajnosti. Navdih za način izvedbe in občutka, ki ga udeleženci doživljajo, so črpali iz Parade ponosa.

Glavni pristopi

pri snovanju: od spodaj navzgor, ustvarjanje globoke povezave znotraj skupnosti in ozaveščanje prek pozitivnih čustev, kot je npr. veselje. Festival odraža vrednote generacije Z in pri ljudeh uporablja empatijo namesto strahu. Eden od ciljev festivala je »zero waste«: festival mora biti brez odpadkov. To so želeli doseči s strojem za kompostiranje (za reševanje problematike odpadne hrane) ter s povabilom, naj gosti s seboj prinesejo prazne krožnike, kozarce in pribor za kosilo, da se izognejo nepotrebni odpadni embalaži. Odločili so se, da na festivalu omogočijo zgolj plačevanje s karticami, brez gotovine ali plastičnih žetonov. Projekt vsebuje tudi razpored dejavnosti, ki spodbujajo trajnostno razmišljanje in ravnanje: ponovna uporaba materialov, povezovanje lokalnih skupnosti, delavnica sitotiska na recikliran tekstil, delavnica urbana prenova (urejanje okolice), okrogla miza na temo krožnosti in delavnica dobrega počutja (meditacija). Festival Zero vključuje tudi

glasbo, športne dejavnosti, predavanja in sprostitev, spodbuja skupnostne in trajnostne vrednote. Plakati vabijo in nago-varjajo študente, da se festivala



udeležijo in uživajo na njem, hkrati pa se naučijo več o trajnosti in vlogi, ki jo imajo kot del širše skupnosti.



Naslov delavnice: **VIZUALIZACIJA ŽIVLJENJA V KROFU**

Ime skupine: Enso

Avtorice_ji: Valerio Andrini, Angela D'Alessandro, Veronica

Dalla Valle De Toni, Rocco Galli, Domiziana Liparoti

Ime projekta: **MORAMO BITI GLAS ZNANOSTI [WE MUST BE THE VOICE OF SCIENCE]**

Lokacija: Milano, Politecnico di Milano

Skupne vrednote:

etika, vest, čuječnost, krožnost, odgovornost, zavzetost

Ključne besede za izhodišče projekta:

regenerativno oblikovanje, odrast, vedenje

Namen:

Skupina se je osredotočila na vključevanje trajnosti na univerzi. Še posebej jih je zanimalo, koliko univerza zares vključuje trajnost v študijski proces in študentske projekte. Želeli so načrtovati načine za spodbujanje vedenja v skladu s trajnostnimi vrednotami in poenostaviti ter približati trajnostne principe in krožno gospodarstvo, da bi ustvarili povezavo med individualnimi in kolektivnimi potrebami, ki bi omogočila spremembo produkcijskih in potrošniških navad.

Ciljna skupina:

Projekt zajema študente, jih ozavešča o trajnosti in njihovi vlogi v skupnosti. Poleg njih vključuje tudi univerzo, ki jo pozivajo k bolj načrtovanemu vključevanju trajnosti v študijski program.

Raziskava:

V fazi raziskave so študenti z namizno raziskavo ugotovili, da le 1,6 % predmetov izrecno obravnava trajnost. Z intervjuji so želeli izvedeti, ali so bili študenti že kdaj del projekta, ki vključuje trajnostni razvoj (in ga izvedli), ter katere veščine, znanja

in dejanja so potrebna za oblikovanje trajnostnega projekta. Z analizo podatkov so ugotovili, da med študenti obstaja želja po trajnosti, vendar so potrebne jasnejše smernice o tem, kako načrtovati na trajnostni način.

Ključni vpogledi:

Ključni vpogledi raziskave:

- To je le projekt – med različnimi študijskimi programi na univerzi se razvije veliko trajnostnih projektov, a se jih redko realizira v praksi.
- Spremembe, vendar na način od spodaj navzgor – glavni predlagani projekti so institucionalne narave, študenti se zelo verjetno ne bodo organizirali, da bi razvili pobude.
- V tem smo vsi skupaj! – projekti in študenti različnih študijskih programov se ne povezujejo med seboj, da bi ustvarili povezave med specifičnimi znanji in veščinami.
- Naj ideje rastejo – univerza predlaga širjenje znanja o oblikovanju, ki študente pogosto pripelje do razvoja samostojnih projektov in majhnih trajnostnih blagovnih znamk.
- Netrajnostno oblikovanje – študijski program Oblikovanje komunikacij bi si moral bolj prizadevati za prikaz in jasno komunikacijo, zakaj je oblikovanje netrajnostno in s tem povezanih tem, ter poudariti, kaj lahko storimo, da bi to stanje odpravili. To predstavlja prvo stično točko med kolektivnimi potrebami in posameznikom.

Metoda »Kako bi lahko?«:

Z metodo so med drugim generirali naslednja kritična vprašanja:

- Kako bi lahko nadaljevali s trajnostnimi univerzitetnimi projekti?
- Kako bi lahko poiskali enostavne načine za pomoč študentom pri praktičnem razvoju trajnostnih projektov?

- Kako bi lahko ponovno pridobili prostore za razvijanje idej, srečevanje in organiziranje pobud od spodaj navzgor?
- Kako bi lahko povezali znanja o trajnosti z različnimi področji oblikovanja?
- Kako bi lahko vzpostavili interdisciplinarni dialog o trajnosti?
- Kako bi lahko prepričali univerzo, da uvede skupen predmet Komunikacijsko oblikovanje z interdisciplinarnim pristopom, ki obravnava temo trajnosti?

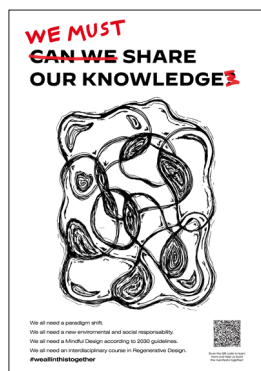
Predlagani koncept:

Kot rezultat projekta so naredili kampanjo, ki zahteva udeležbo in sodelovanje vseh. Kampanja ima cilj ustvariti oblikovalsko skupnost, v kateri se raziskave, znanje in oblikovanje delijo znotraj skupnosti in ozaveščajo vse, ki pridejo v stik z njihovo kampanjo. Za doseganje cilja ozaveščanja so naredili plakate in Instagram profil, ki nagovarja predvsem študente univerze, da sodelujejo pri spremembi sistema obravnave trajnostnih tem

in spodbudijo univerzo k spremembi študijskega programa; le-ta naj vsebuje teme trajnostnega razvoja ne le skozi teorijo, ampak tudi v praktičnih študentskih projektih. Plakati izražajo tudi potrebo po spremembi paradigme, po krepitvi okoljske in družbene odgovornosti ter interdisciplinarnem predmetu Regenerativno oblikovanje. Ilustracije ob plakatih prikazujejo naravne elemente in poudarjajo, da mora oblikovanje slediti ciklu narave. Ker gre za kolektivno kampanjo, je idealno, da lahko pri oblikovanju plakatov sodeluje vsakdo s svojimi predlogi. QR koda



na plakatih omogoča dostop do kolektivnega manifesta, ki je izjava o namenu, in prav tako dopušča možnost, da podporniki kampanje sodelujejo pri njenem oblikovanju. S kampanjo izražajo šest ključnih ciljev za doseganje sprememb: skupno ustvarjanje, povezovanje med študenti, gradnjo motivacije za prihodnost, prenos izkušenj in znanj. Ključna besedna zveza, ki povezuje rešitev celostno, je »v tem smo vsi skupaj«. Z njo so želeli poudariti, da tema ne zadeva le študentov, oblikovalcev prihodnosti, temveč tudi profesorje, uporabnike in celoten svet, v katerem živimo, saj ne smemo več izgubljati časa. S kampanjo so si želeli doseči nov način oblikovanja – osnovanega na interdisciplinarnem sistemu, ki trajnost postavlja kot izhodišče za vse nadaljnje oblikovanje.



Naslov delavnice: **KAKO Z OBLIKOVANJEM OPOLNOMOČITI
SKUPNOSTI ZA SPOPADANJE S PODNEBNIMI SPREMEMBAMI?**

Ime skupine: Anabasis

Avtorice_ji: Julija Brudar, Ana Cerar, Rok Černezel, Zala Križ,
Jaka Pavlin, Lana Soklič

Ime projekta: **FINANCIRANJE ŠTUDENTSKIH PROJEKTOV:
KAKO ZMANJŠATI FINANČNE OBREMENITVE ŠTUDENTOV MED
ŠTUDIJEJEM NA UL ALUO**

Lokacija: Ljubljana, UL ALUO

Skupne vrednote:

iskrenost, moralnost, etično delovno okolje, empatija,
pravičnost

Ključne besede:

družbena inovacija, vedenje, skrb

Namen:

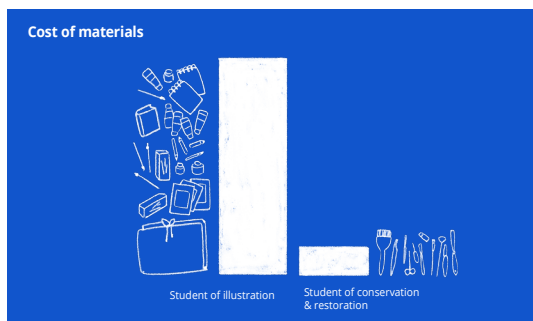
Skupina Anabasis je obravnavala težave, s katerimi se soočajo študenti na Akademiji za likovno umetnost in oblikovanje Univerze v Ljubljani (UL ALUO). Osredotočili so se na problematiko financiranja stroškov, ki jih ima večina študentov v času študija, če želijo učinkovito in zadostno opravljati izbrane naloge na študijskem programu. Finančni vložek na prvi pogled morda ne deluje visok, vendar pa lahko za dosego kakovostneje izdelanih rezultatov hitro postane bistven za študentovo napredovanje na izbranem študijskem področju. Študenti so najpogosteje prepuščeni sami sebi pri pokrivanju stroškov rednega študijskega programa in razstav, zato so prisiljeni opravljati študentsko delo, najpogosteje zunaj svojega strokovnega področja.

Ciljna skupina:

Ciljna skupina projekta so študentje in vodstvo UL ALUO.

Raziskava:

Raziskava se je osredotočala na študente vseh oddelkov na UL ALUO. Na podlagi analize podatkov so poskušali približno oceniti povprečni vložek posameznega študenta glede na smer študija. Z analizo podatkov so prišli tudi do podatkov, da so študentje nezadovoljni z infrastrukturo UL ALUO, saj so zaradi razpršenosti lokacij še dodatno finančno obremenjeni in v časovni stiski.



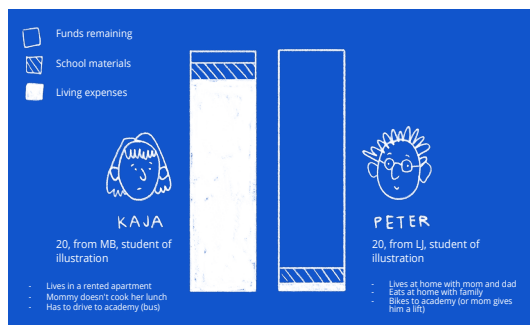
Ključni vpogledi:

Stroški študentov na semester (15 tednov) glede na smer študija (stroški predstavljajo povprečno oceno glede na pridobljene podatke):

- študent ilustracije porabi 320 €;
- študent grafičnega oblikovanja porabi 210 €;
- študent fotografije porabi 418 €;
- študent konservatorstva in restavratorstva porabi 42 €.

Poleg stroškov študija imajo študenti tudi druge mesečne stroške, kot so najemnina, hrana, transport ..., ki pa se razlikujejo glede na naravo bivanja:

- Če študent živi v najemu, ima na semester povprečno 3940 € dodatnih stroškov.
- Če študent živi pri starših (ki mu



krijejo tudi stroške hrane in podobno), ima občutno manjši dodatni povprečni strošek, to je 116 € na semester.

Z raziskavo so še ugotovili, da:

- študenti menijo, da za šolske projekte porabijo preveč denarja;
- so kakovostni projekti preveč odvisni od uporabljenih materialov (študenti izbirajo materiale glede na svoje finančne zmožnosti);
- je bila minimalna študentska urna postavka v času delavnice 5,21 € na uro, kar je oktobra 2022 za študenta pomenilo, da bi za kritje življenjskih stroškov moral oddelati 189 ur na mesec.

Metoda »Kako bi lahko?«:

Na podlagi te metode so se na koncu osredotočili na vprašanje: Kako bi lahko premostili finančne obremenitve študentov pri izvedbi študentskih projektov na UL ALUO?

Predlagani koncept:

Za reševanje problema financiranja študentskih projektov so predvideli dva načina: 1) pridobitev dodatnih sredstev; 2) najti načine za nižanje stroškov materiala. S pomočjo metode »nore osmice« so našli več predlogov, ki so jih razporedili na kratkoročne in dolgoročne.

Kratkoročni predlogi:

- organizacija UL ALUO zabav z vstopnino (za pridobivanje sredstev);
- organizacija razstav, na katerih lahko študenti svoja dela prodajajo;
- skupno tiskanje projektov ter skupno naročanje gradiva in materialov;

- pridobitev seznama ugodnih ponudb s popusti s strani UL ALUO;
- platforma za obveščanje o promocijah in popustih.

Dolgoročni predlogi:

- galerija UL ALUO, v kateri lahko študenti prodajajo svoja dela;
- dražbe študentskih umetnin in izdelkov.

