

MULTIGREEN

JAK VYTVOŘIT ZELENÉ VIDEO

“Zlepšeme své životní prostředí změnou
svého uvažování”



Funded by
the European Union

MULTIGREEN

Tato příručka je výsledkem projektu „Kreativní lidé pro zelenější města“ (MULTIGREEN)
č. 2021-1-LV01-KA220-VET-000030305 v rámci programu Erasmus+, klíčová akce 2: Spolupráce v oblasti odborného vzdělávání a přípravy.

Financováno Evropskou unií. Názory vyjádřené jsou názory autora a neodráží nutně oficiální stanovisko Evropské unie či Evroské výkonné agentury pro vzdělávání a kulturu (EACEA). Evropská unie ani EACEA za vyjádřené názory nenese odpovědnost.

Partnerské školy

Daugavpils Dizaina un maksklas vidusskola “Saules skola”
Saules iela 6/8, Daugavpils, Lotyšsko
<http://www.saules.lv>

Scuola d’arte Applicata Andrea Fantoni
Via Angelo Maj, 35, Bergamo, Itálie
<http://www.scuolafantoni.it>

CIFP Mendizabala LHII VET school
Portal de Lasarte Kalea, 23, 01007 Gasteiz, Araba, Španělsko
<https://www.mendizabala.eus>

Střední škola umění a designu a Vyšší odborná škola Brno
Husova 537/10, 602 00 Brno, Česká republika
<https://www.ssudbrno.cz>

Financováno z programu Evropské unie Erasmus+

Redakce textů:
Ondřej Klus (Česká republika)
Diana Conte (Itálie)
Barbara Ventura (Itálie)
Olga Krumpāne (Lotyšsko)
Luis Nogales (Španělsko)
Javier Larroda Martínez (Španělsko)

Překlad:
Veronika Pešinová (Česká republika)
Martina Cosa (Itálie)
Agnese Leikuse, Dace Brjuhovecka (Lotyšsko)
Alba Palenzuela Rodrigo (Španělsko)

Grafický design a layout:
Ivan Matoušek (Česká republika)

Korektury:
Veronika Pešinová (Česká republika)

Fotografie:
Ivan Matoušek, Jana Urbanová (Česká republika)
Alessandro Villa, Tea Adami (Itálie)
Agnese Leikuse, Vlada Dmitrijeva (Lotyšsko)

Zvláštní poděkování:

Kamila Richterjorková, Martina Petrojová (Česká republika), Michele Balicco, Valentina Nani, Sergio Visinoni, Vittoria Guadalupi, Federico Pelucchi, Katiuscia Ratto (Itálie), Inguna Kokina, Darja Poľakova, Aivars Bulis, Krišs Smildzers, Vilnis Kauškals (Lotyšsko), Andrea Zarate Oñate, Alfredo Fernández de Pinedo Molinuevo, Iñaki Ruiz de Arechavaleta Cundín, Javier Otxoa de Alaiza Pérez (Španělsko)

ERASMUS+



MULTIGREEN



STREDNÍ ŠKOLA UMĚNÍ A DESIGNU
A VYŠŠÍ ODBORNÁ ŠKOLA BRNO
PRÍSPĚVKOVÁ ORGANIZACE

šůčka



Financováno
Evropskou unií
Funded by
the European Union

OBSAH

6	ÚVOD
9	PROJEKT MULTIGREEN
10	ŠKOLY A ODBORNÍCI
21	ANALÝZA PROBLÉMU
22	CO JE CÍLEM?
24	NA JAKÉ PROJEKTY SE ZAMĚŘUJEME?
27	TVORBA VIDEOPŘÍBĚHŮ
28	JAK MYŠLENKU PREZENTOVAT
31	UMĚNÍ PŘESVĚDČIT
32	PŘÍBĚHY OBJEKTIVEM KAMERY
34	VÍTĚZSTVÍ PŘÍBĚHU NAD HMOTOU
36	JAK VYPRÁVĚT PŘÍBĚH
42	SVĚT OBJEKTIVEM KAMERY
47	VÝZNAM DESIGNOVÉHO MYŠLENÍ

48	TEORIE DESIGNOVÉHO MYŠLENÍ
50	JE TO SKUTEČNĚ UDRŽITELNÉ?
56	NAJÍT PŘÍLEŽITOSTI A UMĚT JE VYUŽÍT
61	JAK PREZENTOVAT VÝSLEDKY?
62	JAK PRODAT NÁPAD?
65	JAK BÝT SLYŠEN?
70	PRINCIPY ÚČINNÉHO PROSLOVU
75	INSPIRATIVNÍ PROJEKT
76	JAK PROSADIT ZMĚNU?
81	JAK VYTVOŘIT TEAM?
82	CO JSME SE NAUČILI?
85	VÍCE NEŽ JEN ZACHYCENÍ REALITY
86	PROJEKTY, KTERÉ INSPIRUJÍ OSTATNÍ
89	JAK ZAUJMOUT?
90	ZÁVĚR

ÚVOD

Vítejte na stránkách příručky Multigreen, kompletního průvodce tvorbou videí, které šíří povědomí o životním prostředí.

Do rukou se Vám dostala příručka Multigreen - komplexní průvodce tvorbou videí, která podporují povědomí o životním prostředí. Využít sílu videa k prosazování ekologičtějšího světa nebylo nikdy důležitější – zejména v době, kdy vizuální obsah hraje významnou roli při utváření názorů a inspiruje ke konkrétním činům. V této příručce prozkoumáme umění ekologického designu a vybavíme vás znalostmi a nástroji potřebnými k tvorbě videí s přesvědčivým obsahem, která nejenže vzdělávají, ale také inspirují své diváky k tomu, aby přijaly udržitelné postupy. Díky manuálu získáte nástroje k prezentaci svých nápadů a projektů od stádia konceptu až po postprodukci. Budeme se věnovat klíčovým principům a technikám, které mohou vaše videa proměnit v mocné katalyzátory změn.

Rovněž se v této příručce budeme inspirovat prací odborníků na ekologický design, filmovou tvorbu a veřejné vystupování. Budeme vám prezentovat pouze praxí ověřené postupy, zkrátka takové, které dokázaly ovlivnit rozhodování politiků na komunální, národní i nadnárodní úrovni.

Ať už se vydáte cestou mladého tvůrce upřednostňující klasické postupy nebo cestou zelených aktivistů, kteří se snaží prosadit své smýšlení nekompromisně a zřetelně, tato příručka vám poskytne pevné základy zásad zeleného designu. Pokud využijete těchto znalostí a aplikujete je do procesu navrhování a tvorby videí, budete schopni vytvářet vizuálně ohromující a emocionálně velmi působivá videa, která budou hnacím motorem pozitivních změn a přispějí k udržitelné budoucnosti. Vydejme se tedy společně na tuto vzrušující cestu a využijme transformační sílu videa k inspiraci, vzdělávání a přetváření našeho světa k lepšímu.



Studenti na projektu v Lotyšsku



PROJEKT MULTIGREEN

“Změnou myšlení ke zlepšení životního prostředí”

Hlavním cílem projektu bylo povznést kvalitu vzdělání a zlepšit konkurenceschopnost absolventů uměleckých oborů prostřednictvím rozvoje jejich dovedností týkajících se prezentace globálních témat prostřednictvím tvorby videí. Příkladem může být téma rozšiřování zelené infrastruktury městského prostředí. Studenti se naučili zpracovat video, které dokáže zaujmout a přitáhnout pozornost k možnostem zelené infrastruktury tvořící lepší kvalitu života ve městech.

Projekt Multigreen se snaží obohatit postupy klasického odborného vzdělávání a vybavit své absolventy důležitými inovativními dovednostmi. Jedním ze záměrů projektu bylo také zvýšit konkurenceschopnost absolventů uměleckých škol. Osvojení schopnosti vytvořit kvalitní videoprezentaci pomůže absolventům snáze se prosadit v dnešním profesním světě.

Projekt by se dal metaforicky označit také jako cesta za poznáním. Na setkání v Lotyšsku se účastníci seznámili se základy tvorby videí a vyzkoušeli si svou kreativitu při psaní scénářů, tvorbě vizuálního vyprávění příběhů a při nácviku efektivních komunikačních technik. Ve Španělsku se kladl důraz na propojení znalostí technických postupů s rozбором globálních témat a hlavní pozornost byla věnována ekologickému myšlení a designu. V Itálii šlo zejména o tvorbu videí, která dokáží zaujmout široké publikum a kultivovat citlivost diváků k ekologickým tématům. Všechny tyto dovednosti byly prověřeny a naplno se projeví v mezinárodní soutěži videí.



vlevo:
Fotografie z projektu Mobility ve Španělsku, Itálii a Lotyšsku



vpravo a nahoře: Projekt v Lotyšsku

ŠKOLY & ODBORNÍCI

Tuto příručku pro vás vytvořila skupina odborníků z celého světa, kteří mají pestré zkušenosti a dovednosti. Každému tématu, od detailů tvorby videa až po abstraktní úvahy o ekodesignu a udržitelnosti, se věnuje zkušený odborník, který se na stránkách této příručky dělí o své znalosti.



CIFP MENDIZABALA LHII VET SCHOOL



Španělsko

Naše škola

CIFP Mendizabala LHII je odborná škola ve městě Vitoria-Gasteiz ve Španělsku. Nabízíme širokou škálu kurzů zaměřených na mladé studenty, kteří se chtějí rychle začlenit do pracovního procesu a uplatnit se na trhu práce a/nebo chtějí pokračovat ve studiu na vysoké škole. Ve spolupráci se soukromým sektorem nabízí škola také kurzy doplňkového a celoživotního vzdělávání. Spolupracujeme s různými agenturami na různorodých projektech. Na lokální úrovni máme více než 200 partnerských společností, pro které vytváříme buď vzdělávací programy na míru nebo jim poskytujeme stabilní nabídku vzdělávacích kurzů. Spolupracuje také s obcemi a rozvojovými agenturami naší oblasti.

Odborníci



Luis Nogales

Jmenuji se Luis Nogales a jsem tajemníkem školy CIFP Mendizabala LHII VET a koordinátorem jejích mezinárodních programů. Tuto funkci zastávám již více než 20 let. Moje odbornost spočívá v koordinaci několika programů Erasmus+ a v účasti na vedení školy v pozici tajemníka. V minulosti jsem působil jako vyučující na oboru audiovizuální techniky. Bylo mi ctí i potěšením přispět projektu Multigreen svými zkušenostmi a podílet se na jeho úspěchu.



Javier Larroda

Jmenuji se Javier Larroda a učím angličtinu na odborné škole CIFP Mendizabala LHII VET. Angličtinu učím již dvanáct let a v posledním roce získávám zkušenosti i s koordinací programů Erasmus+. Moje odbornost spočívá ve středoškolském vzdělávání a odborném výcviku. V rámci svých předchozích pracovních pozic jsem se úspěšně podílel na dalších projektech KA2 a dále na realizaci projektů TKNIKA (Institutu pro inovace odborného vzdělávání a přípravy).



vlevo: Odborná škola CIFP Mendizabala LHII ve městě Vitoria-Gasteiz (Španělsko), hlavní budova školy



SAULES SKOLA



Lotyšsko

Naše škola

Střední škola umění a designu Daugavpils "Saules Skola" je škola odborné přípravy v Lotyšsku. Saules Skola poskytuje prestižní vzdělávání, jehož součástí jsou kvalitní odborné znalosti a příprava v kombinaci s moderní, špičkovou designovou infrastrukturou a vysoce profesionálním pedagogickým sborem. Škola nabízí různé středoškolské odborné vzdělávací programy, vzdělávací program Dětská škola umění a vzdělávací programy pro dospělé jak v oblasti výtvarného umění, tak produktového designu. Absolventi školy se stávají kvalifikovanými odborníky v oblasti designu, což jim umožňuje uplatnit se v sektoru soukromém, státním nebo také samostatně podnikat. Mnozí absolventi pokračují ve studiu na vysoké škole.