Iskanje novih virov financiranja bi potencialno prineslo več sredstev, z dodatnimi raziskavami ter spoznanji pa bi denar lahko bolje porabili. Predvsem bi to lahko prispevalo k boljšemu okolju, v katerem bi študenti rasli, se razvijali in učili.



Naslov delavnice: **KAKO Z OBLIKOVANJEM OPOLNOMOČITI
SKUPNOSTI ZA SPOPADANJE S PODNEBNIMI SPREMEMBAMI?**

Ime skupine: Rošada

Avtorice_ji: Mirjam Bešter, Esma Hajdarpašić, Strahinja Jovano-
vić, Špela Muha, Hana Podvršič, Marija Staničić

Ime projekta: **KOHABITACIJA**

Lokacija: Ljubljana, UL ALUO

Skupne vrednote:

skupnost, memi, dobro počutje

Ključne besede:

porazdeljeno oblikovanje, preživetje, družbena inovacija

Namen:

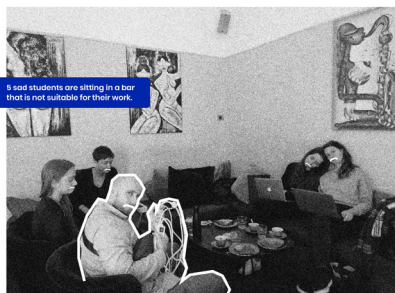
Skupina Rošada se je odločila poiskati nove rešitve za že
obstoječe sisteme. Odločili so se za redefiniranje, združevanje
in družbeno inovacijo ter se osredotočili na skupne prostore
oddelkov za industrijsko oblikovanje in oblikovanja vizual-
nih komunikacij. Med primerjalno analizo jih je zanimalo
tudi, kako so se s podobnimi problemi soočile druge članice
Univerze v Ljubljani. Zaznali so, da se osebje in študentje UL
ALUO krajši čas zadržujejo pri kavnem avtomatu in na zunan-
jih lokacijah (dvorišče), ne pa v notranjih prostorih, posledično
so se v nadaljevanju raziskave odločili zasledovati ta problem.

Ciljna skupina:

Študenti UL ALUO.

Raziskava:

Med raziskavo je skupina ugotovila, da študenti na temo prosto-
rov že izražajo svoja mnenja in nezadovoljstvo prek Instagram
profila UL ALUO Memes. Kljub temu da so memi namerno
humorni in sarkastični, še vedno predstavljajo določeno mnenje



ali izražajo čustvo o določeni temi. Po analizi objav profila UL ALUO Memes so ugotovili, da se nekaj tem pogosto izpostavlja – ena od njih so prostori na Dolenjski cesti 83, ki veljajo za

hladne, neprijazne in prazne. Profil je skupino navdihnil in z vključevanjem interakcije ter provokacije so sestavili vprašalnik iz slik. Vprašanja so bila osredotočena na specifične prostore oddelkov za industrijsko oblikovanje in oblikovanje vizualnih komunikacij, kot so kotiček za kavo, stranišča, knjižnica, zunanji prostori (ki vključujejo kladilnice) in notranji prostori (ki vključujejo učilnice, hodnike in delavnice). Odgovori anketirancev so pokazali visoko mero nezadovoljstva z vsemi prostori, še posebej pa je izstopal odgovor o notranjih prostorih.

Ključni vpogledi:

- Prostori na Dolenjski cesti 83 so odprti le do 20. ure.
- Knjižnica je pogosto prazna in ni primerno okolje za izmenjavo mnenj.
- Povezanost med oddelki je problematična, saj je praktično ni.
- Študenti, vpisani na različne študijske smeri, se med seboj ne poznajo, razen če ne sodelujejo (slučajno ali pa prisiljeno, npr. v sklopu organizirane delavnice).
- Oba oddelka sta na nepraktični lokaciji: za kosilo morajo študenti v nakupovalno središče ali pa v središče mesta (15-minutna vožnja z avtobusom).
- Razpoložljivost in stanje prostorov, namenjenih učenju in delu v Ljubljani, je izredno problematična. V času izpitnega obdobja so prostori nedostopni, v povprečju je strošek najema takih prostorov več kot 100 evrov na mesec.

- Primerjalna analiza z drugimi članicami pa je pokazala, da imajo študenti industrijskega oblikovanja in oblikovanja vizualnih komunikacij drugačne potrebe kot študenti večine drugih fakultet. Študenti UL ALUO potrebujejo prostore, v katerih so lahko hrupni, jih lahko umažejo, imajo dostop do elektrike in interneta ter je na voljo veliko delovnega prostora z dobro svetlobo. Delo pri projektih pogosto zahteva veliko časa, zato študenti potrebujejo dostop do delovnih prostorov čez cel dan ali pa celo pozno v noč.

Metoda »Kako bi lahko?«:

V naslednji fazi so v ožji izbor uvrstili naslednja vprašanja za nadaljnji razvoj:

- Kako bi lahko študent shranil velike umetniške projekte, ki jih ne more prevažati s kolesom ali avtobusom?
- Kako bi lahko naredili zunanje in notranje prostore bolj prijetne in družabne?
- Kako bi lahko vzpostavili več interdisciplinarnega povezovanja?
- Kako bi lahko zagotovili trajnost skupnostnega prostora?
- Kako bi lahko študentom zagotovili prostor za delo po zaprtju prostorov (po 20. uri)?
- Kako bi lahko polepšali dolge odmore, ki jih imajo študenti med predavanji?



Zadnji dve vprašanji sta bili ključni za končni rezultat naloge, saj sta jim pomagali natančneje opredeliti predlagani koncept. Odločili so se, da se osredotočijo na prvo vprašanje.

Predlagani koncept:

Ker bi bilo preoblikovanje obstoječih prostorov nujna dolgoročna investicija, so se namenili iskati prostore zunaj UL ALUO, ki pa še vedno ustrezajo potrebam študentom. Odgovor so našli v načrtih novega Centra Rog, ki predvideva poseben univerzitetni prostor za predavanja, delavnice in učenje, poleg tega pa tudi 20 individualnih sob, ki naj bi bile »co-working« sobe za perspektivne mlade (na 100 m²). V nadaljevanju so z namenom, da možne lokacije približajo uporabnikom, zasnovali »**Plug-in Map**« – digitalni zemljevid, s katerim uporabnik lahko najde seznam tako imenovanih »plug-in«

prostorov, knjižnic in lokacij oddelkov UL ALUO. Ti prostori so študentom na voljo za delo, ko ne morejo delati doma. Plug-in Map vključuje informacije o

So what is the alternative?

ALUO:

- there is not enough space
- displacement of departments

What can the CITY CENTER offer ALUO students?

alternative workspace solution

Temporary solution

vseh lokacijah, njihovem delovnem času, vključuje pa tudi fotografije prostorov ter omogoča uporabnikom, da jih ocenjujejo in komentirajo glede na njihovo izkušnjo.

Naslov delavnice: **KAKO Z OBLIKOVANJEM OPOLNOMOČITI
SKUPNOSTI ZA SPOPADANJE S PODNEBNIMI SPREMEMBAMI?**

Ime skupine: Visible women

Avtorice: Lara Gorenc, Kaja Horvat, Betsabea Vernik, Anja
Kadunc, Julia Kaszubowska, Lea Berlic

Ime projekta: **ILLUMINATE**

Lokacija: Ljubljana, UL ALUO

Skupne vrednote:

empatija, radovednost, odprtost, odgovornost, samospoštovanje

Ključne besede:

nevidne ženske, krožnost, skrb

Namen:

Z raziskavo so se odločile posvetiti aktualnim problemom, ki
vplivajo na ženske. To so želele doseči z majhnim dregljajem, ki
bi osvetljeval pogled družbe na ženske.

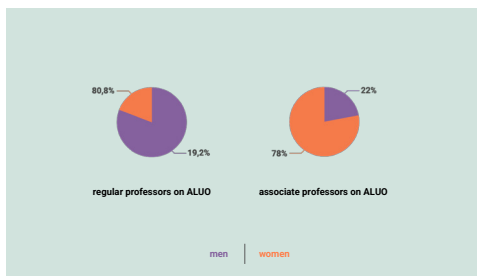
Ciljna skupina:

Ženske v Sloveniji.

Raziskava:

Raziskava se je delila na dve fazi. Pri namizni raziskavi so se
osredotočale na tri ključna izhodišča in na pozicijo žensk v raz-
ličnih okoljih:

- UL ALUO – iz arhiva fotografij je bilo razvidno, da na UL
ALUO dolgo ni bilo profesorice (ali jih je bilo za prgišče);
ugotovile so tudi, da je še danes med profesorji UL ALUO
prisotnih več moških kot žensk.
- Slovenski Instagram – ugotovile so, da je podoba žensk
pogosto povsem drugačna od podobe moških (ženske:
mati, žena, popotnica, oglaševalka ali gospodinja; moški:
politiki, športniki in pomembne zgodovinske osebnosti).



- Slovenske in svetovne umetnice – čeprav je med umetnicami veliko odličnih žensk, jih hitro iskanje prikaže le nekaj.
- Podnebne spremembe bolj ogrožajo ženske – v revnih deželah so pogosto odgovorne za naloge v kmetijstvu, kot je na primer oskrba z vodo, kar vključuje dodatno izpostavljenost različnim nevarnostim.
- V politiki in na delovnih mestih, kjer se ukvarja s podnebnimi spremembami, je premalo žensk: ženske predstavljajo le četrtnino ministric, ki sodelujejo pri odločitvah o podnebnih spremembah.
- Ekofeminizem ja veja feminizma, ki se osredotoča na povezavo med ženskami in naravo.

V drugem delu raziskave so na treh fakultetah opravile intervjuje z ženskami, večinoma starimi od 18 do 26 let. Zanimalo jih je tudi moško stališče, zato so nekaj intervjujev opravile še z moškimi. Želele so izvedeti o težavah, s katerimi se srečujejo ženske v družbi, o možnih rešitvah ter kako dojemajo povezavo med ženskami in podnebnimi spremembami.

Ključni vpogledi:

S pomočjo orodja diagram afinitete so ključne vpogleds raziskave razporedile v šest različnih sklopov – razmere v Sloveniji, razmere na UL ALUO, razmere po svetu, ženske in podnebne spremembe, problemi in odzivi ter delo in kariera. Med razis-

kovanjem razmer v Sloveniji so zaznale alarmantno stanje na področju nasilja nad ženskami in nadlegovanjem žensk. Pri-dobljeni podatki so bili naslednji:

- V Sloveniji je vsaka druga ženska po 15. letu starosti doži-vela eno od oblik nasilja.
- Ženske v Sloveniji najpogosteje doživljajo psihično nasilje (49,3 %), sledi fizično (23 %), premoženjsko (14,1 %), ome-jevanje gibanja (13,9 %) in spolno nasilje (6,5 %).
- Pri nekaterih ženskah nasilje traja vse življenje, pri četrtini žensk pa več kot 20 let.
- Podatki tudi kažejo, da večina žensk, ki so žrtve, nasilja ne prijavi policiji ali drugim institucijam za pomoč žrtvam.¹
- Statistični podatki o delu policije iz prve polovice leta 2022 kažejo, da je le 20 % oseb, ki kršijo predpise javnega reda, ženskega spola.²

Metoda »Kako bi lahko?«:

Z metodo so zajele tri skupine vprašanj: **kako bi lahko gradile na empatiji, na avtohtonih načelih in se ukvarjale z zdravjem**

žensk v državah v razvoju.

Na koncu so se odločile posvečati gradnji empatije, saj se je najbolj navezovala na skupne vrednote, ki so jih definirale prvi dan. Odločile so se razviti koncept, ki bo vplival na družbo s pomočjo

empatije in hkrati v družbi povečal empatičen odnos do izbrane tematike.

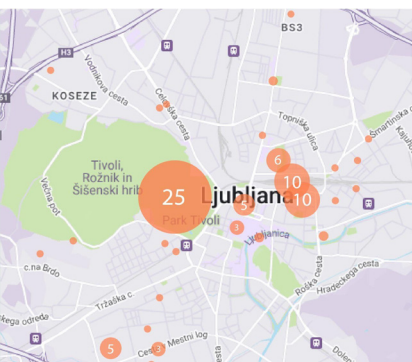


1 ŠOUP, *Nasilje v družini*, dostopno na: <https://soup.si/sl/projekti/nasilje-v-druzini> (5. 10. 2022).

2 CSD, *Statistika o nasilju*, dostopno na: <https://www.drustvo-dnk.si/o-nasilju/statistika-o-nasilju.html> (5. 10. 2022).