Odborníci



Darja Polakova

Darja Poláková je tvůrkyní filmů s desetiletou praxí v oboru, která si ve své filmové kariéře vyzkoušela mnohé role: 1. asistentka režiséra, 2. asistentka režisérka, střiháčka krátkých a hraných filmů, dokumentů, komerčních filmů, videoreportáží nevládních organizací, reklam a mnohé další. Darja vystudovala Gerasimovův institut kinematografie (televizní, filmová a video režie) a má rozsáhlé znalosti v oblasti mediální produkce a komunikace, praktické zkušenosti s filmovou technologií a softwarem i obchodní prozíravost. Darja je vysoce kreativní, vždy dobře naladěná a inovativní profesionálka s vynikajícími komunikačními a vůdčími schopnostmi.



Aivars Bulis

Aivars Bulis je vedoucím vzdělávacího programu Audiovizuální umění a technologie ve škole Saules. Aivars vystudoval magisterský obor výtvarné umění na Daugavpilsské univerzitě. Je učitel fotografie s mnohaletou praxí a se schopností účinně předávat své zkušenosti studentům různých věkových kategorií. Je uznáván pro své kreativní postupy výuky a pro své technické znalosti v oblasti fotografického vybavení a videa, digitální fotografie, tvorby videa a sady Adobe Creative Suite. Aivars se také pravidelně účastní národních a mezinárodních mezioborových projektů a aktivit.

vpravo: Saules skola, nová budova školy
dole: Saules skola, historická budova školy



SCUOLA D'ARTE APPLICATA ANDREA FANTONI



Itálie

Naše škola

Již od svého založení v roce 1898 se Scuola d'Arte Applicata Andrea Fantoni vždy orientovala na kvalitní vzdělávání v oblasti výtvarných umění. Ministerstvem školství Itálie byla uznána jako soukromá škola nabízející tři studijní obory: Výtvarné umění, Architekturu a Audiovizuálních média.

Díky své tradici a široké škále realizovaných projektů je známá i mezi veřejnými institucemi a každoročně umožňuje více než 200 stáží studentů v soukromé sféře, dále také propojuje skrze své projekty nejrozličnější organizace a veřejné instituce.

Odborníci



Andrea Valoti

Andrea Valoti pracuje jako umělecký ředitel společnosti RIBO Beyond Expectations, která sídlí v malém městě nedaleko Bergama Orio al Serio. Jeho posláním je uvádět klienty do světa integrované komunikace, a tím jim pomáhat povznést jejich podnikání. Andrea má více než 15 let zkušeností v oblasti grafického designu a spolupracuje s širokou škálou agentur a klientů. V současné době se zaměřuje na integrované marketingové kampaně, design značek a firemní identity, webdesign, digitální ilustrace, vizuální reklamu a na mnoho dalších grafických oborů. Je opatrovníkem 6 koček a milovníkem kvalitní kávy.



Barbara Ventura

Barbara Ventura vystudovala architekturu se specializací na interiérový design. Svou profesní činnost vždy vykonávala s eklektickým záběrem. Začínala s návrhy pracovních prostorů, dále se věnovala návrhům interiérů, objektů a rozšířila své působení i o oblast grafiky. V letech 2013 až 2014 působila jako poradkyně Sdružení architektů v Bergamu. V roce 2013 spoluzaložila FabLab Bergamo a v roce 2014 laboratoř sociálního designu CODEsign. V posledních letech se podílela na instalačních projektech a vyučovala na Univerzitě v Bergamu a Akademii výtvarných umění Carrara v Bergamu.



vevo: interiéř školy
dole: hlavní budova školy



STŘEDNÍ ŠKOLA UMĚNÍ A DESIGNU A VOŠ BRNO



Česká republika

Naše škola

Střední škola umění a designu nabízí 12 studijních programů zaměřených na umění a design. Konkrétně se jedná o tyto obory: Design interiéru a textilu, Design interiéru, Produktový design, Grafický design, Game Art, Motion design, Ekotextil design, Módní design, Prostor a média, Fotografie, Ilustrace, Malířství

V rámci všech studijních oborů je přibližně 500 studentů vybízeno ke kombinaci tradičních a moderních uměleckých postupů se zvláštním zaměřením na ekologické hledisko. Studijní obory nabízené na naší škole jsou zárukou, že si naši studenti osvojí širokou škálu dovedností důležitých na současném trhu práce, a ty jim poslouží v průběhu jejich bohaté a mnohostranné kariéry.

Odborníci



Ondřej Klus

Ondřej Klus se vydal na profesní cestu učitele krátce po absolvování vysoké školy, kde studoval filmovou produkci a naučil se, jak složitá témata přetavit v poutavá vyprávění. Zkušenost s prací lektora na seminářích tvorby videa a vizuálních příběhů ho nakonec přivedla na Střední školu umění a designu, kde působí dodnes jako učitel tvorby videí a spoluzakladatel oboru Game Art. Při výuce rád používá inovativních a neformálních vzdělávacích metod, jimiž rozšiřuje obzory svých studentů. V rámci týmu Multigreen je zodpovědný za kompletizaci této příručky.



Ivan Matoušek

Dobrý den, jmenuji se Ivan Matoušek a již dvanáct let učím grafický design, 3D modelování a vizualizace na Střední škole umění a designu na oborech Design interiéru a textilu, Design oděvu a na VOŠ. Vystudoval jsem Výtvarné umění a vizuální tvorbu na Masarykově Univerzitě. V českém týmu jsem dostal na starost grafickou stránku manuálu Multigreen.

vpravo: budova školy v Husově ulici
dole: historická budova školy
a její interiér ve Francouzské ulici





ANALÝZA PROBLEMATIKY

Co je cílem?

Na jaké projekty se zaměřujeme?

Tvorba videopříběhů

Jak myšlenku prezentovat

Co je cílem?

Hlavním cílem této příručky je zvýšit konkurenceschopnost svých čtenářů na trhu práce prostřednictvím rozvoje dovedností v oblasti video produkce a prezentace.

Konkrétně se zaměřujeme na globální témata a klademe přitom důraz na ekologický design a zlepšování zelené infrastruktury v městském prostředí. Snahou je také přitáhnout pozornost k možnostem, které poskytuje zelená infrastruktura a k jejímu potenciálu zvyšovat kvalitu života.

Díky této iniciativě se studenti zdokonalí v postupech videotvorby, efektivního vyprávění příběhů a přesvědčivé komunikace, což jim umožní prosazovat udržitelné postupy a inspirovat ve svých komunitách k pozitivním změnám.





Na jaké projekty se zaměřujeme?

Zelenými projekty označujeme iniciativy šetrné k životnímu prostředí, které jsou realizovány na lokální úrovni. Tyto projekty jsou obvykle zaměřeny na řešení otázek udržitelnosti a podpory ekologicky uvědomělých postupů v lokálním rozsahu, například v určité komunitě, čtvrti nebo organizaci. Ačkoli jejich rozsah nemusí být široký, jejich dopad může být významný díky zvyšování povědomí o ochraně zdrojů a udržitelném životě.

Příklady:

Komunitní zahrady: Zakládání malých zahrad v městských nebo venkovských oblastech na podporu místní produkce potravin, na podporu zapojení komunity a snížení uhlíkové stopy, která je spojena s přepravou potravin.

Iniciativy v oblasti recyklace: Zavedení recyklačních programů v rámci určité komunity nebo organizace. Osvěta jak správně odpad třídit.

Kampaně environmentálního vzdělávání: Pořádání workshopů, seminářů nebo osvětových kampaní zaměřených na udržitelné postupy, ochranu přírody a na význam péče o životní prostředí.

Ekologicky šetrný design budov: Začlenění zásad ekologického stavebnictví, jako je efektivní izolace, pasivní vytápění a chlazení, používání udržitelných materiálů.

Iniciativy v oblasti udržitelné dopravy: Podpora spolujízdy, využívání veřejné dopravy nebo zavádění elektrických vozidel v rámci určité komunity, organizace dopravy s cílem snížit uhlíkové emise. Tyto malé ekologické projekty ukazují, že i lokální úsilí může přispět k udržitelnější budoucnosti tím, že podpoří odpovědné hospodaření se zdroji, zvýší povědomí o otázkách životního prostředí a inspiruje ostatní k přijetí ekologických postupů.



Studenti na návštěvě komunitní zahrady ve Vitoria-Gasteiz, Španělsko



Přednáška o recyklaci, Vitoria-Gasteiz, Španělsko



Studenti na návštěvě komunitní zahrady ve Vitoria-Gasteiz, Španělsko



Studenti na výstavě ekologického designu ve Vitoria-Gasteiz, Španělsko



Studenti na prohlídce města Vitoria-Gasteiz, Španělsko

Tvorba videopříběhů

Propagace ekologických řešení prostřednictvím videa se stává stále důležitějším nástrojem pro zvyšování povědomí a vzdělávání veřejnosti v otázkách životního prostředí. Videa představují efektivní a poutavý způsob, jak sdělit složité vědecké koncepty, a mohou pomoci překlenout propast mezi vědeckým výzkumem a pochopením u veřejnosti. Tím, že videa představují ekologická řešení přístupnou a vizuálně působivou formou, mohou také inspirovat k akci a k pozitivním změnám v jejich každodenním životě. Tato příručka se zaměřuje na klíčovou dovednost, což je

schopnost efektivně zjednodušit složitá sdělení.

Videa umožňují oslovit široké publikum. S rozvojem sociálních médií a online platform mohou nyní videa sledovat miliony lidí po celém světě. Zde je významná příležitost, jak oslovit různorodé publikum, a to i takové, které možná informace o otázkách životního prostředí aktivně nevyhledává. To může přispět k vytvoření pozitivní zpětné vazby, kdy se přijímání ekologických řešení stále více šíří a stává se normou. A konečně, videa mohou hrát důležitou roli také při pro-

sazování zájmů a tvorbě politik. Předkládáním vědeckých důkazů a přesvědčivých argumentů ve vizuální podobě mohou videa pomoci ovlivnit veřejné mínění a politická rozhodování. To může být důležité zejména v případech, kdy ekologická řešení mohou čelit odporu nebo opozici ze strany mocných zájmů. Prostřednictvím videa můžeme vidět přímo škodlivé účinky změny klimatu a zároveň hned představit řešení. Tato příručka vám poskytne nástroje, jak tohoto potenciálu využít.





Jak myšlenku prezentovat?

Samotný okamžik představení myšlenky může mít často za následek její úplné pohřbení nebo ji naopak může vynést na výsluní. Pokud jde o propagaci ekologie, dobře připravená prezentace a efektivní marketing jsou základními nástroji pro úspěšnost vaší myšlenky. Jasným a přesvědčivým podáním informací a oslovením různorodého publika prostřednictvím cílených marketingových strategií můžeme maximalizovat dopad svého snažení. Představení je multiplikátor, kterým rozšiřu-

jeme efektivitu našich návrhů.

Dobře připravená prezentace může pomoci sdělit složité vědecké koncepty způsobem, který je pro posluchače přístupný a poutavý. Použitím vizuálních, interaktivních prvků a jasného, stručného jazyka mohou prezentující pomoci předat klíčová sdělení a inspirovat k akci. Výstižné představení může také vybudovat důvěru a přesvědčivost tím, že jsou při něm prokázány odborné znalosti a hluboké poro-

zumění dané problematice.

Tato příručka vás seznámí s kroky potřebnými k přípravě prezentace, s technikami, které zajistí, že vaše představení bude působivé, a seznámí vás i s následnými strategiemi, které pomohou navázat na úspěch u publika. Využitím těchto nástrojů ke vzdělávání, inspiraci a mobilizaci publika je možné získat podporu udržitelnosti.





Studenti na projektu v Lotyšsku

SÍLA PŘESVĚDČIVOSTI

Úspěšná komunikace přesahuje pouhý přenos informací a vyžaduje zapojení publika na emocionální úrovni. Vyprávění příběhů je mocný nástroj, který dokáže předávat informace, inspirovat, učit, objasňovat a aktivizovat. Pomáhá rozvíjet důvěru, rozšířit znalosti a podněcovat publikum k akci. V první kapitole této části si tyto nástroje komunikace přiblížíme.

Příběhy objektivem kamery

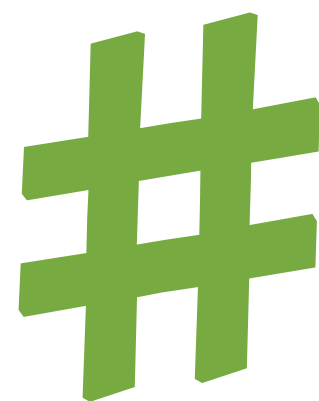
Vítězství příběhu nad hmotou

Jak vyprávět příběh?

Svět objektivem kamery



Příběhy objektivem kamery



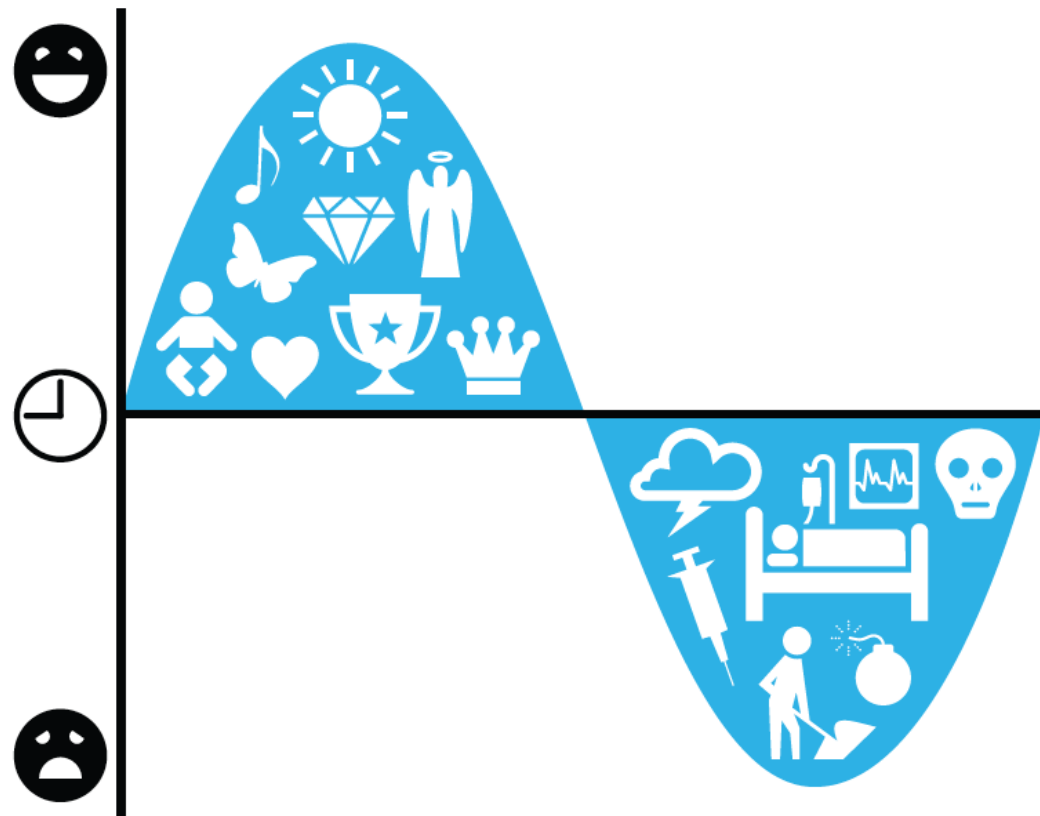
Úspěšná komunikace je více než jen předávání informací; jde o to, abyste zaujali své publikum. Pokud někoho o něco žádáte (např. žádáte rozhodovací orgány, aby podpořily váš návrh), musíte ho zaujmout. Když vyprávíte svůj příběh, musíte u publika vyvolat emoce. Síla vyprávění totiž pomáhá předávat informace, inspirovat, přinášet poučení, objasňovat a aktivizovat. Vyprávění může být účinné pro probuzení důvěry u publika, rozšíření povědomí o pojednávaném tématu, dokáže povzbudit publikum k činu

Projektový design může být vnímán jako proces zahrnující koncepční, technické i finanční otázky, ale jeho komunikace musí být jasná a srozumitelná. Vyprávění příběhů, je dárný nástroj komunikace, který využívá příběhy k předávání informací. Má potenciál dát prezentovanému tématu význam, přiblížit publiku realitu a motivovat je.



Workshop pro vypravěče příběhů v Lotyšsku





Vítězství příběhu nad hmotou

Kurt Vonnegut, americký spisovatel, romanopisec a humorista, je známý nejen svými satirickými romány charakteristickými černým humorem.

se řídí emocionálními oblouky, které mění svá zakřivení a jednotlivé tvary se více či méně hodí k určitým typům příběhů. Systém zahrnuje dvě osy: osa Y představuje osu dobra a zla, zatím co osa X představuje chronologický vývoj mezi začátkem a koncem příběhu.

Šest základních zápletek Kurta Vonneguta:

- Od ubožáka k boháči (Vzestup)
- Od boháče k ubožákovi (Pád)
- Člověk v jámě (Pád, poté vzestup)
- Ikarus (Vzestup, poté pád)
- Popelka (Vzestup, pád, vzestup)
- Oidipus (Pád, vzestup, pád)

Tento autor přispěl významnou měrou i literární teorii v oblasti narativních vzorců. V roce 1995 představil v grafické podobě myšlenku, kterou se literáti zabývají již staletí - že příběhy

Existují jednoduché příběhy s jedním vzestupem či pádem nebo polokomplexní příběhy s širším úsekem či rozsahem dramatické křivky. Existují i velmi složité příběhy, které mají spíše epický charakter, a často zahrnují větší rozsah dramatické křivky.

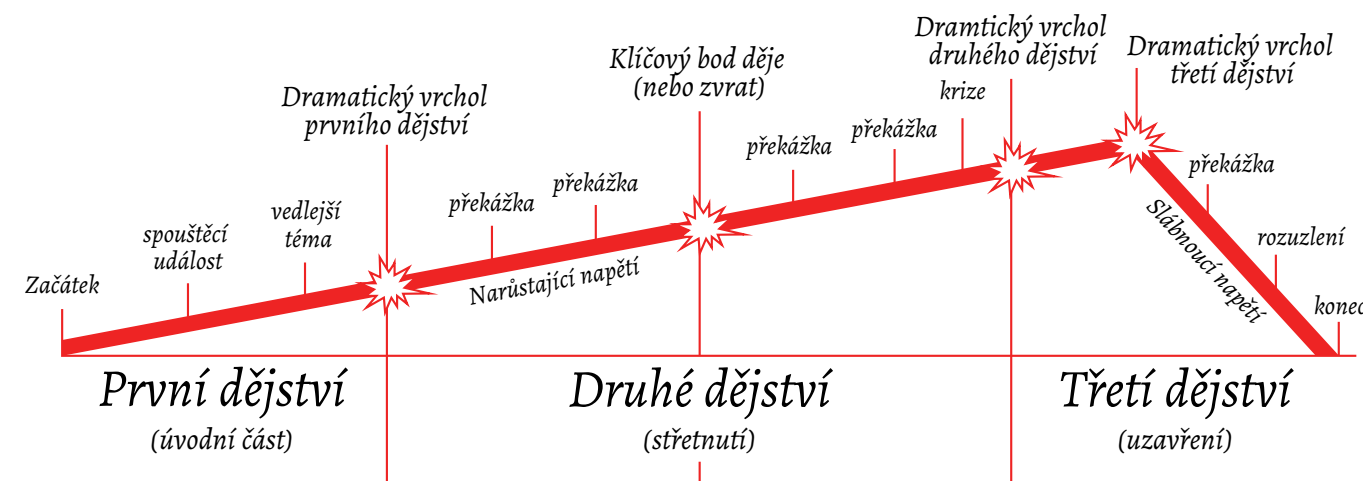
Každý příběh je jedinečný. Ale porozumění zásadám výstavby příběhů, jakými jsou dramatická křivka a typické struktury (oblouky) příběhů, vám pomůže objevit a nastavit přirozený začátek, dramatické zvraty a konec vašeho příběhu.

Tříaktová struktura

Každý klasický příběh by měl mít začátek, hlavní děj a konec. Tato tříaktová struktura je nezbytná pro vytvoření klasického příběhového oblouku.

Celkově tato struktura zahrnuje následující dějové body:

- Vysvětlení, které na samém začátku představí postavy a prostředí
- Jedna podnětná událost, která postavy přivede k rozehrání dramatu
- Řada událostí a vzrůstající napětí, které vedou ke konfliktu
- Několik zlomových okamžiků
- Napínavé vyvrcholení
- A rozuzlení, které příběh uzavírá



Zajímavost: v roce 2016 skupina literárních vědců z Computational Story Lab na Vermontské univerzitě v Burlingtonu prokázala, že Vonnegutova teze byla správná. A co víc, zjistili, že některé narativní struktury byly ve srovnání s ostatními podstatně úspěšnější. Výzkumný tým byl schopen zjistit, které narativní struktury čtenáře přitahují. Zjistili, že "Ikarus", "Oidipus" a "Člověk v jámě" patřily mezi tři nejúspěšnější!

Člověk v jámě



Hlavní hrdina se dostane do potíží, jakmile se z nich opět dostane ven, je na tom díky zkušenosti lépe.

Jezinky Bezinky

Zahulíme, uvidíme

Kluk potká holku

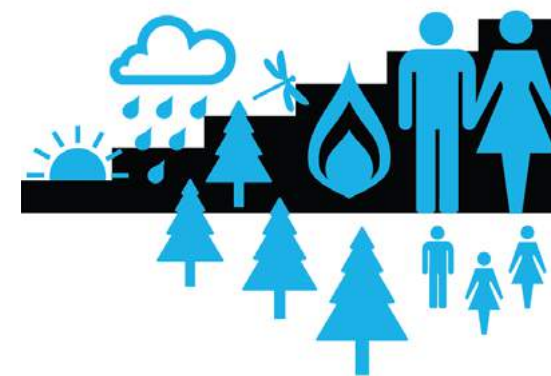


Hlavní hrdinové prožijí příběh nádherné lásky, kterou následně ztratí, poté ji znovu naleznou a zůstávají spolu již navždy.

Jana Eyrová

Věčný svit neposkvrněné mysli

Příběh stvoření



V mnoha kulturách dostává lidstvo od božstva postupně rozličné dary. Nejdříve je to to hlavní, jako je země a obloha, dále pak drobnější věci, jako jsou vrabci nebo třeba mobilní telefony. Toto schéma avšak není typické pro západní literaturu.