Predlagani koncept:

Zasnovani koncept se osredotoča na problematiko temnih in neprijetnih javnih prostorov v Ljubljani. Avtorice so se z gradnjo diametralno nasprotne rešitve odločile osvetliti tiste prostore v mestu, ki so se ženskam v intervjujih zdeli temni, neprijetni, strašljivi, nevarni ali pa so tam že doživele neprijetno situacijo oziroma nasilje. Za osvetlitve lokacij so si zamislile svet-



lobne instalacije slovenskih umetnic (in s tem bi tudi dodatno izpostavile njihov obstoj, saj je raziskava pokazala tudi, da so v slovenski družbi v večji meri nevidne). Poleg svetlobnih instalacij so želele vključiti tudi predstavitev izjav žensk, ki so bile v preteklosti žrtve nasilja. Instalacija bi se lahko razširila tudi s projekti osnovnih in srednjih šol ter fakultet, saj se nadlegovanje in

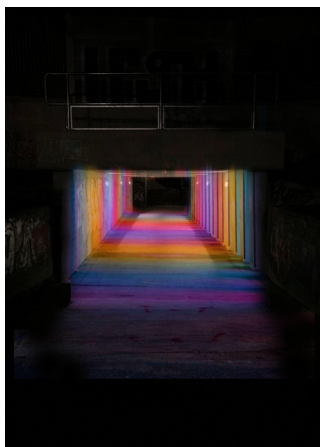
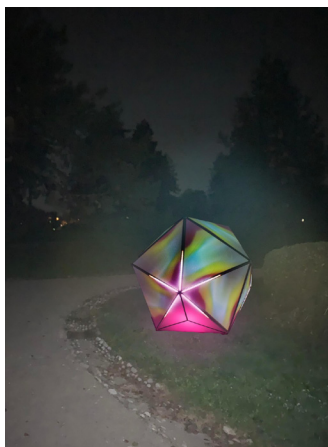
nasilje pojavljata v vseh starostnih obdobjih žensk. Z vključevanjem institucij bi lahko dodatno spodbudili pogovor in izobraževanje o tematici. Celoten projekt torej temelji na svetlobi, pri čemer ta ne predstavlja le svetlobe v fizičnem, temveč tudi v globljem pomenu, saj z osvetljevanjem opozarja na vsa nasilja nad ženskami, ki (še) niso bila prijavljena. Z zasnovanim konceptom so avtorice želele spodbuditi ženske, da spregovorijo, in jim hkrati dati občutek vide-nosti.

Zaključna misel:

»Izgovorov ni. Če lahko šest vztrajnih študentk v samo



petih dneh najde rešitev, potem ni omejitev za to, kaj se lahko zgodi, če se bo problematike nevidnih žensk zavedalo vedno več ljudi.«



Naslov delavnice: **KAKO Z OBLIKOVANJEM OPOLNOMOČITI**

SKUPNOSTI ZA SPOPADANJE S PODNEBNIMI SPREMEMBAMI?

Ime skupine: SSICS (Surviving Socially Innovative Care Studies)

Avtorice_ji: Ognjen Odalović, Tine Lisjak, Karel Filip Drobne,
Zuzanna Monsiorska, Tina Ocvirk

Ime projekta: **MOST**

Lokacija: Ljubljana, UL ALUO

Skupne vrednote:

iskrenost, komunikacija, občutek varnosti, empatija, raziskovanje trajnostnih alternativ

Ključne besede:

družbena inovacija, preživetje, skrb

Namen:

Projekt se je osredotočil na neizkoriščene površine in prostore v Ljubljani z namenom lotiti se problematike socialne izolacije in stigmatizacije.

Ciljna skupina:

Brezdomci v Ljubljani.

Raziskava:

V prvi fazi se je skupina osredotočila na družbene inovacije, ki se že dogajajo v Ljubljani (Prostoroz, Krater, Skuhna ...), ter na to, kako so povezane z varnostjo in preživetjem. V naslednji fazi so se posvetili zapuščenim prostorom in ugotovili, da neizkoriščeni predstavljajo stagnacijo, ki pogosto vodi v propadanje stavb in s tem degradacijo širše okolice. Hkrati začasna raba teh prostorov izboljšuje prostorske pogoje za različne dejavnosti in mestne skupnosti, kar bistveno vpliva na kakovost in pestrost življenja v mestu. Terensko opazovanje zapuščenih prostorov

v središču mesta Ljubljane pa je pokazalo, da je v mestu veliko brezdomcev, ki se zadržujejo na javnih površinah. Z nadaljno raziskavo so ugotovili:

- V Ljubljani je brezdomstvo problem, saj vsak dan na ulicah prespi približno sto ljudi.
- Organizacija, ki v Ljubljani skrbi za brezdomce, je Društvo za pomoč in samopomoč brezdomcev – Kralji ulice (KU), ki je samostojna humanitarna nevladna organizacija. V društvu izvajajo program, ki je namenjen brezdomcem in drugim socialno izključenim skupinam prebivalstva.

S pomočjo poglobljenih intervjujev so dobili vpogled v težave, s katerimi se vsakodnevno soočajo tako brezdomci kot osebje društva KU.

Ključni vpogledi:

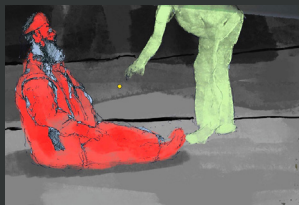
Ključni vpogledi na podlagi intervjujev:

- Brezdomstvo je družbeni pojav in ne posameznikova napaka, ki ga pripelje do težav.
- Brezdomstvo je ena izmed najbolj skrajnih oblik izključnosti, ki prizadene tako ženske kot moške po vsej Evropi.
- Zelo verjetno je, da se bodo z brezdomstvom srečali invalidi, ki se soočajo z diskriminacijo na področju nastanitve, zdravstvenega varstva,

zaposlovanja in plač, kar jim onemogoča ali otežuje zagotavljanje trajnostnega stanovanja in dohodka, ki je potreben za zadovoljevanje njihovih osnovnih potreb.

- Ljudje, ki se soočajo z brezdomstvom, nimajo trajnega dostopa do stanovanja in se

PROBLEM



Social isolation, stigmatization

namesto tega zatekajo v zasilna zavetišča, prehodna stanovanja ali kraje, ki niso namenjeni prenočevanju.

- V Sloveniji manjka politika za ponovno vključevanje brezdomcev v družbo.
- Čeprav je večina brezdomcev brezposelnih ali ekonomsko neaktivnih, jih precejšnje število dela – pogosto so zaposleni pod negotovimi pogoji.

Metoda »Kako bi lahko?«:

S premislekom o tem, kako bi lahko brezdomce vključili v družbo, so prišli do temeljne misli za nadaljnji razvoj: **»Podariti bi morali ribiško palico, ne ribe.«** Pri nadaljnjih korakih razvoja so se osredotočili na načine vključevanja izključenih oseb v družbo z namenom zmanjševanja stigme in stereotipov o brezdomcih. Brezdomci imajo prav tako kot ostali ljudje strasti in socialne potrebe – vključevanje v različne aktivnosti zadovolji njihovo potrebo po koristnosti in sprejetosti.

Predlagani koncept:

Končni koncept skupine – imenovan Most – je predvidel socializacijo brezdomcev skozi druženje in povezovanje s preostalo populacijo. Skupina je delo zastavila na podlagi: **»VKLJUČITEV = REŠITEV«**. Ključ pa je bil v tem, da se vklju-

čitev ne dogaja v ločeno zasnovanih projektih in programih za brezdomne, temveč se mora zgoditi pri vsakodnevni aktivnosti mestnih prebivalcev, ki že redno potekajo. Na primer: popoldanski tečaji slikanja na akademiji, različne organizirane telovadbe, pohodniške skupine ali glasbeni tečaji v glasbenih šolah. Zaradi zahtevnosti vzpostavljanja projekta,



ki povezuje dve različni družbeni sredini, so vanj vključili tudi delavke in delavce društev, kot so KU. Njihova naloga v projektu je vloga »tolmača« oziroma »mostu« med obema skupinama ljudi. Na podlagi novo zasnovanih sodelovanj upajo, da bi ustvarili spremembe v življenju brezdomcev ter hkrati vplivali na družbeni pogled nanje.

Zaključna misel:

»Vse, kar mi (ali kdo drug) potrebujemo, je volja, da to storimo. Da se zavzamemo za te ljudi. Za obe skupini ljudi.«



Naslov delavnice: **KAKO Z OBLIKOVANJEM OPOLNOMOČITI
SKUPNOSTI ZA SPOPADANJE S PODNEBNIMI SPREMEMBAMI?**

Ime skupine: Do or__die

Avtorice_ji: Eva Štupnik, Urban Boštich, Lea Kobal, Vita Tušek,
Nika Rupar

Ime projekta: **EKO ZAPOR**

Lokacija: Ljubljana, UL ALUO

Skupne vrednote:

moralne vrednote, delo za skupnost

Ključne besede:

vedenje, preživetje, regenerativno oblikovanje

Namen:

Najti odgovor na vprašanje, kako spremeniti vedenje vplivnih
posameznikov na področju okoljskih problematik.

Ciljna skupina:

Posamezniki z močjo odločanja.

Raziskava:

V prvem delu raziskave so člani skupine naredili miselni zemljevid,
s katerim so raziskali, katera večja podjetja se posvečajo okoljski
problematiki in kaj že počnejo za spopadanje s podnebnimi
spremembami. Ugotovili so, da ljudje z močjo velikokrat ne
spremenijo načina delovanja podjetij sami od sebe, ampak se v
večji meri odzivajo (prilagajajo) šele na kazni, določene z zakono-
nodajo.

Ključni vpogledi:

Na podlagi namizne raziskave in intervjujev z nekdanjima
direktorjema dveh večjih slovenskih podjetij so zbrali naslednje
ključne vpogledde:

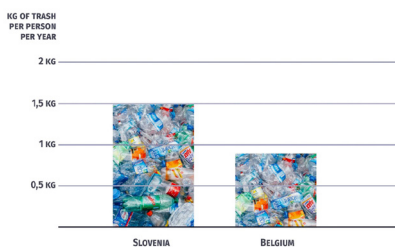
- Slovenija je na prvem mestu po onesnaževanju morja v Evropi (glede na prebivalstvo): vsako leto v morju konča približno 1,5 kg plastike na osebo.³
- Oba intervjuvanca sta izpostavila, da se prizadevanje za trajnostni razvoj pogosto izkaže za predrago ter da bi bila bolj nagnjena k uvajanju sprememb, če bi država določila zakone in smernice, kako zmanjšati vpliv proizvodnje, ki škoduje okolju. Poleg tega bi pomagalo tudi, če bi določili kazni za tiste, ki teh pravil ne upoštevajo.
- Globa za smetenje v naravi v Sloveniji znaša 300 €.

Metoda »Kako bi lahko?«:

Iz množice vprašanj so izbrali vprašanje: Kako bi lahko spremenili sistem kaznovanja za doseganje sprememb vedenja pri ljudeh z vplivom, močjo?

Discoveries

Slovenia is the number 1 relative ocean plastic polluter in Europe



Predlagani koncept:

Zamislili so si **EKO Zapor** za odgovorne osebe v organizacijah. Šlo bi za program rehabilitacije obsojencev zaradi uničevanja

³ Gregor CERAR, Slovenci največji onesnaževalci oceanov s plastičnimi odpadki v EU-ju?, *RTV SLO*, 19. avgust 2020, dostopno na: www.rtvsl.si/okolje/slovenci-najvecji-onesnazevalci-oceanov-s-plasticnimi-odpadki-v-eu-ju/533551 (4. 11. 2022).

narave z namenom, da postanejo bolj povezani z naravo. Pri snovanju so se naslonili na ugotovitve skandinavskih zaporov, da zelo majhno število zapornikov ponovno krši zakone, saj jih ne kaznujejo, temveč rehabilitirajo in izobražujejo v moralno-etične in odgovorne člane družbe. V njihovi variaciji bi EKO Zapor zapornike pripravil do spoznanja, da je bilo to, kar so storili z okoljsko spornim ravnanjem,

Scheme

+ duration

EASY SENTENCE

Tiding up public spaces Planting Cleaning up chewing gums from public spaces Manually cleaning streets

Working in the re-use center Picking up trash from places that are dangerous and hard to reach

Regulating/modifying public lights

Work in an incinerator

Center for intense electricity cycling

Cleaning ocean systems, imprisoned on a ship

HARDCORE SENTENCE

EASY CRIMES

Throwing trash in nature

Improper collection, transport, recovery or disposal of waste

Illegal plant for storage or handling of waste

Letting wastewater into natural waters

Trading stolen timber

Pesticide abuse

Illegal logging

Production, import, export or marketing of non-depleting substances

trafficking of animals

Illegal trading of hazardous waste

Illegal, unregulated or unreported fishing

Intentionally killing any wild animal or plant species

letting exotic animals into the wrong ecosystem

killing or poisoning of protected animal or plant species

Illegal mining / deforestation

Massive air pollution

Leaking chemical waste into wastewater

Causing an oil leak

micro plastic in natural waters

massive waste disposal in nature

Causing a wild fire, bottom trawling and other destruction of ecosystems

Throwing radioactive waste into nature

Causing the extinction of an animal / plant species

Causing a chemical or nuclear accident

HARDCORE CRIMES

narobe ter da imajo njihova dejanja daljnosežne posledice. EKO Zapor bi torej zapornike poglobljeno izobraževal o okoljskih problematikah. Z opravljanjem okoljsko koristnih nalog pa bi vplivali na vrednote in perspektivo posameznikov na visokih položajih. S projektom so določili tudi višino kazni. Ta bi bila premosorazmerna z negativnim učinkom, ki so ga povzročili okolju. Z dodatkom, da ne bi bilo dovolj zgolj sanirati učinka na izhodišče, temveč ustvariti regenerativni presežek. Cilj bi bil, da bi direktorji ob vrnitvi v podjetja s pomočjo novo pridobljenih smernic trajnostnega razvoja in podpora EKO Zapora v praksi spremenili način delovanja podjetij in s tem ne samo pozitivno vplivali na

okolje, temveč tudi ozaveščali vse vključene v proces delovanja podjetja in uporabnike storitev podjetja o okoljskih problematikah.

What is ECO Jail meant to do?