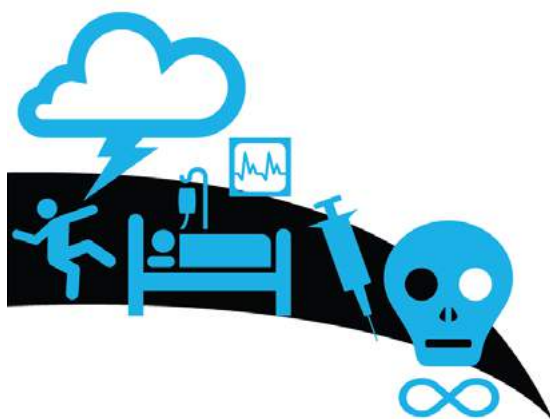
Starý zákon



Lidstvo dostává od božstva postupné dary, ale za svůj nevděk je ze sféry dobra vytlačeno a odsouzeno k úpadku.

Nadějně vyhlídky s původním zakončením

Z bláta do louže

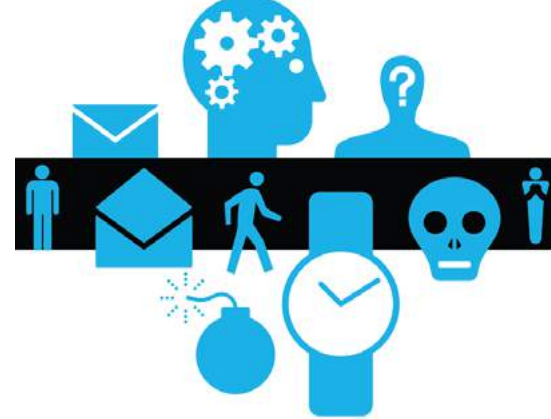


Hlavní postava začíná příběh ve velmi špatné situaci, která se neustále zhoršuje bez naděje na zlepšení.

Proměna

Zóna soumraku

Kudy ven?



Příběh se vyvíjí životu vlastní nepředvídatelností, která udržuje čtenáře v nejistotě, zda se příběh vyvíjí dobrým nebo špatným směrem.

Hamlet

Rodina Sopránů

Nový zákon



Lidstvo dostává od božstva postupné dary, poté ale tuto milost ztrácí, upadá, ale nakonec je vykoupeno a žije ve věčné blaženosti.

Nadějně vyhlídky s novým zakončením

Popelka



Právě podobnost vyprávěcích schémat příběhu Popelky a Nového zákona začala Vonneguta fascinovat v roce 1947, a proto se po zbytek života tématu narativních struktur věnoval ve svých esejích a přednáškách.

Jak vyprávět příběh?

Když přemýslíte o nejefektivnějším způsobu prezentace své myšlenky prostřednictvím videa, můžete vystavět příběh, který prostřednictvím řady snímků předá divákovi ucelený emocionální oblouk. Vytvoření efektivní prezentace prostřednictvím videa zahrnuje tři základní kroky: nápad, vyprávění a prezentaci. Přibližme si především vyprávění a prezentaci. Fáze zrodu myšlenk bude popsána v dalších částech manuálu.

Znaky dobrého příběhu

Když začínáte psát scénář, měli byste se soustředit na následující vlastnosti příběhu:

- **Poutavost:** Nejlepší příběhy čtenáře zaujmou a přimějí ho, aby se zajímal o to, co bude následovat.
- **Věrohodnost:** Když příběhy působí věrohodně, divák je více vtažen do děje.
- **Poučení:** Příběhy by měly podněcovat zvědavost a snahu porozumět lépe tématu příběhu
- **Blízkost:** Příběhy jsou přitažlivé, pokud rezonují s publikem.
- **Struktura:** Dobré příběhy jsou koherentní a vtáhnou posluchače do sledu vyprávění.
- **Uchování:** Dobré příběhy se posluchačům vryjí do paměti, ať už díky inspiraci, zápletce nebo humoru.



Vypůjčme si literární termín "Páteř příběhu" dramatika Kenna Adamse. Jedná se o jednoduchý a flexibilní rámec tvorby příběhů. Filmové studio Pixar používá tuto strukturu příběhu při tvorbě mnoha filmů, které nás nepřestávají dojímat.

Psychologové se obecně shodují, že existuje šest základních emocí: hněv, odpor, strach, štěstí, smutek a překvapení. Moderní příběhy jsou poutavé tehdy, je-li naše vnímání reality nějakým způsobem zpochybněno nebo změněno.

Pojďme tedy zpochybnit naše jistoty a vydat se do světa fantazie.

Začátek:

Bylo nebylo _____.

Každý den, _____.

Akce:

Jednoho dne _____.

Střed:

Z toho důvodu, _____.

Z toho důvodu, _____.

A proto (?), _____.

Vrcholný okamžik:

Až konečně _____.

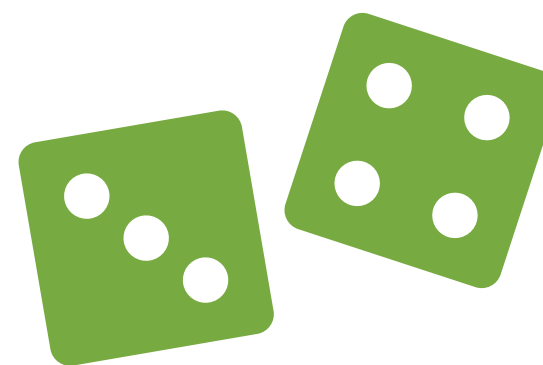
Konec:

A od té doby _____.



úkoly & cvičení

Hra: Vyprávění příběhu



Zde je zábavná improvizální hra, kterou si můžete zahrát se svým týmem:

Stojí se v kruhu a každý se střídavě ujímá dalšího kroku příběhu a vymýšlí, co se následně přihodí. Prostřední část může příběh libovolně prodlužovat. Možným rozšířením páteře příběhu je přidání závěrečného kroku, v němž morální ponaučení příběhu explicitně zformulujete.

Úkol: Kontrolní seznam

Použijte tento kontrolní seznam pro úspěšné zadání filmové produkci:

- ☒ napsat scénář
- ☐ nakreslit grafický scénář
- ☐ vyhledat lokality (výběr lokalit/získání povolení)
- ☐ připravit rekvizity, kostýmy, harmonogramy atd.
- ☐ získat svolení lidí k rozhovorům / smlouvy s herci
- ☐ rozhodnout o technických specifikacích budoucího videa (znát požadavky svých distribučních cest)
- ☐ změřit délku hlasové stopy
- ☐ připravit si vybavení
- ☐ nabít všechny baterie
- ☐ vyprázdnit všechny paměťové karty



- ☐ na místě - po natočení všech plánovaných záběrů natočit další materiál (detaily, široké úhly záběru)
- ☐ záběry prostředí, ptáků, západů slunce, kolemjdoucích, záběry reakcí
- ☐ nahrát dodatečný zvuk - atmosféru, samostatné zvuky (klaksony aut, štěkot psa, zavírání dveří)
- ☐ přenést všechny záběry na pevný disk
- ☐ vytvořit si bezpečnou kopii nezpracovaných záznamů a pečlivě založit
- ☐ uspořádat, roztřídit a označit záběry
- ☐ vytvořit nový projekt a upravit záběry
- ☐ vytvořit hrubý střih, revidovat, provést změny, vytvořit konečný střih
- ☐ přidat grafiku
- ☐ uzamknout obraz - po této fázi se na časové ose nepohybuje žádný klip, čas běhu je uzamčen
- ☐ vytvořit mix zvuku
- ☐ provést korekci barev
- ☐ exportovat video
- ☐ nahrát na platformu
- ☐ dát světu vědět, že jste odvedli skvělou práci!





Svět objektivem kamery

Zamyslete se nad svým publikem

Vy sami nejlépe víte, jak báječný je váš design nebo produkt a jak přínosný je pro veřejnost. Ale vaše publikum si to neuvědomuje. Dokud lidé nepocítí přínos na vlastní kůži, nikdy mu skutečně neuvěří. Vyprávění příběhu je nejlepším přístupem, který v dané situaci můžete zaujmout. Můžete mít skvělý, dobře propracovaný příběh, ale pokud nebude rezonovat s vaším publikem, vašemu záměru to nepomůže.

Musíte mít představu o tom, kdo

by mohl být vaším potenciálním klientem. Díky rozhovorům s lidmi z vaší cílové skupiny (investoři, orgány veřejné správy, pracující matky, vysokoškolští studenti, majitelé podniků atd.) můžete získat představu o tom, jací lidé to jsou, jak a o čem hovoří a o co se zajímají. Poté teprve můžete tvořit příběh, se kterým by se mohli ztotožnit.

Nejlepší příběhy, za kterými stojí produkt, jsou snímky světa, který se používáním tohoto produktu

(služby) zlepšil. Svůj příběh je třeba nastavit tak, aby bylo zřetelné:

- Problém, který lidé mají a který váš produkt nebo služba může vyřešit.
- Způsob, jak se k danému produktu nebo službě snadno dostat.
- Svět, ve kterém díky vašemu produktu nebo službě problém zmizel.

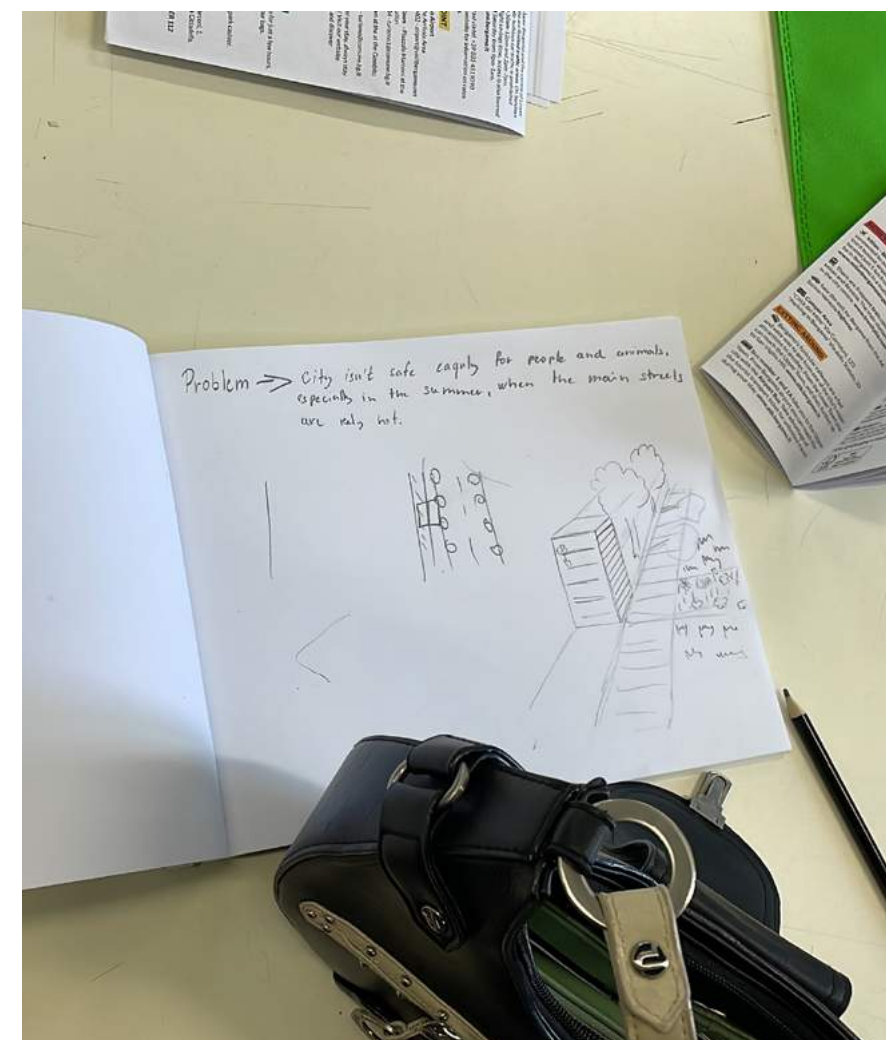
Vzor

To ale není vše, co je třeba udělat. V předchozích kapitolách jsme psali o tom, že mozek rozpozná příběh jako dávný vzor. Musíte se tedy ujistit, že předkládáte tradiční strukturu příběhu takovým způsobem, který je mozek schopen rozpoznat.