- Rehabilitate
- What they did was wrong
- Educate
- Create a regenerative surplus



Naslov delavnice: **KAKO Z OBLIKOVANJEM OPOLNOMOČITI SKUPNOSTI ZA SPOPADANJE S PODNEBNIMI SPREMEMBAMI?**

Ime skupine: The Recycle Bins

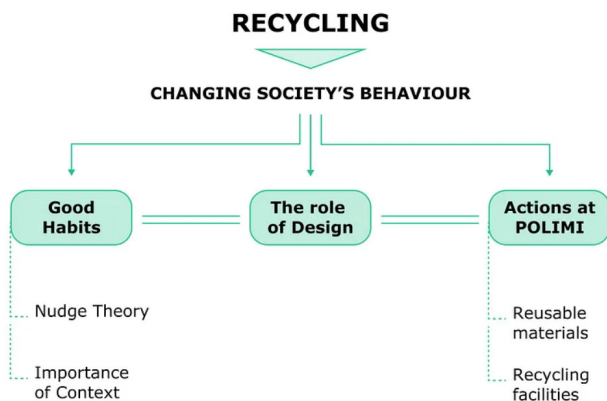
Avtorice_ji: Riccardo Brosio, Anna Dognini, Yousef Taffal, Giorgia Zani

Ime projekta: **RECRAFT**

Lokacija: Milano, Politecnico di Milano

Izbrana tema:

Skupina The Recycle Bins se je po hitrem pregledu načina recikliranja in ravnanja z odpadki na univerzi odločila obravnavati temo recikliranja v kampusu. Na podlagi opazovanj so prepoznali tako potrebo po izboljšanju sistema recikliranja in ravnanja z odpadki kot tudi nujno po ozaveščanju ljudi o recikliranju.



Kako so pristopili k problemu z vidika oblikovanja?

Projekt so zasnovali s pomočjo teorije dregljaja, želeli so nalogoviti ciljne uporabnike ter vplivati na njihove navade, vrednote in odločitve. To so hoteli doseči s subtilno komunikacijo

oziroma vizualizacijo ter s tem vplivati na proces odločanja posameznika z delanjem majhnih, a pomembnih sprememb v okolju. Dregljaja, ki so ju izbrali, sta se nanašala na usmerjanje pozornosti in povečanje prisotnosti v skupnosti:

- usmerjanje pozornosti za trajnostno rešitev: uporaba sporočil, ki so prilagojena ali pomembna za določeno ciljno skupino;
- poudarjanje trajnostnih ukrepov oziroma smernic s pomočjo vizualizacije.

Raziskava:

Da bi razumeli, ali je univerza uspešna pri spodbujanju ljudi k recikliranju, so izvedli raziskavo, razdeljeno na dva dela: terensko opazovanje in intervjuji z uporabniki kampusa.

Ključni vpogledi:

Na podlagi opazovanj in vprašanj, ki so se osredotočala na koše za smeti in recikliranje – predvsem ali vedo, koliko jih je in kje so (z namenom analiziranja, ali so koši sploh opazni), ali študentje reciklirajo in podobno – so pridobili naslednje vpogleda:

- Ljudje običajno večino odpadkov odvržejo v zabojnik za splošne odpadke.
- Nejasna in preveč zapletena zasnova informacij na koših: nekatere predmete, ki so predstavljeni s trenutnimi ilustracijami ali piktogrami, je težko prepoznati ali pa so zelo daleč od konteksta univerze, posledično učinkujejo zmedeno in nerazumljivo.
- Potreba po ekoloških koših. Postavljeni so le v notranjih prostorih kampusa, niso vedno ob drugih koših, poleg tega so manjši in pobarvani z nevtralnimi barvami.
- Recikliranje v straniščih: glavni problem je pravilno recikliranje vložkov in tamponov. Ni tudi jasnega razlikovanja med ekološkimi/razgradljivimi in plastičnimi vložki.

Izzivi:

Na podlagi raziskave so prepoznali ključne izzive pri gradnji trajnostne prihodnosti na univerzi:

- zagotavljanje takojšnjih in intuitivnih informacij, da bi bil postopek razvrščanja odpadkov za namene recikliranja razumljiv in preprost;
- izobraževanje vsakega študenta ne glede na starost ali kulturno sredino: za to je potrebna vizualna identiteta, ki je funkcionalna in prepoznavna za vse;
- ozaveščanje ljudi o učinkih lastnih dejanj in širjenje zavesti, da bi uporabniki razvili navade recikliranja;
- omogočanje enostavnega recikliranja v vsakem kontekstu in situaciji (to pomeni, da si prizadevamo za razporeditev in distribucijo košev za vse vrste smeti ter da v straniščih zagotovimo tudi koše za recikliranje tako organskih kot plastičnih vložkov oziroma tamponov).

Na podlagi izbranih izzivov so se odločili, da se bodo posvetili kratkoročno rešljivemu problemu, ki je lahko osnovno izhodišče za uvajanje vseh ostalih zaznanih sprememb, to je iskanje načina za **podajanje takojšnjih in intuitivnih informacij z namenom vzpostavitve razumljivega in zato enostavnega postopka razvrščanja smeti za nadaljnje recikliranje**. Ta izziv jih bo nato vodil k dolgoročnemu cilju: **izobraževanju ljudi z informiranjem in ozaveščanjem**.

Metoda »nore osmice«:

Z metodo so definirali ključne značilnosti za izvedljiv in inovativen koncept: **dobra vizualna identiteta, igrifikacija, interaktivnost in stimulacija**. Definirali so tudi kriterije, ki jih s preoblikovanjem trenutne situacije želijo vzpostaviti:

- postopek recikliranja narediti za vse uporabnike razumljiv in lažji;
- zagotoviti, da bo razvrščanje odpadkov bolj intuitivno;



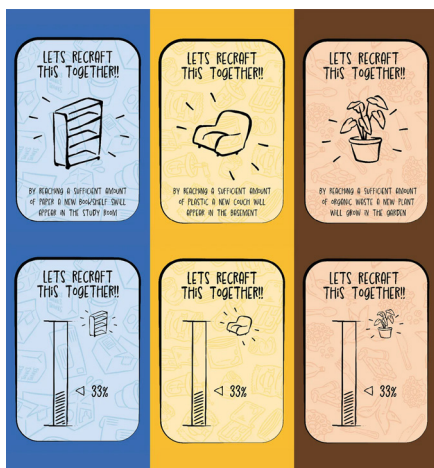
– ozaveščati, da to vedenje vodi tudi k dolgoročnim dosežkom – izobraževanju študentov o recikliranju in oblikovanju dobrih navad.

Ciljna skupina:

Vsi obiskovalci kampusa.

Predlagani koncept:

Preoblikovali so obstoječe, neanimivne in nerazumljive koše za smeti. Zanje so si zamislili novo vizualno podobo z elementi igre. Vsebuje privlačne in predvsem razumljive ilustracije, informativne grafike in plakate, ki ozaveščajo uporabnika in ga izobražujejo o možnostih nadaljnjega recikliranja materiala.



Zaključna misel:

»Kot je rekel Shakespeare: *All's well that ends well*. Razen kroženja materialov, to naj se raje nadaljuje.«

Naslov delavnice: **KAKO Z OBLIKOVANJEM OPOLNOMOČITI SKUPNOSTI ZA SPOPADANJE S PODNEBNIMI SPREMEMBAMI?**

Ime skupine: Whater

Avtorice_ji: Giulio Alessandrini, Marta Coppola, Olimpia

Di Via, Tazio Furiani, Giulia Zago

Ime projekta: **VARČEVANJE Z VODO**

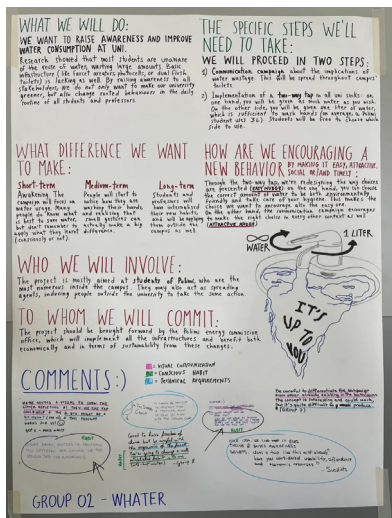
Lokacija: Milano, Politecnico di Milano

Izbrana tema:

Skupina se je osredotočila na problematiko varčevanja z vodo in iskanja načinov, kako uporabnike učinkovito ozaveščati o tem, koliko vode porabijo. Koncept so zasnovali z zavedanjem, da je uporabniška izkušnja rokovanja z izdelkom pomemben dejavnik pri vzpostavitvi motivacije uporabnika v smeri spreminjanja lastnega vedenja in navad. Pri tem so izpostavili tudi nujnost povratnih informacij, saj te ljudem pomagajo, da se zavejo vpliva lastnih dejanj, ne da bi se počutili ogrožene ali da delajo kaj narobe.

Kako so pristopili k problemu z vidika oblikovanja?

Za trajnostni kontekst varčevanja z vodo so s teorijo dregljaja prišli do naslednjih ugotovitev: ljudje si zapomnijo trenutek oziroma dejanje in posledično lahko spremenijo svoje vedenje, a pri tem mora biti družbeni učinek očiten. Javni vidik družbenega vedenja je ključnega pomena, saj če ljudje vedo, da so v družbenem kontekstu, se začnejo bolj zavedati svojih dejanj, tudi če gre za ustaljeno navado.



Na podlagi teh ugotovitev so izbrali dva dregljaja: dregljaj privlačnosti in pravočasni dregljaj. Oba sta namreč potrebna, da bi ljudi spodbudila k spremembi nečesa, kar je tako globoko vtisnjeno v njihove navade, kot je umivanje rok. Upoštevali so tudi družbeni vidik – tekmovalnost med ljudmi, saj menijo, da lahko z igrifikacijo pripomorejo k spodbujanju pozitivnih sprememb. Pomembnost pravočasnega dregljaja pa pride v poštev predvsem za študente na začetku študija. Takrat običajno začnejo novo poglavje v življenju in njihove navade se velikokrat spremenijo/prilagodijo novemu okolju. Zato lahko takrat lažje vplivamo na vedenje posameznika in ga z dregljajem pripravimo, da spremeni stare navade oziroma usvoji nove. Dregljaj privlačnosti pa so želeli izkoristiti zato, ker so zagovarjali, da navado spremenimo prej, če pritegne našo pozornost ali če je v skladu z našo motivacijo in prepričanju oziroma v skladu z našimi vrednotami.

Raziskava:

S terensko raziskavo so v prvi fazi raziskali, kje v kampusu se porabi oziroma izgubi največ vode. Temu je sledila naslednja faza raziskave, kaj je mogoče narediti v zvezi z nepotrebno izgubo vode. Po pridobljenih končnih ugotovitvah so si zadali pridobiti vpogled, kateri od ukrepov ima največji učinek.

Ključni vpogledi:

Skupina je naslednjo fazo raziskave povzela s ključnimi vpogledi:

- Vodo študenti večinoma porabijo za umivanje rok in splakovanje stranišč. Skupna količina vode, ki jo v enem letu porabi univerza, je 452 milijonov litrov. To je v povprečju približno 40 litrov na osebo na dan in dodatnih 20 % za zalivanje vrta.
- Manjka osnovna infrastruktura: v pipah ni perlatorjev in v straniščih večinoma ni splakovanja, ki bi se delilo na večjo

in manjšo količino uporabljene vode. To sta zelo poceni posodobitvi, ki lahko naredita veliko razliko v porabi vode.

- Manjkajo zahtevnejše posodobitve, kot so zbiranje vode ali fotosenzibilne pipe.

Metoda »Kako bi lahko?«:

Z metodo so definirali ključno vprašanje: Kako bi lahko ljudem dali občutek, da je to, kar počnejo, **pomembno in ima vpliv**? Odločili so se, da morajo pri snovanju koncepta uporabnike voditi in ne siliti k spremenjenemu obnašanju. **Pomembno je, da jim omogočijo različne možnosti in prevzamejo odgovornost za svoja dejanja.**

Ciljna skupina:

Vsi uporabniki kampusa.

Predlagani koncept:

Zamislili so si dvosmerno pipo, ki uporabnikom omogoča izbiro med običajno uporabo pipe z neomejeno količino vode in uporabo pipe z omejeno količino vode do enega litra. Ta izbira uporabnika spodbudi, da med umivanjem rok pipo zapre, kar vodi k znatnemu prihranku vode. Poleg pipe so oblikovali tudi plakate in nalepke (nameščene ob umivalnikih), s katerimi



so želeli pritegniti pozornost v straniščih. Vsebina plakata ozavešča, saj promovira misel: »En liter je dovolj.« Na spodnjem delu plakata pa jih čaka vprašanje: »Water

you doing?» z namenom spodbuditi uporabnika, da se vpraša, kaj še lahko stori, da spremeni vedenje, čeprav gre le za majhno dejanje. Poleg nameščanja komunikacijskih materialov v straniščih so pripravili tudi nalepke, ki bi jih lahko delili med uporabnike, s ponovljenim provokativnim vprašanjem »**Water you doing?**«.



Naslov delavnice: **KAKO Z OBLIKOVANJEM OPOLNOMOČITI
SKUPNOSTI ZA SPOPADANJE S PODNEBNIMI SPREMEMBAMI?**

Ime skupine: Food Waist

Avtorice_ji: Veetrag, Maria Bastos, Hu Yiyuan, Rishika Sikder

Ime projekta: **Z DREGLJAJEM DO ZMANJŠANJA ZAVRŽENE HRANE**

Lokacija: Milano, Politecnico di Milano

Izbrana tema:

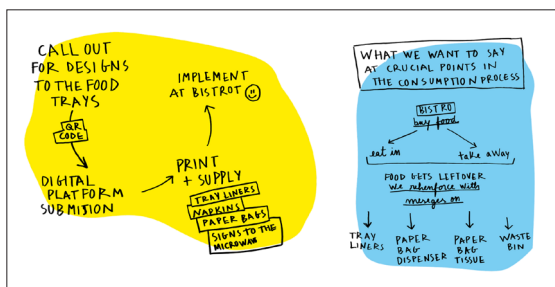
Izbrali so problematiko zavržene hrane, to je hrane, ki je primerna za uživanje, vendar je zavestno zavržena. Za problematiko so se med drugim odločili na podlagi podatka, da se na svetu **zavrže kar 30 % vse proizvedene hrane**.

Cilj:

Ozavestiti uporabnike kampusa o pomembnosti zmanjševanja količin zavržene hrane.

Kako so pristopili k problemu z vidika oblikovanja?

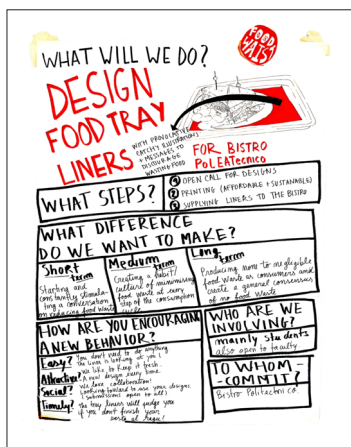
Z grafičnimi vizualizacijami in fizičnimi produkti so si zadali poiskati načine, ki bodo ozaveščali uporabnike o zavrženi hrani, s ciljem graditi in spodbuditi bolj pozitiven in trajnosten odnos do hrane.



Raziskava:

Raziskava se je najprej osredotočila na ugotavljanje vzrokov za zavrženo hrano v kampusu in širše. V naslednjem koraku so preverjali, kje vse v kampusu

lahko osebje in študenti konzumirajo in kupijo hrano. Na voljo imajo: menzo v kampusu, prodajne avtomate in druge prodajne točke na univerzi, kjer potekajo družbene interakcije oziroma



so namenjeni konzumiranju hrane, ki jo študentje in osebje prinesejo od doma ali iz drugih lokalnih restavracij. Zato da bi bilo njihovo delovanje karseda oprijemljivo, so se v naslednji fazi odločili osredotočiti na menzo Bistrot PoliEATecnico. V tem prostoru med študenti kroži največ hrane (tako v fazi proizvodnje kot porabe). To je tudi prostor, ki omogoča socialno interakcijo in stalno izmenjavo idej v pogovorih.

Ključni vpogledi iz raziskave:

- Največje število uporabnikov v menzi predstavljajo študenti.
- Prostor ne omogoča odnašanja ostankov hrane domov oziroma so študenti preleni, da bi si zapakirali ostanke hrane za kasneje.
- Uporabniki se ne zavedajo posledic zavržene hrane.
- Uporabniki ne poznajo obstoječih sistemov, ki se borijo proti zavrženi hrani.
- Program Aperitivo Happy hour in večerna znižanja cen hrane v menzi pripomoreta k manjši količini zavržene hrane.

Metoda »Kako bi lahko?«:

S pomočjo metode so izluščili ključna vprašanja, ki so jim služila pri nadaljnjem razvoju projekta:

- Kako bi lahko študente spodbudili, da ostanke hrane odnesejo domov?
- Kako bi lahko poskrbeli, da razprava o zavrženi hrani ne bo dolgočasna?
- Kako bi lahko poskrbeli, da bo zavreči odvečno, a še vedno užitno hrano postalo nekaj, kar se odsvetuje, oziroma da se na odmet ne gleda pozitivno?

- Kako bi lahko dosegli, da bi se ljudje počutili krive, ko bi želeli hrano namenoma zavreči?

Metoda »nore osmice«:

Z uporabo metode so ugotovili, da mora rezultat vizualno oza-veščati uporabnika in ga informirati o zavrženi hrani oziroma ga hkrati spodbuditi, da hrane sploh ne zavrže. S projektom so si zadali spodbuditi pogovor in olajšati prehod pri spreminjanju navad, ki zmanjšujejo količino zavržene hrane.

Ciljna skupina:

Študenti univerze Politecnico di Milano, osebje univerze in osebje menze (ti morajo biti pripravljeni sodelovati pri menjavi oblikovanih prtičkov, podlag in papirnatih vrečk s seznanitveno vsebino).

Predlagani koncept:

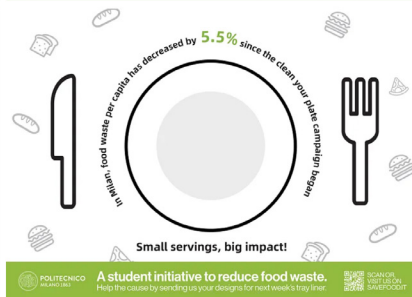
Razvili so celostno kampanjo z namenom doseči naslednje cilje:

- Oblikovali so podloge za pladnje, pripadajoče prtičke in papirnatte vrečke. Grafično so jih opremili z vsebino, ki uporabnike ozavešča o zavrženi hrani in spodbuja k temu, da hrano, ki je ne pojedjo, vzamejo domov.
- Zamislili so si predalnik za papirnatte vrečke v bližini košev za biološke odpadke. Predalnik je vrsta dregljaja, ki te tik pred zavržbo še enkrat opomni, da imaš boljšo, trajnejšo možnost: ne zavrzi me, raje me odnesi s seboj.
- Zasnovali so digitalno platformo za ozaveščanje uporabnikov in informiranje o javnih razpisih. Prek QR kod na papirnatih podlagah se lahko uporabniki povežejo do platforme in poleg poglobljenih informacij tam oddajo tudi svoj predlog naslednjega motiva za potisk podlag za pladnje (te bi se lahko tedensko menjale).
- Oblikovali so tudi sistem za označevanje območij, kjer se nahajajo mikrovalovne pečice (za pogrevanje hrane, ki

je ostala po obroku v menzi oziroma je bila prinesena od doma).

Predlagani koncept:

»Kot skupina smo zelo uživali v energiji, s katero smo bili motivirani za reševanje problema, ki nam je bil predstavljen. Radi bi se zahvalili profesorjem, da so nam pomagali spoznati, da imamo res vsa potrebna orodja za ustvarjanje sprememb – četudi je to morda le prvi korak!«



Naslov delavnice: **KAKO Z OBLIKOVANJEM OPOLNOMOČITI
SKUPNOSTI ZA SPOPADANJE S PODNEBNIMI SPREMEMBAMI?**

Ime skupine: ESSELLE

Avtorice_ji: Simone Gigante, Stefano Romano, Luca Vanetti,
Laura Zani

Ime projekta: **PRESKOČI KORAK, ČE**

Lokacija: Milano, Politecnico di Milano

Izbrana tema:

Skupina ESSELLE se je odločila posvetiti se problematiki varčevanja z energijo. Poudarili so, da je varčevanje z energijo pomembno iz več razlogov, med drugim zaradi zmanjšanja ogljičnega odtisa, znižanja stroškov energije in zagotavljanja trajnostne prihodnosti našega planeta. Izpostavili so tudi nekaj dejstev:

- EU si je zastavila cilj, da do leta 2030 doseže 32,5-odstotno izboljšanje energetske učinkovitosti. Ta cilj vključuje ukrepe za zmanjšanje porabe energije v stavbah, prometu in industriji.
- EU je sprejela tudi predpise za izboljšanje energetske učinkovitosti izdelkov, kot so razsvetljava, naprave ter oprema za ogrevanje in hlajenje.

Raziskava:

Raziskava je v prvem delu vključevala namizno raziskavo. Ugotovili so, da je milanska univerza Politecnico uvedla celovito politiko varčevanja z energijo, da bi zmanjšala svoj ogljični odtis in spodbujala trajnost. Kljub prizadevanjem za zmanjšanje porabe energije so nekateri problemi še vedno nerešeni. Na primer: povprečna temperatura v učilnicah je v hladnih letnih časih previsoka, v vročih pa prenizka. Izpostavili so, da poleg institucionalnih izzivov lahko na porabo energije v kampusu vpliva tudi vedenje posameznikov, na primer če puščajo svoje naprave stalno polniti ali ne ugašajo luči, ko zapuščajo preda-

valnice. Velik energijski porabnik so tudi dvigala. Študija Univerze v Veroni je pokazala, da:

- povprečna poraba energije dvigala predstavlja približno 5 % celotne porabe električne energije v pisarniški stavbi;
- vsakič, ko dvigala ne uporabimo, prihranimo približno 0,05 kWh;
- ocenili so tudi, da dvigalo v stanju pripravljenosti v povprečju porabi približno 2 kW električne energije, kar pomeni letno porabo približno 10.000 kWh električne energije. To predstavlja znaten delež celotne letne porabe električne energije dvigala, ki znaša od 25 do 80 %.

Drugi del raziskave pa so tvorili intervjuji in analiza vedenja 70 študentov z metodo opazovanja. Slednje je prineslo več vpogledov o njihovem vedenju.

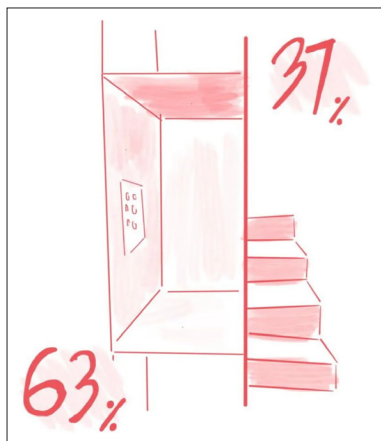
Ključni vpogledi:

- 63 % študentov raje uporablja dvigalo kot stopnice.
- Večina študentov uporabi stopnice le, ko gredo v prvo nadstropje, za pot v drugo (ali višje) nadstropje uporabijo dvigalo.
- Na izbiro posameznikov vpliva skupina, v kateri so, saj

običajno sledijo večini.

- Glavni razlog za izbiro dvigala je, da hojo po stopnicah dojemajo kot naporno in neprijetno.
- Najpomembnejši dejavnik, ki študente spodbuja k uporabi stopnic, je telesna dejavnost.

Kljub rezultatom raziskave so sklenili, da se morajo osredotočiti na spodbujanje ljudi k uporabi stopnic tako, da bi jih naredili bolj privlačne.



Metoda »Kako bi lahko?«:

Z metodo so generirali in izbrali naslednja vprašanja:

- Kako bi lahko poskrbeli, da bo hoja po stopnicah za ljudi prijetnejša in bolj zanimiva izkušnja?
- Kako bi lahko hojo po stopnicah spremenili v nujnost?
- Kako lahko uporabo stopnic spremenimo v izziv?
- Kako bi lahko uporabnikom olajšali uporabo stopnic?

Metoda »nore osmice«:

Z metodo so zbrali različne ideje, kot je označevanje poti do stopnic, projiciranje interaktivne poti ob stopnišču ali zamenjava stopnic s plezalno steno. Analizirali so prednosti in slabosti vsake ideje, preučili njihovo izvedljivost ter zavrgli manj obetavne in težje izvedljive.

Ciljna skupina:

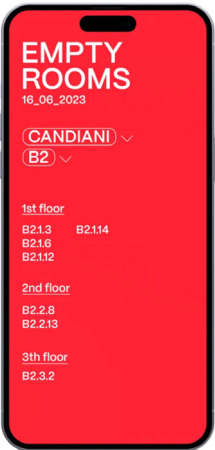
Vsi uporabniki kampusa.

Predlagani koncept:

Skupina je zasnovala interaktivni projekt, ki spodbuja študente k uporabi stopnic. Z označbo poti, ki jo predstavlja na tleh pred vhodnimi vrati natisnjen stavek »**Skip the step if**«, so si zadali pritegniti pozornost in usmeriti ljudi proti stopnicam. Igra se začne pri vzhodni stopnici. Na stopnicah so natisnjeni igrivi in ironični stavki, ki študente spodbujajo, da preskočijo stopnico, če se poistovetijo s pomenom stavka. Primeri stavkov so:

»**Potrebujem odmor za kavo.**«, »**Zamudil sem.**« ali »**Nisem govoril z osebo, ki mi je všeč.**« Zato, da se študentje ne bi naveličali istih stavkov vsak dan, so si kot del projekta zamislili tudi zbiranje novih predlogov prek družbenih omrežij in njihovo mesečno menjavo. Prav tako so si zamislili, da bi na nekatere stopnice dodali uporaben smerokaz, saj imajo številni študenti težave z iskanjem učilnice (od predavalnic do tistih praznih, v katerih je mogoče delati). S skeniranjem QR kode na stopnicah

bi študente preusmerili na spletno stran, na kateri bi bile prikazane vse proste učilnice, ki so na voljo tisti dan.



Naslov delavnice: **KAKO Z OBLIKOVANJEM OPOLNOMOČITI
SKUPNOSTI ZA SPOPADANJE S PODNEBNIMI SPREMEMBAMI?**

Ime skupine: SUSdiets

Avtorice: Chiara Capuano, Anna Cattaneo, Ana Doric, Manman
Li, Lara Macrini

Ime projekta: **BITEWISE**

Lokacija: Milano, Politecnico di Milano

Izbrana tema:

Skupina SUSdiets se je osredotočila na vprašanje o prehrani, ki je okoljsko, gospodarsko in socialno trajnostna. Trajnostna prehrana ima lahko namreč velik pozitiven vpliv na okolje, prispeva k prehranski varnosti ter zdravemu življenju sedanjih in prihodnjih generacij. Kmetijstvo in živinoreja sta odgovorna za približno tretjino svetovnih emisij toplogrednih plinov, pa tudi za porabo vode, krčenje gozdov in izgubo biotske raznovrstnosti.