To znamená, že kromě zřetelného začátku, hlavní části a konce musíte také zapracovat obvyklé prvky příběhu, jako jsou postavy, konflikt, rozuzlení a zápletky.

Pamatujte, že vyprávění příběhů není o vašem návrhu nebo produktu, ale o vašem klientovi a o tom, co získá, když si vás vybere.

Příběhy jsou účinným marketingovým nástrojem. Pokud je dokážete správně vyprávět, může příběh vašeho produktu zlepšit životy jiných lidí a zajistit, aby se váš návrh ujal a realizoval.



Vizuální poznámky na projektu ve Vittoria-Gasteiz, Španělsko



Prezentace na projektu ve Vittoria-Gasteiz, Španělsko

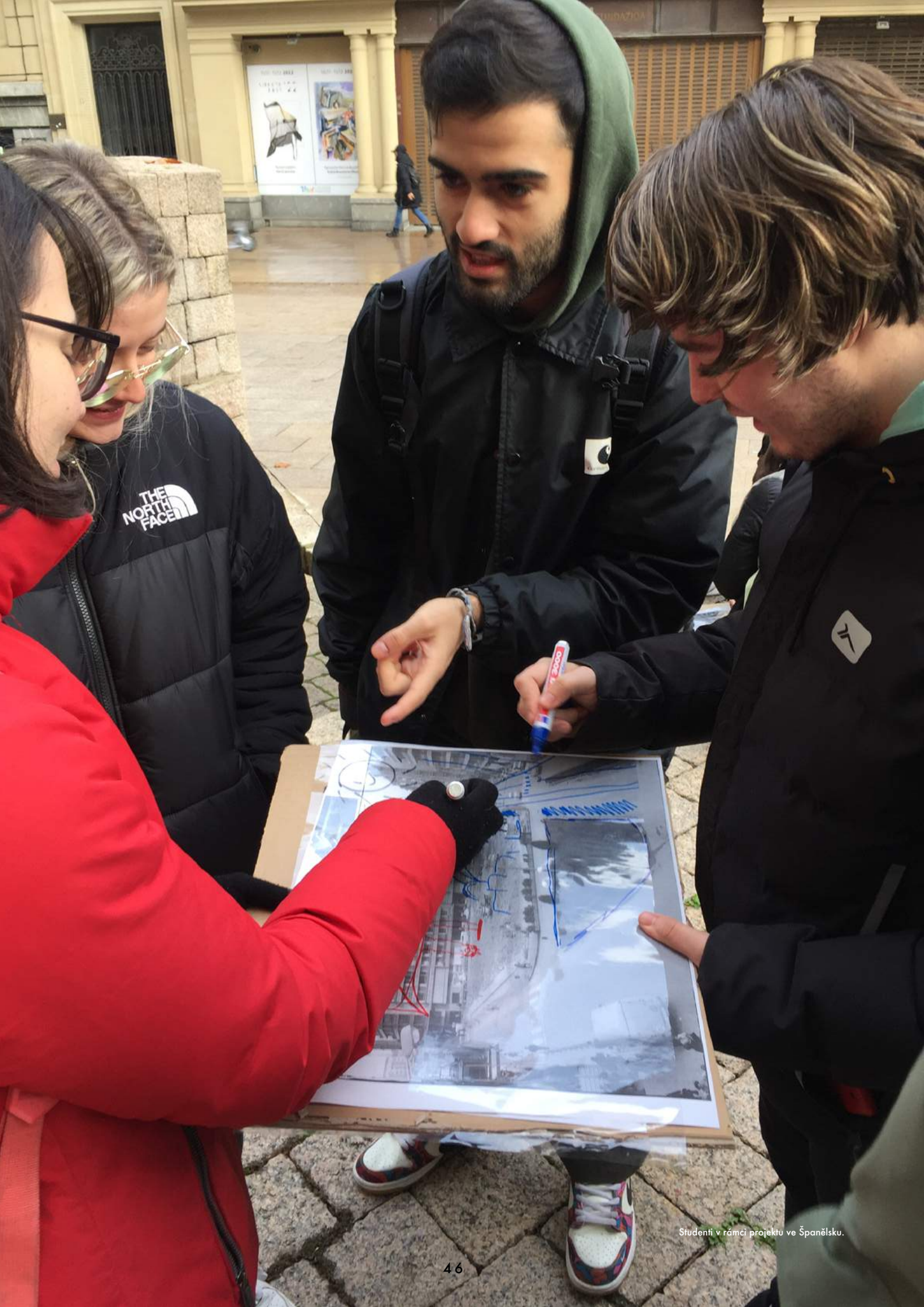


Odkazy na zdroje:

Narativní struktury podle Kurta Vonneguta
přednáška

Výukový program pro začátečníky: Premiere Pro
Výukový kurz na Youtube





Studenti v rámci projektu ve Španělsku.

VÝZNAM DESIGNOVÉHO MYŠLENÍ A UDRŽITELNOSTI

V této kapitole se čtenář dozví, co je to designové myšlení a udržitelnost, tento způsob uvažování zde bude podrobně rozpracován. Díky tomu získá čtenář jasnou představu, jak svoji myšlenku uchopit a jak prosadit a realizovat změny vedoucí k udržitelnosti.

Teorie designového myšlení

Je to skutečně udržitelné?

*Všímat si příležitostí
a umět je využít*



Teorie designového myšlení



Teorie designového myšlení a udržitelnosti zahrnuje dvě složky. Na jedné straně je designové myšlení přístup k řešení problémů, který klade důraz na empatii, kreativitu a snahu hledat nové cesty. Je to přístup zaměřený na člověka jako jednotlivce, který zahrnuje pochopení potřeb uživatelů, brainstorming nápadů, prototypování řešení a jejich testování a zdokonalování.

Na druhé straně se udržitelnost týká nutnosti udržet planetu a kvalitu lidského života v dlouhodobém horizontu. Podmínkou je vyvažování ekonomických, sociálních a environmentálních faktorů s cílem zajistit, aby byly zdroje využívány šetrným způsobem, aby nedošlo k jejich postupnému vyčerpání a poškození planety. Když se tyto dva aspek-

ty spojí, může být designové myšlení cíleno k vytvoření udržitelných postupů, která řeší environmentální, sociální a ekonomické výzvy našeho světa. Postavením lidské bytosti v kontextu planety do centra zájmu umožní vytvářet takové produkty a služby, které potřeby uživatelů splňují a současně snižují či minimalizují jejich dopad na životní prostředí. Tento přístup může pomoci vytvořit udržitelnější budoucnost pro všechny.

Designové myšlení je proces zaměřený na člověka. Máme tendenci ztotožňovat tvůrčí schopnosti s uměleckými schopnostmi, ale v tomto případě tomu tak není. Konkrétně nám jde o to, abychom se podíleli na změně, která zatím nemá jasnou cestu ani odpovědi, ale její smysl je v prosazování nových myšlenek a hledání ekologičtějších řešení.

Nezaměřujeme se na výsledky nebo inovace, ale na odkrývání potenciálu v každém z nich. Věříme v to, že každý je ve své podstatě kreativní a snažíme se tuto tvořivost probudit.

Dalším krokem je pak práce na skutečných projektech. Vydáváme se do ulic a mluvíme se skutečnými lidmi, abychom zjistili, co je pro ně důležité. Zjišťujeme, jaké jsou jejich potřeby. Inovace nejsou událost, ale proces a je to proces zaměřený na člověka. V rámci tohoto procesu existuje snaha o analytického ducha a tvůrčí aspekt. Vedle těchto dvou aspektů se ukazuje také jako užitečná metoda brainstormingu.

Zásadním momentem je schopnost EMPATIE. Empatie je schopnost vnímat to, co druhý člověk cítí. Existuje způsob, jak se naučit být empatický. Stačí věnovat plnou pozornost druhému člověku bez jakéhokoli posuzování, zajímat se o tohoto člověka naprosto nezaujatě, záměrně se soustředit na ty dobré stránky a respektovat jeho názory. V tomto kroku je vaše role naučit se poslouchat a porozumět tomu, co vám druhý chce říct.

Další krok se týká DEFINICE. Zde se zaměříme na informace získané v předchozím kroku. Při navrhování nového výrobku nebo služby si mnoho tvůrců určí jistý segment trhu a pak se snaží navrhovat pro tento segment. Přitom se soustředí na střed tohoto segmentu, aby oslovili co největší množství lidí. V rámci designového myšlení se ale naopak učíme zaměřit se na jednotlivce a nenavrhovat pro masu. Často se totiž stává, že při snaze uspokojit všechny nakonec neuspokojíme nikoho.



studenti na workshopu ve Vitoria-Gasteiz, Španělsko

Nyní se zaměříme na to, co znamená BRAINSTORMING. Tato metoda dokáže podpořit vaši kreativitu. Čím více nápadů nápadů, tím větší je šance dojít ke kvalitnímu řešení. Pro brainstorming existují určitá pravidla:

- Odložte úsudek.
- Věnujte pozornost všem prezentovaným nápadům
- Odložte všechna omezení. Odvažte se a nepřemýšlejte o tom, kolik by realizace stála, nebo zda je nápad vůbec proveditelný.

Vyberte jeden konkrétní nápad a položte si tyto otázky: Jak by tento produkt vypadal? Pokud se jedná o službu, jak by byla realizována? Nechte si čas na rozmyšlenou.

Jeden z principů designového myšlení je přiklonit se k akci, nikoliv ke spekulacím. Udělejte si prototyp a otestujte ho v praxi. Zaměřte se na zpětnou vazbu od skutečného zákazníka.

Ve fázi tvorby PROTOTYPU se snažíme zachytit všechny nedostatky produktu v brzkém stádiu, dokud projekt ještě není příliš drahý. Tím se zmírní rizika pro uvedení řady produktů na trh.





vpravo: vinice v Vitoria-Gasteiz, Španělsko

Je to skutečně udržitelné?

Co je to udržitelnost a jak ji v projektu zohlednit?

Udržitelný design je přístup k navrhování, který se snaží minimalizovat negativní dopad projektu na životní prostředí a zároveň podporovat sociální a ekonomické přínosy. Zahrnuje navrhování s ohledem na život-

ní prostředí, efektivní využívání zdrojů a podporu zdravého a spravedlivě fungujícího společenství.

Existuje několik způsobů, jak uplatnit principy udržitelného navrhování jakéhokoli projektu. Jedním ze způsobů je začít důkladnou analýzou místa a jeho okolí. Ta může pomoci identifikovat příležitosti. Tvůrci by se měli také zaměřit na použití materiálů, které jsou šetrné k životnímu prostředí. Tento přístup může pomoci snížit uhlíkovou

stopu projektu a podpořit místní ekonomiku.

Další důležitý aspekt udržitelného designu je hledisko zdraví a kvalita života obyvatel určitého společenství. K těmto cílům poslouží prostory, které podporují fyzickou aktivitu, přístup k přírodě a sociální interakci.

V konečném důsledku je udržitelný design o vytváření projektů, které vyhovují aktuálním potřebám a současně nedochází k narušení udržitelného rozvoje.

Cíle udržitelnosti

Udržitelnost se zaměřuje na vyvážení ekonomických, sociálních a environmentálních hledisek s cílem vytvořit udržitelný život a stabilní a spravedlivý svět pro všechny. Konkrétně:

1.