Cilj projekta:

S projektom so želele povečati ozaveščenost študentov v kampusu o njihovih prehranjevalnih navadah ter jim pomagati, da se odločijo za trajnostnejše izbire. Zadale so si tudi **odpraviti stigma, da je trajnostni razvoj sistemov in produktov težek, zapleten, dolgočasen ter drag.**

Kako so pristopili k problemu z vidika oblikovanja?

Na podlagi teorije dregljaja so se odločile na ciljne uporabnike vplivati s spodbujanjem pozitivnih sporočil, da se dobro počutijo glede svojih trajnostnih odločitev, ter na ta način na njihove vsakodnevne odločitve in navade.

Raziskava:

V prvem koraku so raziskale primere trajnostne hrane v kampusu oziroma iskale odgovor na vprašanje, kakšna prehrana je

na voljo uporabnikom v kampusu in do kakšne mere je trajnostna. Našle so naslednje možnosti izbire hrane in pijače, ki so na voljo študentom:

- prodajni avtomati – omogočajo nakup vode, prigrizkov in kave;
- brezplačni avtomati za vodo – nameščeni so v stavbah in omogočajo študentom, da si polnijo plastenke z vodo;
- mikrovalovne pečice – nahajajo se v notranjosti stavb in študentom omogočajo, da si pogrejejo kosilo;
- PolEATecnico – menza in kavarna znotraj kampusa. Kar zadeva trajnostni vidik, uporabljajo embalažo, ki jo je mogoče kompostirati. Pred kratkim so na jedilnik vključili tudi veganske možnosti, ki pa so dražje od ostalih;
- kavarne, restavracije in lokali – v bližini kampusa je veliko gostinskih lokalov, skoraj vsi imajo nekaj vegetarijanskih in veganskih možnosti.

V fazi etnografskega raziskovanja so nadaljevale z dregljajem. Testirale so zamenjave vrstnega reda na oglasni tabli v menzi: na vrhu table so postavili veganske in vegetarijanske jedi. Zanimalo jih je, ali bo to vplivalo na odločitev posameznika pri naročanju.

Ključni vpogledi:

- V menzi ni dovolj informacij o možnostih trajnostne prehrane.
- Uporabniki se pri izbiri kosila ne zanašajo na oglasno tablo z naštetimi jedmi.
- Uporabniki se ne zavedajo, da so na voljo veganske možnosti. V primeru, da se, prevladuje mnenje, da morajo veganske možnosti naročiti vnaprej zjutraj, čeprav to ni pogoj za naročilo.
- Trajnostne in veganske možnosti za uporabnike niso privlačne zaradi višjih cen, nedostopnosti in nejasnosti jedilnikov.

Za definiranje petih ključnih izzivov za izboljšanje trajnostne prehrane v menzi so uporabile pristop teorije sprememb, ta je z namenom spodbujanja trajnostne izbire prehrane med drugim vključeval:

- razširitev možnosti trajnostnih jedi;
- znižanje cen: trajnostne možnosti naj bodo dostopnejše;
- sprememba načina oglaševanja veganske hrane;
- vzpostavitev informativnega oglaševanja pomena trajnostne prehrane;
- uvedba popolnoma veganskega oziroma trajnostnega jedilnika enkrat tedensko.

Za lažjo opredelitev kratkoročnih, srednjeročnih in dolgoročnih ciljev dregljaja so si pomagale s strategijo povratnega mapiranja. Odločile so se za najbolj enostaven in preprost izziv za izvedbo – nagrajevanje, saj je to eden najučinkovitejših načinov motiviranja ljudi, še posebej, ko gre za doseganje sprememb navad ljudi.

Metoda »Kako bi lahko?«:

Z metodo so prišle do izbranega vprašanja: Kako bi lahko sistem nagrajevanja naredili privlačen in zabaven?

Metoda »nore osmice«:

Z orodjem »nore osmice« so našle 40 različnih predlogov, na koncu pa izbrale predlog »kartica zvestobe«.

Ciljna skupina:

Študenti univerze Politecnico di Milano, zaposleni na univerzi in osebje menze.

Predlagani koncept:

Skupina je oblikovala storitev **Bitewise**. To je storitev, ki je na voljo študentom v kampusu in je namenjena spodbujanju bolj

BEFORE

what to say

advertise the initiative

how to say it



explain how it works



explain that is a full sustainable process



describe criteria for "sustainable dish"



which are the rewards



DURING

what to say

which dishes are sustainable

how to say it



describe criteria for sustainable dish



what progress the initiative made (box)



AFTER

what to say

updates on gardening activities

how to say it



Legend:



Canteen menu



Landing and social page



Posters



Transparent progress boxes

Communication elements



Canteen menu

make visible the sustainable dishes



Landing and Social page

make clear the process and the functioning



Posters

promote the initiative and attract people



Transparent progress boxes

spread awareness by seeing the progress



1 get your card at the canteen

dispenser at the canteen



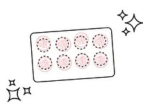
2 consult the menu and buy a sustainable dish

canteen menu



3 get a stamp on your card

canteen staff



4 once your card is full it becomes a valid voucher



5 choose a shop/business and collect your reward

landing page
instagram page



6 once invalidated by the shop, place the used card in one of the transparent boxes

business staff to invalidate, boxes in shops and at polimi



7 coltivando association will collect all the plantable cards

coltivando student association



8 cards are planted in polimi's garden

coltivando student association

trajnostne izbire hrane v menzi. Koncept temelji na programu kartice zvestobe: z vsako trajnostno jedjo, kupljeno v PolEATecnico, se na kartico odtisne žig. Ko uporabnik kartico zapolni, ta postane veljaven kupon za prejem nagrad. Nagrade ponujajo lokalna in trajnostna podjetja ter obsegajo od brezplačnih pokušin trajnostnih jedi, popustov do izkustvenih možnosti s poudarkom na vsebinah, povezanih z naravo. Kartice so izdelane iz rastlinskega papirja s semeni in jih po vnovčitvi lahko posadimo. Poleg programa zvestobe projekt vključuje tudi komunikacijo z uporabniki prek grafične vsebine na plakatih in drugih promocijskih materialih.

Zaključna misel:

»Zadovoljne smo s tem, kar smo se naučile in izvedle v praksi v tem tednu med delavnico. Tema nas je zelo intrigirala, saj nekatere sprva nismo vedele, kaj vse obsega teorija dregljaja.«



Naslov delavnice: **KAKO Z OBLIKOVANJEM OPOLNOMOČITI
SKUPNOSTI ZA SPOPADANJE S PODNEBNIMI SPREMEMBAMI?**

Ime skupine: Scrap

Avtorice_ji: Alicia Aguado Montero, Jana Vivet, Yuying Tang,
Surabhi Gupta

Ime projekta: **BRING YOUR CUP, DO YOUR PART**

Lokacija: Milano, Politecnico di Milano

Izbrana tema:

Skupina Scarp je izbrala temo zmanjšane porabe materialov z namenom spodbujanja zmanjševanja količin odpadkov in odgovorne rabe virov. Širši okvir je zaobjel tako program recikliranja kot tudi spodbujanje digitalne komunikacije za zmanjšanje porabe papirja ali pa načrtovanje manjših obrokov za znižanje količin zavržene hrane.

Kako so pristopili k problemu z vidika oblikovanja?

Na podlagi teorije dregljaja so se odločili, da bodo preverili, kako bi lahko s komunikacijo vplivali na obstoječe rutine. Glavni fokus so predvideli na začetku vsakega semestra, npr. »teden kolesarjenja v kampusu«. Odločili so se tudi, da mora biti dregljaj preprost za izvedbo in trajnostna opcija privzeta možnost izbire.

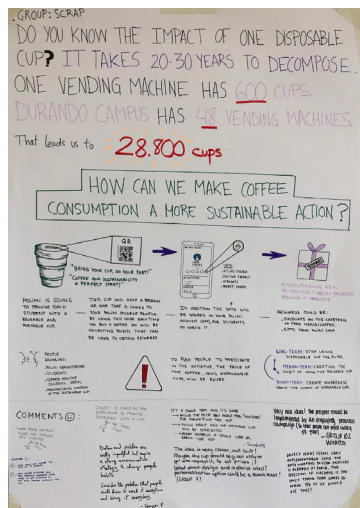
Raziskava:

V začetni fazi projekta so v kampusu odkrivali veliko količino odpadnih materialov, kot so: papir, karton, polistiren in podobni umetni materiali, papirnate brisačke (zavržene v stranišću), lončki in palčke iz kavnega avtomata, plastenke za vodo, embalaža, plastične vrečke, plastična pisala za enkratno uporabo, miselni zemljevidi na papirju (in drugi materiali, vezani na proces nastajanja študentskih projektov), tekstil in hrana. Med naštetimi so še posebej izstopale velike količine lončkov za enkratno uporabo, zato so se odločili, da se bodo usmerili v

zmanjševanje količine uporabljenih lončkov za kavo.

Ključni vpogledi:

- V povprečju lahko vsak prodajni avtomat sprejme približno 600 lončkov (podatki so pridobljeni iz podatkovne kartice za model Necta Canto Top 2ES).
- Polnjenje avtomatov poteka vsak dan.
- Stroški lončkov so vključeni v vsako kavo.
- Glavni material, ki se uporablja za lončke, je plastika.
- Na izbiro ni drugih privzetih alternativ.
- Študenti pijejo kavo, ker se jim zdi koristna pri koncentraciji in osvežitvi.



S teorijo sprememb so definirali pet ključnih izzivov:

- skodelice za kavo, ki niso le za enkratno uporabo;
- zmanjšanje števila avtomatov, ki ponujajo plastenke za vodo, z uvedbo možnosti nakupa plastenk za večkratno uporabo v kampusu;
- vzpostavitev prostora in sistema za shranjevanje prototipov in modelov iz materialov, ki jih lahko ponovno uporabijo;
- oglaševanje: fizični plakati naj bodo izdelani iz materialov za večkratno uporabo oziroma digitalizirani;
- sprememba sistema naročanja v menzi (brez papirnatega potrdila).

S strategijo povratnega mapiranja so določili:

- kratkoročni cilj: ozaveščanje o vplivih lončkov za enkratno uporabo na okolje;

- srednjeročni cilj: spodbuditi uporabo lončkov za večkratno uporabo kot navado;
- dolgoročni cilj: ukiniti uporabo lončkov za enkratno uporabo.

Metoda »Kako bi lahko?«:

Z metodo so prišli do naslednjih ključnih vprašanj za nadaljnji razvoj idej:

- Kako bi lahko študente spodbudili k uporabi skodelic kavo za večkratno uporabo?
- Kako bi lahko spodbudili upravo, da študentom zagotovi ločeno sobo za materiale, ki jih kasneje lahko reciklirajo?
- Kako bi lahko dosegli, da bi namesto kupovanja plastenk več uporabljali avtomate za polnjenje vode?
- Kako bi lahko uvedli enostavno metodo digitaliziranja oglasov?
- Kako bi lahko zmanjšali tiskanje računov pri naročanju hrane?

Ciljna skupina:

Vsi uporabniki kampusa.

Predlagani koncept:

Zaradi priljubljenosti kave med študenti se je skupina odločila, da se bodo posvetili problematiki lončkov za enkratno uporabo in študentom ponudili trajnostno alternativo. Predlagali so, da

How it works



- Scan the QR code
- Buy a coffee using your personal cup and collect points
- QR code is connected to student's polimi profile
- Collected points get stored in your polimi profile which can be converted into discounts and free meals.



univerza vsakemu študentu in osebju kampusa priskrbi zložljiv lonček za večkratno uporabo. Ta je zaradi trpežnosti in odpornosti na vročino izdelan iz silikona. Vsak lonček ima tudi unikatno QR kodo, ki je vezana na profil posameznika, in omogoča zbiranje točk, ki jih kasneje lahko uporabnik unovči in pridobi različne nagrade. Hkrati stran uporabnika ves čas obvešča, za koliko se je zmanjšal njegov odtis (in koliko je privarčeval), ker se ni odločil uporabiti lončka za enkratno uporabo.



Naslov delavnice: **KAKO Z OBLIKOVANJEM OPOLNOMOČITI SKUPNOSTI ZA SPOPADANJE S PODNEBNIMI SPREMEMBAMI?**

Ime skupine: The Storks

Avtorice_ji: Sara Corradi, Gianluca Delledonne, Ziqi Huang, Arianna Vassena

Ime projekta: **TRAJNOSTNA IN ZMANJŠANA MOBILNOST**

Lokacija: Milano, Politecnico di Milano

Izbrana tema:

Skupina The Storks se je osredotočila na zmanjševanje nepotrebnih vožnj z motornimi vozili, saj je to najpreprostejši način za zmanjševanje ogljičnega odtisa. V izbrani temi so prepoznali precejšen potencial, saj se kar **11.000 študentov na območje univerze vsak dan pripelje z različnimi vrstami prevoza.**

Kako so pristopili k problemu z vidika oblikovanja?

S pomočjo teorije dregljaja so se odločili za ozaveščanje in vključevanje. Univerza že omogoča različne storitve, niso pa dovolj promovirane med uporabniki.