Ochrana životního prostředí: Snížení negativního dopadu lidské činnosti na přírodní systémy a podpora jejich přirozeného rozvoje. Zachování biologické rozmanitosti a přírodních zdrojů.



2.

Sociální spravedlnost: Zajistit, aby lidé měli přístup k základním potřebám, jako jsou jídlo, voda, zdravotní péče, vzdělání a bezpečné životnímu prostředí. Podpora sociální spravedlnosti, myšlenka rovnosti a dodržování lidských práv.



3.

Hospodářská prosperita: Podporovat hospodářský růst a rozvoj, který je udržitelný a spravedlivý. Podporovat využívání obnovitelných zdrojů a rozvoj ekologických technologií.



4.

Zachování kultury: Respekt a zachování kulturní rozmanitosti a dědictví. Podpora kulturní výměny a vzdělávání na podporu porozumění a tolerance mezi různými komunitami.



5.

Odpovědná spotřeba a výroba: Podporovat udržitelné vzorce spotřeby a výroby, které minimalizují množství odpadu a maximalizují jejich efektivní zpracování.



Otázky, které je třeba si zodpovědět při realizaci projektů, užitečné tipy, rady a úkoly k plnění



1. Jaký je účel projektu a jak je v souladu s cíli udržitelnosti?

2. Jaké konkrétní otázky udržitelnosti se projekt zaměřuje řešit?

3. Jakým způsobem projekt sníží dopad na životní prostředí po dobu svého životního cyklu?

4. Jaké kroky je třeba podniknout, aby projekt bylo možné označit za sociálně zodpovědný?

5. Jak projekt přispěje k ekologické udržitelnosti komunity, které má sloužit?

6. Jaké ukazatele budou použity k měření udržitelnosti projektu?

7. Jaké další strany budou zapojeny do projektu a jak bude zajištěna zpětná vazba týkající se jejich přínosu udržitelnosti?

8/ Jak bude u projektu zajištěna transparentnost a odpovědnost?

9/ Jaké existují možnosti, aby se v rámci projektu spolupracovalo s jinými organizacemi pro lepší dosažení cílů udržitelnosti?

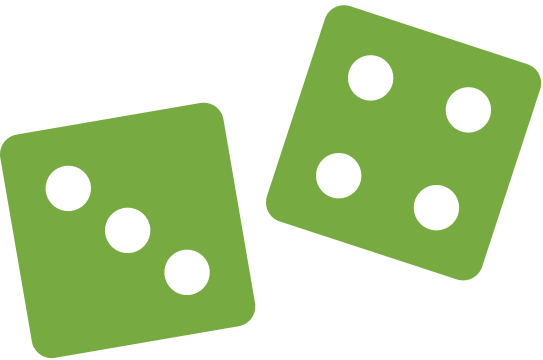
10/ Jaký má projekt potenciál vyvíjet se a přizpůsobovat se měnícím se výzvám udržitelnosti?

17 cílů udržitelného rozvoje dle kritérií stanovenými OSN
Níže uvedená tabulka může sloužit jako podnět i jako kontrolní seznam k analýze projektu z hlediska jeho potenciálu udržitelnosti



úkoly & cvičení

Hra 1: Ekologická výzva



Cíl: Smyslem je zábavnou formou podpořit chování vedoucí k udržitelnému rozvoji. Hráči musí splnit různé úkoly spojené s udržitelností, aby získali body a postupovali ve hře.

Pravidla hry: Hra se skládá z různých úrovní, z nichž každá má vlastní téma s různými úkoly

Úkoly mohou být například:

Třídění odpadu k recyklaci, kompostování

Vypínání světel a spotřebičů, když se nepoužívají

Využívání veřejné dopravy, nebo jízda na kole místo jízdy autem

Sázení stromů a jiné zeleně ke zlepšení kvality ovzduší.

Výběr udržitelných výrobků při nakupování

Každý úkol je časově omezený a hráči jej musí dokončit včas, aby získali body. Jak hráči postupují, úkoly se stávají náročnější a vyžadují více udržitelných postupů.

Body: Body se udělují na základě toho, jak dobře hráči splní jednotlivé úkoly. Čím rychleji splní úkol, tím více bodů získají. Body mohou být použity k odemknutí nových úrovní a získávání odznaků.

Odznaky: Odznaky se udělují za splnění určitých milníků ve hře. Hráči mohou například "Zelený palec" za vysazení stromku nebo "Mistr recyklátor" za správné vytřídění všech odpadků v dané úrovni hry.



Hra 2: Sniž svou uhlíkovou stopu



Cíl: Cílem je zvýšit povědomí o dopadu každodenních rozhodnutí na životní prostředí a podpořit hráče ve snaze snížit emise oxidu uhličitého, tedy uhlíkovou stopu.

Pravidla hry: Hra se skládá z řady úkolů, které simulují scénáře z reálného života. Hráči se musí rozhodovat tak, aby snížili svoji uhlíkovou stopu, jako je například volba jíst jídlo z rostlinných zdrojů místo masa nebo využívat veřejnou dopravu místo jízdy autem. Jak hráči postupují ve hře, úkoly se stávají obtížnější a vyžadují více udržitelných rozhodnutí.

Body: Body se udělují na základě toho, jak dobře hráči splní jednotlivé úkoly. Body mohou být použity k odemknutí nových úrovní a získání odznaků.

Odznaky: Odznaky se udělují za splnění určitých milníků ve hře. Hráči mohou například získat odznak "Zelený život" za snížení emisí oxidu uhličitého o určité procento nebo odznak "Zero Waste" za dosažení nulového množství odpadu na určité úrovni.



Všímat si příležitostí a umět jich využít

Vitoria-Gasteiz je město napojené prostřednictvím své infrastruktury na přírodu, lesy, rybníky a je prochnuto sítí parků.

Město by se však nedalo označit za zelené ještě v 90. letech 20. století. Některé okrajové části města byly zaskládány odpadky a síť rozběhlých říček se často vylévala ze svých břehů a způsobovala záplavy. Proto byla přijata rozhodnutí k řešení problémů životního prostředí s novou vizí inspirovanou přírodou. Město dospělo k závěru, že je třeba vybudovat zelený pás.

- Dále bylo důležité najít řešení pro okrajové zóny postižené problémy, které jsou typické pro městské průmyslové oblasti.

- Podporovat zachování existujících přírodních oblastí a klást důraz na zachování biologické rozmanitosti.

- Uspokojit poptávku veřejnosti po venkovních prostorech pro trávení volného času.

- Využít potenciálu blízkých přírodních oblastí jako místo pro vzdělávání a volnočasové ak-

tivity. Naučit veřejnost vážit si přilehlých přírodních oblastí a chránit je.

- Omezit růst města do stanovených mezích.

Všechna tato zlepšení se uskutečnila v podobě projektů, jako je obnova šterkovny ve čtvrti Zabalgana, obnova mokřadů v Salburua, obnova říčního koridoru řeky Alegria nebo obnova mokřadů v oblasti Alegria, dále také obnova městského potoka v Errekaleor.

Konečným cílem systému zelené infrastruktury je zřídit rozsáhlé zelené zóny tvořící "multi-funkční" síť, která bude sloužit celému městu. K vytvoření této sítě je třeba:

- Podporovat městskou biologickou rozmanitost
- Zlepšení kvality životního prostředí
- Zlepšení hydrologických toků
- Zmírnění městských tepelných ostrovů
- Podpora užívání veřejných prostranství
- Zlepšení zdraví a kvality života obyvatel
- Zlepšení vztahu společnosti k přírodě

Zelená infrastruktura města Vitoria-Gasteiz

Zelená síť města Vitoria-Gasteiz je tvořena 445 hektary zelených ploch, na kterých roste více než 115 000 stromů, a dalšími 827 hektary příměstské zeleně tvořící zelený pás.

Záměrem bylo vytvořit nové přístupy k architektuře města založené na respektu k přírodě. Vyzdviženy byly kritéria jako je zvýšení biologické rozmanitosti, ekologické propojení, lepší hospodaření s vodou, městská agroekologie a zlepšení stavu půdy, lepší veřejné využití zelené krajiny včetně vytváření mikroklimatu.

Vitoria-Gasteiz zahájila několik pilotních projektů v oblasti budování systémů zelené infrastruktury jako např.:

Protipovodňové rybníky, které spojují město s přírodou, současně zabraňují zvyšování retencevodních zdrojů.

Les, který město lemuje a obno-



Streetart v centru města Vitoria-Gasteiz, Španělsko

va potoka Zarauna. Po rozsáhlé obnově území Zarauna potoka po letech intenzivních snah tento ekologický projekt prosadit je v současné době park s názvem Zabalgana lesoparkem s vysokou přírodní hodnotou.

Zazelenění okrajů městské infrastruktury. Byly zde vysázeny keře, stromy a květiny a podél řeky celé louky a terasovitě upravené svahy. Díky tomu byly mnohé městské tepny okysličené přidanou vegetací.

Městské zahrady. Nevyužité pozemky byly přetvořeny na zahradní osady, které přispívají ke zdravému životnímu stylu svých obyvatel.

Městské parky byly revitalizovány, získaly další přísadbu a širší přístup pro vícero návštěvníků, kteří se mohou přijít těšit se z bujné zeleně.

Zelená promenáda spojující ulice města s jeho okrajovými částmi.

Vertikální zahrada na fasádě paláce Europa.

Renovace hlavních ulic, proměna prostoru využívaného převážně pro vozidla na ústřední osu městského života. Veřejný prostor pro setkávání lidí a pro přírodu.

Revitalizace školních dvorů. Tyto projekty byly realizovány na základě rostoucí poptávky ze strany komunity s cílem poskytnout mládeži zdravější prostředí pro vzdělávání.

Green Old Quarter. V historické části města byla provedena výsadba zeleně, aby zlepšila estetickou a ekologickou kvalitu starého města.

Mezi dalšími zlepšeními můžeme uvést monitoring instalací, lepší technické zázemí, součinnost s městskými orgány, řízení a zvyšování kvality života.



Odkazy na další zdroje:

Vitoria-Gasteiz, zelené město

Centrum environmentálních studií

Vertikální zahrada a terasa

Zelená infrastruktura města Vitoria-Gasteiz

Cíle udržitelného rozvoje





PREZENTACE VÝSLEDKŮ

V této kapitole se seznámíte s efektivními prezentačními a marketingovými metodami, které se týkají vývoje eko-designového výrobku. Nejprve se dozvíte informace o propagaci ekologicky designového výrobku a jeho životním cyklu, a poté i o jeho cestě ke svému koncovému zákazníkovi. Na základě přesné analýzy potřeb klienta vás provedeme k vytvoření koncepce udržitelného designu a neopomeneme technická, ekologická a estetická hlediska.

Kromě toho je cílem této kapitoly provést čtenáře postupy efektivní prezentace, jejímž prostřednictvím pak bude výrobek propagován. Prezentace by měla obsahovat také 3D rendery, náčrty a plány ekodesignu spolu s informacemi o použitých materiálech a udržitelných technologiích, aby si klient mohl lépe představit koncepci, která za ní stojí, i to, jak bude hotový výrobek vypadat.

Nakonec získáte tipy, příklady, odkazy a cvičení, které vám umožní vytvořit svůj vlastní návrh, připravit jeho propagaci a s jeho uplatněním na trhu zvýšit udržitelnost vašeho města.

Jak prodat nápad?

Jak být slyšen?

Principy účinného proslovu



Prodej myšlenky



V posledních letech hraje udržitelnost stále významnější roli jak ve výrobě, tak i v trendech životního stylu. Udržitelnost je široký pojem, ale vše se odvíjí od jednoho východiska: zda je něco pro zachování životního prostředí příhodné či nikoliv. V oblasti budování dobré pověsti města se udržitelnost stala nejen záležitostí ochrany životního prostředí, ale i záležitostí cti jejich obyvatel a v neposlední řadě i častým kritériem pro investory.

Udržitelnost je v nejlepším zájmu měst i z důvodu atraktivity města pro lukrativní investory i rezidenty. Opatření, jako jsou zelené budovy, recyklační programy, cyklostezky a další, mohou pomoci podpoře udržitelného města, ale jsou pořád jen začátkem dlouhé cesty.

Níže je uvedeno několik způsobů,

jak můžete prosazovat udržitelné produkty:

- využít sílu příběhů k propagaci vaší snahy o udržitelnost
- využít sociálních médií a další nástroje komunikace s občany,
- zaujmout k udržitelnosti holistický přístup, který zahrnuje jak environmentální, tak ekonomické aspekty
- efektivní předložení návrhu

Vytvořit efektivní prezentaci, která váš nápad uvede k realizaci, může být náročné, ale takováto prezentace je klíčová pro přesvědčení potenciálních klientů, aby do vašeho návrhu investovali. Prvním krokem je identifikovat potřeby klienta a tomu přizpůsobit i svou prezentaci. To znamená provedení důkladného průzkumu

cílové skupiny a porozumění jejich potřeb. Jakmile identifikujete její potřeby, zaměřte se na vytvoření silné strategie pro uvedení produktu, která ukáže, jak váš návrh dokáže naplnit potřeby cílové skupiny. Spolu s uvedením produktu je nezbytné zabývat se cenou vašeho návrhu. Ujistěte se, že předložíte konkurenceschopnou a realistickou cenu, která odpovídá hodnotě vašeho návrhu. Kromě toho použijte vizuální pomůcky, jako jsou tabulky a grafy, které klíčové faktory zdůrazní. Nezapomeňte, že cílem je vytvořit přesvědčivou prezentaci, která efektivně představí váš návrh a přesvědčí klienty, aby do něj investovali. Jak říká Dieter Rams: "Dobrý design znamená vytvořit něco srozumitelného a zapamatovatelného. Skvělý design znamená vytvořit něco zapamatovatelného a smyslného."

Dalším důležitým aspektem tvorby prezentace je její stručnost a výstižnost. Držte se klíčových bodů a jasně a stručně vysvětlíte výhody svého návrhu. Používejte jednoduchý jazyk a vyhněte se odbornému žargonu, který by mohl vaše posluchače plést. Kromě toho buďte připraveni odpovědět na případné otázky nebo připomínky, které mohou z vaší prezentace vyplynout. Možné připomínky předvídejte a předem si připravte odpovědi, které zmírní případné obavy vašich potenciálních klientů.

Při prodeji návrhu je zásadní porozumět potřebám klienta. Je důležité uskutečnit u klienta průzkum s případnými otázkami. Až docílíte přesnější představy, co váš klient potřebuje, můžete svůj návrh představit tak, že zdůrazníte jeho výhody a způsob, jakým může váš návrh vyřešit jeho problémy. Je také důležité



Studenti na workshopu ve Vitorii-Gasteiz, Španělsko

zvážit uvedení produktu na trh a vyčíslit náklady na tuto fázi. Nezapomeňte, že pokud jde o prodej návrhu, jde především o to, abyste pochopili potřeby klienta a prezentovali svůj návrh způsobem, který vzbudí odezvu.

"Digitální marketing už není o věcech, které vytváříte, ale o příbězích, které vyprávíte"

- Seth Godin

Jedním z efektivních způsobů, jak porozumět potřebám klienta, je provést důkladný průzkum jeho společnosti a oboru. Kromě toho je během úvodních schůzek s kli-

entem nezbytné klást správné otázky, které vám pomohou získat cenné informace a vybudovat si s klientem vztah. Této příležitosti můžete také využít k posouzení jeho komunikačního stylu a preferencí, což vám může být vodítkem, jak prezentovat svůj návrh tak, aby s ním klient souzněl. Dalším aspektem, který je třeba zvážit, je konkurence a trendy na trhu, protože ty mohou ovlivnit životaschopnost vašeho návrhu a cenovou strategii. Budete-li si těchto faktorů vědomi, můžete svůj výrobek nebo službu uvést jako jedinečné řešení. Prodej vašeho návrhu nakonec vyžaduje kombinaci průzkumu trhu, analýzy a komunikačních dovedností, stejně jako skutečné nadšení pro řešení problémů vašich klientů.



Workshop v Bergamu, Itálie



Jak být slyšen?

Pokud jde o prezentaci, může být těžké zjistit, kde začít. Můžete tedy využít praktického průvodce, který vám v tomto procesu pomůže. Umění prezentovat je něco, co vyžaduje čas a praxi, ale se správným vedením se může každý tuto dovednost osvojit. Tento praktický průvodce vás seznámí s nejdůležitějšími otázkami, které je třeba si v první fázi zodpovědět, poskytne vám užitečné tipy, které vám pomohou vaše prezentace zlepšit, a zadá vám drobné úkoly, jejichž plněním budete získávat zkušenosti. Budete-li se řídit tímto průvodcem, jste na dobré cestě stát se během krátké doby sebevědomým tvůrcem efektivních prezentací.

Psychologie rozhodování, jaká myšlenka bude mít šanci na realizaci, je komplexní téma, které zahrnuje zejména pochopení potřeb a motivací klienta. Úspěšní prodejci vědí, že nejde

jen o představení produktu nebo návrhu, ale především o navázání kontaktu se klientem, nejlépe na emocionální úrovni. To vyžaduje empatii, aktivní naslouchání a schopnost přizpůsobit svůj přístup každému jednotlivému klientovi. Pochopení potřeb a přání klienta je totiž klíčem k formulování přesvědčivých argumentů pro prosazení vašeho návrhu. Kromě toho je zásadní umět řešit případné připomínky či obavy. Pokud věnujete svůj čas tomu, abyste pochopili psychologii úspěšného prodeje návrhů, můžete zvýšit své šance na uzavření obchodu a dosažení svých cílů. Vztah ke svému návrhu je třeba prezentovat především s projevením upřímného nadšení a s autentickou důvěrou ve smysluplnost nápadu. Teprve tehdy bude prezentace autentická.

Velmi mocný nástroj pro přesvědčení je schopnost zaujmout příběhem. Lidská psychika reaguje

je velmi citlivě na příběhy. Dobře zpracované vyprávění může tedy pomoci vykreslit obraz toho, jak může produkt nebo návrh prospět klientovi v jeho životě. Použitím živého jazyka a obrazů mohou prodejci vytvořit emocionální spojení se klientem a jejich návrh se tak stane zapamatovatelnějším.

Posledním faktorem, který je třeba vzít v úvahu, je načasování uváděcí akce. Pochopení toho, kdy je klient nejvnímavější k novým návrhům, může výrazně zvýšit šance na úspěch. Například pokud klient řeší palčivý problém související s prodáváním produktem nebo návrhem, může být otevřenější k tomu si o něm poslechnout a motivovanější k dalšímu jednání. Proto je důležité pozorně vnímat potřeby klientů a být připraveni přednést svůj návrh ve správný čas. Zkusme nyní tyto tipy ukázat na praktických případech.

Praktický průvodce

Otázky, které je třeba si zodpovědět a užitečné tipy a úkoly, které je třeba vyzkoušet



Řešení požadavků zákazníka

Prohlášení klienta	Analýza situace	Reformulace	Transformace
Nechci platit vysoké účty za energie.	Vytápění bude primární spotřebou energie.	"Budova je útočištěm před chladem" "Budova je příkryvka/izolátor." "Budova udržuje teplo."	Přejde z kWh na pokyny, které může každý pochopit a zapamatovat si je.
Rádi trávíme hodně času venku.	Často je slunečno a velmi horké počasí, což znamená že obyvatelé budou hledat útočiště vevnitř.	"Vnitřní prostor chrání před sluncem"	Ospravedlňuje umístění teras a obdobných přidanych prostor.
Nesnášíme tmavé prostory.	Častá horka, zejména z jihu a západu	"Tlumené denní světlo, rozjasní všechny prostory."	Použití termínu jako např. "tlumené" pomáhá k optimálnímu návrhu řešení osvětlení.

Analýza & výzkum



Analýza konkurence



Výzkum trhu



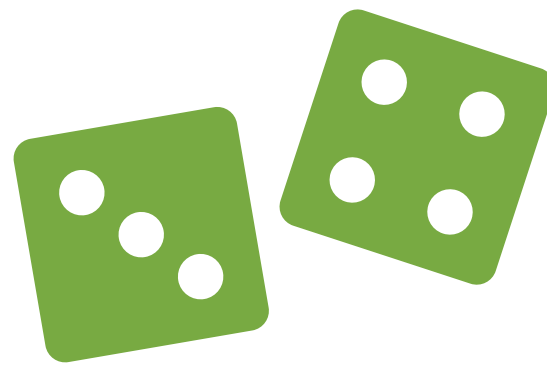
Business plán



Komunikační strategie

úkoly & cvičení

Zadání 1: Projekt



1.

Představte si udržitelný designový předmět, který by byl umístěn například na fasádu budovy nebo zavěšen na balkoně, případně by byl umístěn u vchodu do budovy. Do této nádoby by byly zasazeny rostliny, květiny, ovocné keře nebo zelenina a byl by zdrojem potravy opylovačů, například včel.

2.

Připravte si jasnou a stručnou prezentaci, která odpoví na hlavní otázky posluchačů (kdo, co, kdy, kde, proč) a na podporu svých argumentů použijte obrázky a grafiku. Prezentaci si nacvičte a snažte se být struční, ale zároveň poutaví a zapálení pro věc.

3.

Vymyslete několik marketingových strategií, které by mohly fungovat pro váš produkt, a snažte se přijít s originálními a neotřelými návrhy. Určete si svou cílovou skupinu a vymyslete různé marketingové taktiky, které by ji mohly oslovit (příspěvky na sociálních sítích, webové stránky, elektronické obchody, SEO, reklamní kampaně, newslettery, akce...).

4.

Naučte se vyhodnotit potenciál konkurence: identifikujte své nejsilnější konkurenty, sledujte jejich silné a slabé stránky a přemýšlejte o tom, jak byste se mohli odlišit tím, že nabídnete něco, co je na trhu jedinečné.

5.

Prezentujte sebe i svůj návrh autenticky, buďte struční, jasní, poutaví a hovořte v souladu se záměrem svého nápadu.

6.

Spolupracujte s lokálními zájmovými skupinami, které by o váš produkt mohly mít zájem nebo by se mohly podílet na jeho šíření. Sledujte místní podnikatelské inkubátory, začínající firmy, komunitní centra atd...



Zadání 2: 60 sekund

Dalším úkolem, který můžete vyzkoušet, je vytvoření přesvědčivé minutové prezentace, která váš návrh nebo produkt prodá.

Cílem je představit svůj koncept jasným, přesvědčivým a zapamatovatelným způsobem během pouhých 60 sekund. Mezi klíčové body zahrňte stručný popis problému, který váš návrh nebo produkt řeší, jeho jedinečné výhody ve srovnání s jinými řešeními na trhu, a výzvu k akci, tedy to, co chcete, aby vaše publikum udělalo, například navštívilo vaše webové stránky nebo si zakoupilo produkt.

Nacvičte si prezentaci před publikem nebo se nahrajte na kameru a podívejte se na záznam, abyste svůj výkon mohli zhodnotit a v případě potřeby zlepšit.