	Easier: Difficult	Easier: Moderate	Easier: Easy
Effective	Medium Priority Car usage	High Priority Motivation	High Priority Awareness
Moderate	Low Priority Infrastructure	Medium Priority Fear	High Priority
Ineffective	Not a priority (for now)	Low Priority	Medium Priority

Raziskava:

Na podlagi namizne raziskave sekundarnih virov – člankov in študij – so ugotovili, da so ljudje v osnovi leni (tudi ko gre za pomembne zadeve, kot so podnebne spremembe) in zato potrebujejo spodbude, da spremenijo svoje navade, načine gibanja. Opravili so tudi intervjuje s študenti in zaposlenimi v kampusu.

Ključni vpogledi:

- Tisti, ki živijo zunaj območja Milana (dolge razdalje), se vozijo z vlakom ali avtomobilom.

- Tisti, ki živijo v Milanu, vendar daleč od kampusa, uporabljajo javni prevoz, a le v primeru, da živijo na območjih z dobro mrežo javnega prevoza.
- Tisti, ki živijo blizu kampusa, uporabljajo kolesa ali hodijo peš (v radiju do 40 minut hoje). Nekateri gredo raje z avtobusom, saj se bojijo, da jim bo kdo ukradel kolo.
- Še vedno je veliko tistih, ki nimajo motivacije, da bi kolesarili.

Na podlagi vseh podatkov so ugotovili, da bo njihovo delo imelo največ učinka, če se osredotočijo na študente in zaposlene, ki živijo v Milanu in se v kampus vozijo z avtomobili.

S teorijo sprememb so definirali pet ključnih izzivov:



- iskanje načinov ozaveščanja o storitvah, ki jih ponuja univerza za spodbujanje uporabe koles (npr. Policiclo, ki nudi pomoč in popravila koles, ali Velostazione, ki nudi varno shranjevanje osebnih koles in električnih skuterjev);
- spodbujanje motivacije za pogostejšo uporabo koles;
- iskanje načinov za zmanjševanje strahu pred krajo koles oziroma lastnine, pa tudi strahu pred prometom in slabimi razmerami na cestah;
- iskanje načinov za zmanjševanje uporabe avtomobilov in drugih vozil, ki onesnažujejo okolje (mopedov, skuterjev, motornih koles itd.);
- delo na infrastrukturi: boljša povezava kampusa in mesta s podzemno železnico in kolesarskimi stezami;

- iskanje načinov za večjo vključenost potencialnih uporabnikov pri vsebinah, povezanih s trajnostno mobilnostjo.

Metoda »Kako bi lahko?«:

S pomočjo metode so izbrali naslednje vprašanje: **Kako bi lahko dosegli, da bo zmanjševanje potovalnih emisij postal najboljši trend na univerzi?**

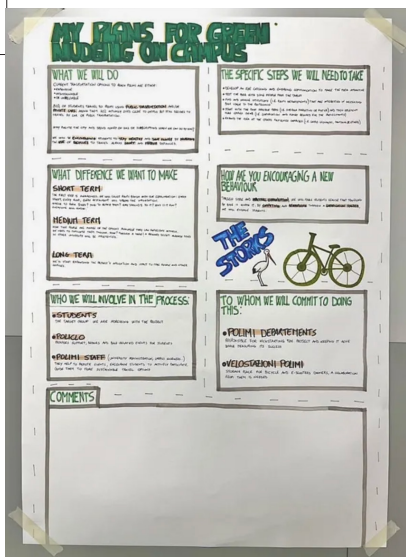
Metoda »nore osmice«:

Po številnih odgovorih in analizi rezultatov metode se je skupina odločila za dve rešitvi, ki skupaj izpolnjujeta potrebo po ozaveščanju in motivaciji. Odločili so se za ozaveščanje s plakati in motiviranje uporabnikov z igrifikacijo.

Ciljna skupina:

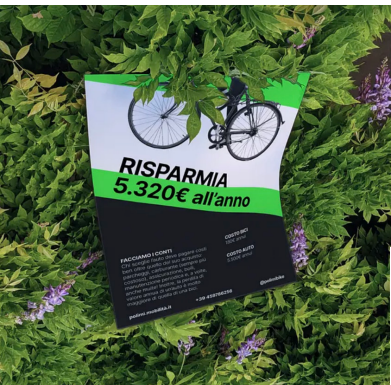
Vsi uporabniki kampusa, ki še ne uporabljajo trajnostnih možnosti mobilnosti.

Predlagani koncept:



Koncept skupine The Storks se je delil na dva dela. Oblikovali so različne plakate, ki uporabnike ozaveščajo o pozitivnem vplivu vožnje s kolesom. Poleg plakatov so uporabnike tudi seznanjali, kje vse lahko parkirajo svoja kolesa in električne skiroje. Da bi uporabniki ta območja opazili in ozaveštili, so jih po tleh označili s črtami izstopajočih barv. Drugi del koncepta je predstavljal sistem igrifikacije, ki je bil namenjen motiviranju uporabnikov. Na podlagi personalizirane izkušnje sistem uporabniku določi število kilometrov, ki jih mora

opraviti na poti od doma do kampusa. Na podlagi prevoženih kilometrov pa uporabnik prejme točke, ki jih lahko porabi v Policiclo v kampusu.



Naslov delavnice: **KAKO Z OBLIKOVANJEM OPOLNOMOČITI
SKUPNOSTI ZA SPOPADANJE S PODNEBNIMI SPREMEMBAMI?**

Ime skupine: Alan Smithee

Avtorice_ji: Matteo Flaminio, Yasmina Ghandour, Alice Mannucci,
Tommaso Schifano

Ime projekta: **VKLJUČEVANJE IN PODPORA ZA SPREMEMBE**

Lokacija: Milano, Politecnico di Milano

Izbrana tema:

Skupino Alan Smithee je zanimala vloga univerze Politecnico di Milano pri spodbujanju družbene spremembe in trajnostnega razvoja. Po njihovem mnenju je institucija prepoznala svoj vodilni položaj na tehničnem področju in se hkrati zavezala k spodbujanju družbenega, gospodarskega in okoljsko trajnostnega razvoja v svojih dejavnostih. Zaradi tega jih je zanimala uspešnost univerze pri izvajanju zavez in kako lahko skupina pripomore k večjemu številu študentov, ki bi se vključevali v take programe.

Raziskava:

Med raziskavo so se osredotočili na univerzitetni etični kodeks. To je pravilnik obnašanja na univerzi, ki naj bi spodbujal študente, da se poistovetijo z vrednotami ustanove. Poleg objave na spletni strani so ključne točke kodeksa nanizane tudi na kamnitih totemih v kampusu. Kodeks se redko omenja, ko pa se, se uporablja kot ustrahovalno sredstvo za spodbujanje pravilnega vedenja med izpiti.

V naslednji fazi so se odločili raziskati potencialne načine dobrega komuniciranja. Med prednostmi, ki jih univerza lahko izkoristi, je raziskava pokazala naslednje:

- Vzpostaviti je treba medvrstniško komuniciranje namesto avtoritativnega: študenti se pozitivno odzivajo na prija-

znejše in bolj pristno komuniciranje, ki veliko bolje izraža občutek skupnosti. Učinkovita komunikacija na isti ravni lahko spodbuja sodelovanje, izboljšuje reševanje problemov in krepi pozitivne odnose med vrstniki.

- Omogočiti je treba boljšo dostopnost: dolga in zapletena besedila so lahko za branje težka in dolgačasna, še posebej za študente, ki prvič vstopajo na univerzo in so navajeni na hitrejšo in takojšnjo komunikacijo.
- Treba je izkoristiti vsako priložnost: od trenutka vpisa do prvih srečanj, namenjenih novim študentom, nastane veliko stičnih točk, ki bi jih lahko izkoristili za ozaveščanje in informiranje.
- Gradnja močnega občutka skupnosti: univerza se lahko pohvali z velikim številom študentov, ki se udeležujejo v skupnosti. Potencial za prenos znanja in vrednot starej-

ših študentov na mlajše je odličen način vključevanja novincev.

V tretji fazi so na temo kodeksa in načinov komuniciranja univerze opravili tudi intervjuje s študenti.



Ključni vpogledi:

- Med študenti politehnike vlada občutek pripadnosti, ki ga spodbuja okolje: kampus in dogodki, ki so organizirani na območju univerze.
- Dogodki so še posebej učinkoviti med študenti, ki so na univerzi prvo leto. Koristni so za njihovo vključevanje, zlasti v prvih tednih študija.
- Šport je pomemben del teh dogodkov, na primer maraton PolimiRun, ki je odprt za vse in predstavlja odličen trenutek za druženje in spoznavanje.

- Obstoječi etični kodeks po mnenju študentov ne izpolnjuje standardov dobre komunikacije. Študenti so premalo seznanjeni z njim in vsebino, kljub temu da so ga ob vpisu dolžni podpisati.
- Kamniti totemi nimajo velike moči in ne vzpostavljajo dvosmerne komunikacije.

Metoda »Kako bi lahko?« in strategija povratnega mapiranja:

Izbrano zastavljeno vprašanje je bilo: Kako bi lahko poudarili vrednote univerze Politecnico di Milano in s ciljem gradnje skupnosti študente spodbudili k aktivnemu sodelovanju z novimi idejami, pogledi in željo po spremembi v skupnosti?

S strategijo povratnega mapiranja so določili tri ravni ciljev:

- Kratkoročni cilji: dobro načrtovati sprejem novih študentov in pomoč oziroma podporo pri njihovem vključevanju v skupnost. S spodbujanjem občutka skupnosti je večja verjetnost, da se bodo tudi bruci pripravljeni angažirati znotraj nje.
- Srednjeročni cilj: spodbuditi vse študente k aktivnejšemu vključevanju v skupnost in k ustvarjanju okolja, ki spodbuja udejstvovanje. Z ustvarjanjem kulture vključevanja lahko zagotovijo, da se bo vsak študent v skupnosti počutil dobrodošlega in cenjenega, kar bo pripomoglo k občutku pripadnosti in povezanosti. Še več: slednje lahko študente spodbudi k samoiniciativnemu prizadevanju za izboljšanje skupnosti, katere del so. Na ta način lahko dosežejo dolgoročno trajnost.

Ciljna skupina:

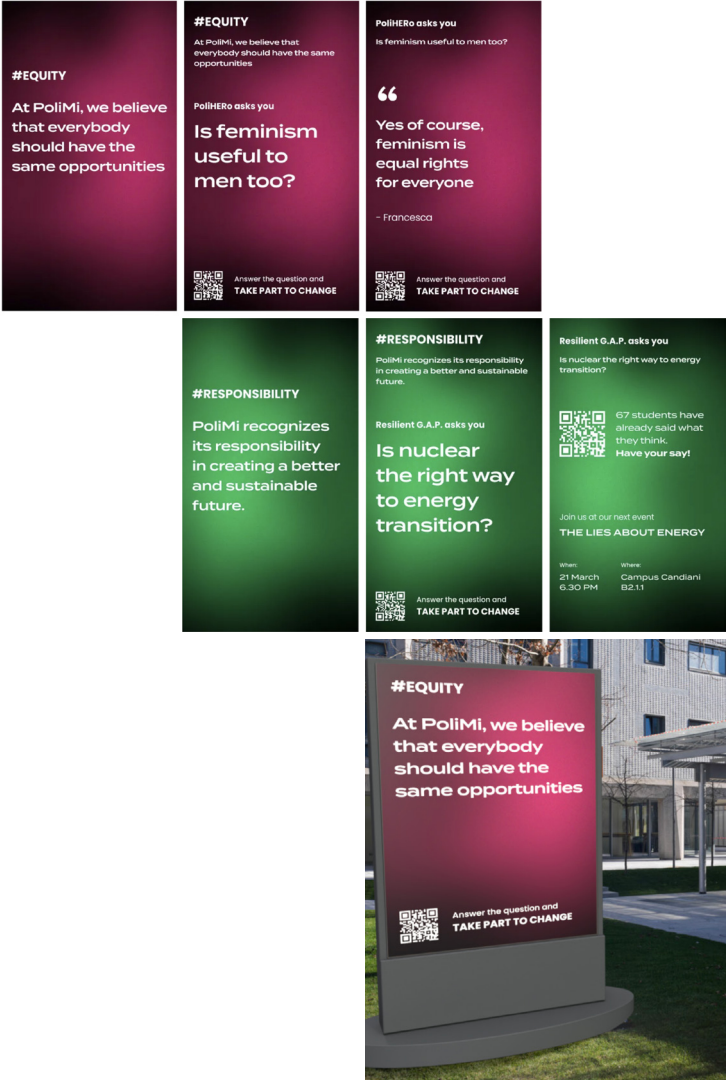
Študenti univerze Politecnico di Milano v sodelovanju z vodstvom univerze in študentskimi organizacijami, ki so aktivne v okviru univerze.



Predlagani koncept:

Kamniti totemi se zamenjajo z digitalnimi tablam, ki študentom omogočajo njim prilagojeno nizanje vsebin etičnega kodeksa. Na ta način bodo vsebine še vedno vključevale vse vrednote univerze, a veliko bolj sproščeno in prijazno. Napisane bodo v razumljivem jeziku in s konkretnimi primeri pomembnih tematik. Vsebine bodo opremljene tudi s QR kodo, ki bo uporabnika usmerila na vprašalnik o dani temi. Vprašalnik bo zajemal stališča študentov o temi in na ta način spodbujal spremembe na fakulteti. Z vzpostavitev aktivnega sodelovanja bodo interaktivne table omogočale študentom graditi pripadnost in skupnost, saj bodo prepoznali možnost dejanskega vpliva za spremembe na univerzi. Del vsebine digitalnih tabel

bodo prav tako statistični podatki o številu uporabnikov, ki je že sodelovalo pri dani temi, in kasneje tudi rezultati vprašalnika vseh sodelujočih študentov.



- Albeck-Ripka, Livia. 2018. »How Six Americans Changed Their Minds About Global Warming.« *The New York Times*, 21. februar 2018. <https://www.nytimes.com/interactive/2018/02/21/climate/changed-minds-americans.html>.
- Artefact. n.d. »Behavior Change Strategy Cards: Encouraging positive behavioral outcomes.«, <https://www.artefactgroup.com/case-studies/behavior-change-strategy-cards/>.
- Badiou, Alain. 2017. *The True Life*. Cambridge: Polity. (Poglavje: To be young, today: sense and nonsense)
- Black, Alison, Luna, Paul, Lund, Ole, in Walker, Sue, ur. 2017. *Information design: research and practice*. Milton Park: Routledge.
- Borries, Friedrich von. 2020. *The World as Project: A Political Theory of Design*. Prinsenbeek: Jap Sam Books. (Poglavji: Survival Design in World)
- Burmester, Christoph. 2013. »The power of behavioural design: looking beyond nudging.« *The Guardian*, 10. september 2013. <https://www.theguardian.com/sustainable-business/power-behavioural-design-beyond-nudging>.
- Criado-Perez, Caroline. 2020. *Invisible Women: Exposing Data Bias in a World Designed for Men*. London: Vintage.
- D'Alisa, Giacomo, Demaria, Federico in Kallis, Giorgos ur. 2015. *Degrowth: A Vocabulary for a New Era*. Milton Park: Routledge.

- European Commission. 2012. *How to write clearly*. Luxembourg: Publications Office of the European Union. <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/bb87884e-4cb6-4985-b796-70784ee181ce/language-en>.
- Frankel, Felice. 2012. *Visual strategies: a practical guide to graphics for scientists & engineers*, New Haven in London: Yale University Press.
- Fry, Tony. 2018. *Design Futuring: Sustainability, Ethics and New Practice*. London: Bloomsbury (Berg).
- Kolbert, Elizabeth. 2017. »Why Facts Don't Change Our Minds.« *The New Yorker*. 27. februar, 2017. <https://www.newyorker.com/magazine/2017/02/27/why-facts-dont-change-our-minds>.
- Lagesse, David. 2010. »Putting a (Smiley) Face on Energy Savings.« *National Geographic*, 16. 7. 2010. <https://www.nationalgeographic.com/science/article/100715-energy-smart-meter-competition>.
- Lockton, Dan, Harrison, David in Stanton, Neville A. 2008. »Design with Intent: Persuasive Technology in a Wider Context.« *Persuasive Technology*, Third International Conference, PERSUASIVE 2008, Oulu, Finland, June 4-6, 2008. Proceedings. https://doi.org/10.1007/978-3-540-68504-3_30.
- Manzini, Ezio. 2015. *Design, When Everybody Designs: An Introduction to Design for Social Innovation*. Cambridge (MA): MIT Press. (Poglavlje: Design for Social Innovation)
- Monbiot, George. 2017. »Forget 'the environment': we need new words to convey life's wonders.« *The Guardian*, 9. avgust 2017. <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/aug/09/forget-the-environment-new-words-lifes-wonders-language>.
- Niedderer, Kristina. 2013. »Mindful Design as a Driver for Social Behaviour Change.« *Consilience and Innovation*

- in *Design – Proceedings and Program*, 5th IASDR 2013 TOKYO. 4561–4571.
- Rasul, Imran in Hollywood, David. 2012. »Behavior change and energy use: is a 'nudge' enough?.« *Carbon Management* 3, št. 4, 349–351. <https://doi.org/10.4155/cmt.12.32>.
- Raworth, Kate. 2017 *Doughnut economics: seven ways to think like a 21st-century economist*. New York: Random House. (Poglavji: Design to Distribute in Create to Regenerate)
- Reed, Bill. 2007. »Shifting from 'sustainability' to regeneration.« *Building Research & Information* 35, št. 6: 674–680. <https://doi.org/10.1080/09613210701475753>.
- Roberts, David. 2011. »Behavioral nudges on electric bills could save three coal plants worth of emissions.« *Grist*, 24. maj 2011. <https://grist.org/energy-efficiency/2011-05-23-a-study-of-behavior-change-and-energy-use/>.
- Rodgers, Paul et al. 2019. »The Lancaster Care Charter.« *Design Issues* 35, št. 1: 73–77. https://doi.org/10.1162/desi_a_00522.
- Rushkoff, Douglas. 2019. *Team Human*. New York: W. W. Norton & Company. (Poglavja: Social Animals, Organize, You are not Alone)
- Sunstein, Cass. 2014. »There's a backlash against nudging – but it was never meant to solve every problem.« *The Guardian*, 24 april 2014, <https://www.theguardian.com/commentisfree/2014/apr/24/nudge-backlash-free-society-dignity-coercion>.
- Thackara, John. 2015. *How to Thrive in the Next Economy: Designing Tomorrow's World Today*. London: Thames and Hudson. (Poglavje: Changing: From do less harm, to leave things better)
- Thaler, Richard H., Sunstein, Cass R. in Balz, John P. »Choice Architecture.« V: *The Behavioral Foundation of Policy*, ur. Eldar Shafir. Princeton: Princeton University Press.

- The Behavioural Design Lab. 2012. *Changing behaviour by design*. London: Design Council in Warwick Business School.
- The Ellen MacArthur Foundation. n.d. »It's time for a circular economy.« in »What is a circular economy?.« <https://ellenmacarthurfoundation.org>.
- Tromp, Nynke, Hekkert, Paul in Peter-Paul Verbeek. 2011. »Design for Socially Responsible Behavior: A Classification of Influence Based on Intended User Experience.« *Design Issues* 27. št. 3: 3–19. <https://www.jstor.org/stable/41261940>.
- UN. 2015. »Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development.« <https://sdgs.un.org/2030agenda>.
- United Nations Environment Programme and GRID-Arendal. 2020. *The Little Book of Green Nudges*. <https://www.unep.org/resources/publication/little-book-green-nudges>.
- Voorthuis, Jacob in Gijbels, Cyrille. 2010. »A Fair Accord: Cradle to Cradle as a Design Theory Measured against John Rawls' Theory of Justice and Immanuel Kant's Categorical Imperative.« *Sustainability* 2, 371–382. <https://doi.org/10.3390/su2010371>.
- Wood, Wendy in Neal, David T. 2007. »A New Look at Habits and the Habit–Goal Interface.« *Psychological Review* 114, št. 4, 843–863. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.114.4.843>.

IMENSKO KAZALO

Agosto, Linda: 32
Aguado Montero, Alicia: 85
Alessandrini, Giulio: 68
Andrade, Carolina Inés: 20
Andrini, Valerio: 39

Bacchini, Carlotta: 24
Bastos, Maria: 72
Berlic, Lea: 51
Bešter, Mirjam: 47
Boštic, Urban: 60
Brosio, Riccardo: 64
Brudar, Julija: 43

Calabria, Carlotta: 28
Campana, Chiara: 20
Capuano, Chiara: 80
Carbone, Elisa: 35
Carpanoni, Silvia: 24
Cattaneo, Anna: 80
Cerar, Ana: 43
Colizzi, Alessandro: 3
Coppola, Marta: 68
Cordelli, Federico: 28
Corradi, Sara: 89

Černe Oven, Petra: 6, 11, 106
Černezel, Rok: 43

D'Alessandro, Angela: 39
Dalla Valle De Toni, Veronica: 39
Davì, Sara: 17
Davoli, Chiara: 24
Degiorgis, Daphne: 35
Delledonne, Gianluca: 89
Di Leo, Sandra: 35
Di Via, Olimpia: 68
Dognini, Anna: 64
Doric, Ana: 80
Drobne, Karel Filip: 56

Flaminio, Matteo: 93
Furiani, Tazio: 68

Galli, Rocco: 39
Gargioli, Elena: 17
Ghandour, Yasmina: 93
Gigante, Simone: 76
Gorenc, Lara: 51
Guo, Yifei: 20
Gupta, Surabhi: 85

Hajdarpašić, Esma: 47
Hickman, Caroline: 7, op. 6
Horvat, Kaja: 51
Huang, Ziqi: 89

Jovanović, Strahinja: 47

Kadunc, Anja: 51	Štupnik, Eva: 60
Kaszubowska, Julia: 51	Taffal, Yousef: 64
Ki Moon, Ban: 10, op. 9	Tagliariol, Matilde: 17
Kobal, Lea: 60	Tanasini, Silvia: 35
Križ, Zala: 43	Tang, Yuying: 85
La Rosa, Michele: 35	Tibaldo, Roberta: 17
Li, Manman: 80	Tušek, Vita: 60
Liparoti, Domiziana: 39	Urietti, Lorenzo: 28
Lisjak, Tine: 56	
Macrini, Lara: 80	Valdemarca, Federica: 20
Mannucci, Alice: 93	Vanetti, Luca: 76
Marks, Elizabeth: 7, op. 6	Vassena, Arianna: 89
Maturo, Alice: 3	Vatri, Federica: 24
Monsiorska, Zuzanna: 56	Veetrag: 72
Muha, Špela: 47	Vernik, Betsabea: 51
Ocvirk, Tina: 56	Vidnjević, Nika: 11, 106
Odalović, Ognjen: 56	Viola, Agnese: 32
	Vivet, Jana: 85
Pavlin, Jaka: 43	Yiyuan, Hu: 72
Piemontese, Yuri Michele: 32	
Pievani, Francesca: 32	Zaccaria, Valentina: 28
Piolini, Valeria: 28	Zago, Giulia: 68
Podvršič, Hana: 47	Zani, Giorgia: 64
Predan, Barbara: 6, 11, 106	Zani, Laura: 76
Raworth, Kate: 8 op. 7, 14	
Repishti, Filippo: 32	Žetko, Sebastian: 3, 11
Rockström, Johann: 8 op. 8	
Romano, Stefano: 76	
Rupar, Nika: 60	
Russo, Carmine: 20	
Schifano, Tommaso: 93	
Sedlaček, Sašo: 3	
Sikder, Rishika: 72	
Soklič, Lana: 43	
Staničić, Marija: 47	
Stucchi, Eleonora: 24	





O AVTORICAH

Prof. dr. Petra Černe Oven je oblikovalka, teoretičarka in predavateljica na področju teorije in zgodovine vizualnih komunikacij. V raziskovanju, kuriranju in publiciranju se osredotoča na različne vidike tipografije in informacijskega oblikovanja. Je nacionalna predstavnica svetovne tipografske organizacije Association Typographique Internationale, na UL ALUO pa vodi katedro za teoretične vede. S kolesom se vozi 365 dni v letu, po potrebi s čelado in pelerino.

Izr. prof. dr. Barbara Predan, teoretičarka, raziskovalka, avtorica, prodekanja za razvojno in raziskovalno področje na Akademiji za likovno umetnost in oblikovanje Univerze v Ljubljani. Prijetno je bila presenečena, ko je za svoje raziskovalno delo na področju teorije oblikovanja prejela nagrado Design Principles & Practices International Award for Excellence: Award Winner for Volume 13. Še bolj vesela pa je bila, ko se je ALUO na njeno pobudo priključila h globalni pobudi univerz (Race to Zero) za delovanje k prehodu v brezogljični svet.

Nika Vidnjevič je študentka podiplomskega študija industrijskega oblikovanja in se v sklopu študija trenutno nahaja na izmenjavi v Južni Koreji. Poseben poudarek njenega interesa je usmerjen v področje regenerativnega in okoljsko osredotočenega oblikovanja. Poleg študija tudi fotografira različne aktivistične dogodke in se udeležuje pri tabornikih, kjer je prostovoljka že 10 let.

ZBIRKA 42

Urednici: Petra Černe Oven, Barbara Predan

1.

Storitveno in informacijsko oblikovanje –

primeri dobre prakse

ur. Petra Černe Oven, Barbara Predan

2.

Utopični seminar

ur. Barbara Predan

3.

Petra Černe Oven, Barbara Predan

**Oblikovanje agende ali kako se izogniti
reševanju problemov,
ki to niso**

4.

Javni sektor: nosilec napredka?

ur. Barbara Predan

5.

R. Buckminster Fuller

Priročnik za vesoljsko ladjo Zemlja

6.

Petra Černe Oven, Barbara Predan

Smrt v oblikovanju

7.

Petra Černe Oven, Barbara Predan

Death in Design

8.

Edvard Ravnikar

Design

9.

Norman Potter

Kaj je oblikovalec: stvari, kraji, sporočila

10.

Marx po Marxu: Kunst-Marx

ur. Petra Černe Oven, Barbara Predan

11.

**Vsak dan je petek. Kako z oblikovanjem
opolnomočiti skupnost pri spopadanju
s podnebnim zlomom**

ur. Petra Černe Oven, Barbara Predan,
Nika Vidnjevič

Zbirka 42: Separat

1.

Petra Černe Oven, Barbara Predan

**»Samo brez panike«. Storitveno in
informacijsko oblikovanje: metodologija
in orodja**

2.

Petra Černe Oven, Barbara Predan

**Analiza digitalne prisotnosti RS po
parametrih vizualnih komunikacij in
razumevanja storitvene kulture za
potrebe projekta eUprava2**

3.

Barbara Predan

Dejavno učenje: Tekstil ZDAJ!

Zbirka 42: Vrtinec totalne perspektive

1.

Utopije potencialnosti

ur. Barbara Predan

2.

Petra Černe Oven, Barbara Predan

**V kakšnem svetu hočemo živeti?
Zdravstvo: življenjska premica**

3.

2074

ur. Barbara Predan