Principy účinného proslovu

Efektivní projev je jasný, stručný a poutavý. Každý dobrý projev má mít jasnou strukturu se zřetelným úvodem, statí a závěrem. Úvod upoutá pozornost posluchačů a poskytne přehled o prezentaci. Hlavní část projevu logicky a uspořádaně představí hlavní myšlenky s podpůrnými důkazy a příklady. Na závěr vždy shrneme hlavní body, měli bychom v posluchačích zanechat zapamatovatelné sdělení.

Veřejné vystupování se může jevit

náročné, ale se správným přístupem a dostatečnou přípravou se může každý naučit efektivně přednášet. Ať už představujete prezentaci v práci, pronášíte projev na svatbě nebo mluvíte na konferenci, měli byste mít vždy na paměti několik klíčových věcí, které zajistí, že váš projev bude jasný, stručný a poutavý.

Jedním z nejdůležitějších aspektů efektivního projevu je jasnost sdělení. To znamená, že byste měli být schopni formulovat své

myšlenky tak, aby je posluchači snadno pochopili. Jedním ze způsobů, jak mluvit srozumitelně, je používat jednoduchý jazyk a vyhnout se odbornému žargonu nebo složité terminologii. Mimo to je navíc důležité používat konkrétní příklady a přirovnání, které pomohou vašemu publiku pochopit složité myšlenky.

Dalším důležitým aspektem efektivního projevu je stručnost. Vyvarujte se zbytečných odboček a detailů. Soustřeďte se na hlavní

body, které chcete sdělit, a dbajte na to, aby byly uspořádány logicky a souvisle. Pokud budete struční, můžete posluchače zaujmout a udržíte jejich zájem o to, co chcete sdělit.

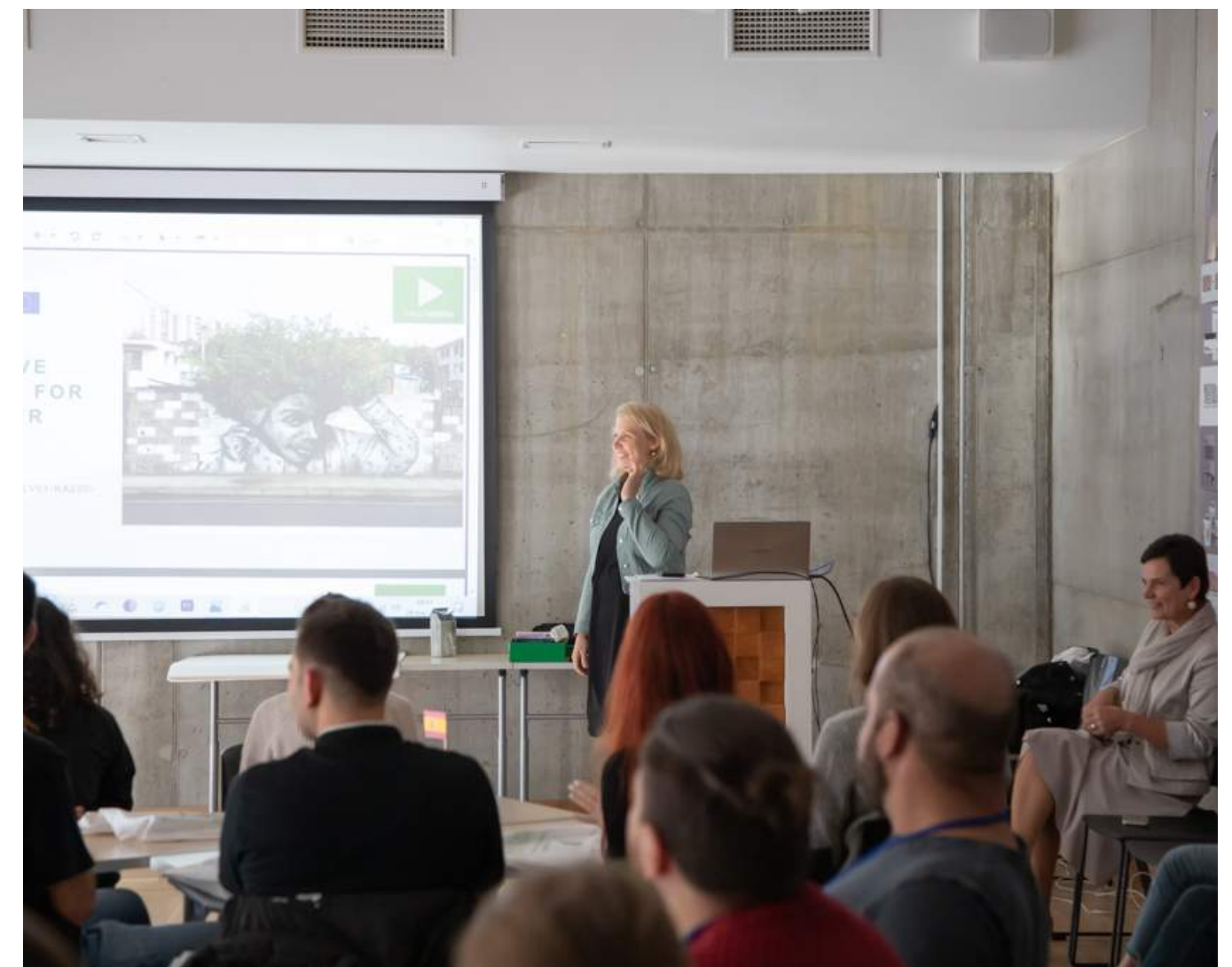
Pro to, aby měl váš projev kýžený efekt, je důležité posluchače zaujmout. Měli byste se pokusit upoutat jejich pozornost hned na začátku pomocí nějakého sloganu nebo tvrzení. Publikum můžete zaujmout také díky humoru, vyprávění příběhů nebo interaktivním činnostem. To může přispět k lepší zapamatovatelnosti vašeho projevu a k udržení zájmu posluchačů po celou dobu prezentace.

Aby byl váš projev dobře strukturovaný, je důležité mít jasný úvod, hlavní část a závěr. Začátek vašeho projevu by měl sloužit k představení tématu a upoutání pozornosti posluchačů. V hlavní části pak představíte hlavní body a podpůrné důkazy. Na konci hlavní body shrnete a zanecháte tak v posluchačích zapamatovatelné sdělení.

Při přípravě projevu je důležité přizpůsobit jej svému publiku. To znamená, že byste měli vzít v úvahu úroveň jejich znalostí a zájmu o dané téma, a rovněž zohlednit demografické charakteristiky, úzus a mentalitu.

Závěrem lze říci, že přednesení efektivního projevu vyžaduje pečlivou přípravu a naplánování. Pokud bude váš projev jasný, stručný a poutavý, můžete posluchače zaujmout a zanechat v nich trvalý dojem. Dobrou strukturou projevu a jeho přizpůsobením publiku si zajistíte, že váš projev bude mít u posluchačů odezvu a dosáhne kýženého efektu.

Přednášky na projektech ve Španělsku a Lotyšsku





Užitečné odkazy:

Od spotřebitele k uživateli

Video od spotřebitele k uživateli

Tento odkaz se zabývá přechodem od vlastnictví zboží k dostupnosti zboží. Studenti mohou tuto myšlenku použít jako inspiraci pro svůj obchodní model.

Hledáte pomoc s umístěním značky?

Poslechněte si podcast o umístění značky

Podcast

Otázky o umístění značky – webináře

Webináře

Kontaktujte UP for REAL

Agentura

Efektivní projev a prezentace

Think Fast, Talk Smart

Podcast

Think Fast, Talk Smart

Instagram

110 tipů jak komunikovat s veřejností

Ted Talk přednáška





Studenti na projektu ve Španělsku

JAK PROSADIT ZMĚNU?

Jak prosadit změnu?

Jak vytvořit team?

Co jsme se naučili?

Více než jen pouhé zachycení reality

Projekty, které inspirují ostatní

Jak zaujmout?

Většina účastníků neměla před prací na našem projektu s tvorbou videa žádné zkušenosti. Přestože některé týmy jistou dílčí zkušenost již měly, výzva zpracovat téma tak, aby bylo vytvořeno kontinuální vyprávění, byla pro všechny nová. Výsledky byly úžasné. Jako vítěze naší soutěže jsme vybrali video o sběru dešťové vody. Vítězná práce vystihuje skutečné poslání udržitelného designového myšlení. Nepřichází s návrhy jen proto, že jsou "cool" nebo "moderní", ale pracuje s problémy, které nás a naše okolí trápí; v tomto případě s množstvím deště. Video je velmi mnohovrstevnaté a k ilustraci svých myšlenek využívá jednoduché, ale efektivní 3D modely. Svě jasné poselství o významu sběru dešťové vody rozšiřuje o ukázky skutečného využití vody pro skleníky na střeše budovy. Vyprávění nám neposkytuje pouze informace, ale vyvolává také emoce, vysvětluje důležitost myšlenky a vyzývá k akci. Hlas vypravěče je doprovázen obrázky vody v mnoha tvarech a podobách. Tvůrci neváhali ukázat vodu stojící v sudech nebo zbytečně odtékající do kanalizace. Ilustruje se přesně to, co je třeba sdělit.

Ostatní videa se svými kvalitami řadila hned za video vítězné. Návrh využít starou továrnu jako knihovnu je skvělý a my jako diváci při sledování videa vnímáme, jak úžasné by bylo trávit čas na takovém místě. Tvůrci si dali záležet, aby nám ukázali historii budovy a popsali detaily a řešení rekonstrukce budovy kreativními způsoby. Jejich video je však také lekcí o důležitosti kvality zvuku a hlasu vypravěče. Naši vítězové vhodně použili digitálně vytvořený hlas, který jim pomohl vyhnout se nedostatkům špatného zvukového vybavení a nezkušených dabérů. Shrňme nicméně, že tým z Bergama přináší vizuálně velmi působivý soubor různorodých záběrů s dostatkem detailů, pohybu a dynamiky, schopných diváka zaujmout a udržet jeho pozornost.

Lotyšský tým přichází s příběhem. A jak již víme, příběh je zpravidla důležitější než informace samotná. Není tak dojemné slyšet počty lidí postižených katastrofou, jako slyšet konkrétní příběh jednoho člověka nebo rodiny, která uprostřed této katastrofy trpí. Lidé potřebují mít možnost soucítit; je to mnohem působivější než poslouchat o problémech a řešeních odpadu v řečkách. Tvůrci tohoto videa uplatnili jeden důležitý princip – chování lidí nezměníte, pokud tuto změnu nespojíte s pozitivními emocemi. Myšlenka i video mají toto jasné uchopení a my si toho ceníme.

Video o meditačních chýších má svou sílu v poezii nápadu. Ne každé sdělení musí být jasné a na první pohled zřejmé. Je v pořádku nechat lidi přemýšlet, o čem sdělení bylo, a provést je emocemi. Český tým spojil obojí – přímočaré vyprávění a vizuálně úchvatnou interpretaci básně. V jejich pojetí meditačních chýší možná nejde ani tak o změnu životního prostředí, ale spíše o změnu v myšlení a cítění lidí, kteří je navštěvují, a jejich vztahu k přírodě. Nakonec je mnohem snazší najít řešení, když se více lidí rozhodne vyvinout úsilí při jeho hledání. Oceňujeme, že si studenti zvolili tento úhel pohledu.

Na videích, která studenti natočili, jsme měli možnost sledovat výrazný pokrok – projekt se totiž blížil ke konci. Závěrem lze říci, že tato iniciativa byla příkladem síly spolupráce, kreativity a smysluplné komunikace. Video vytvořená studenty z různých prostředí a zemí ukazují jejich nově nabyté dovednosti. Když se zamýšlíme nad cestou, kterou tento projekt prošel, shledáváme, že opravdová změna začíná jiskrou fantazie a odhodláním něco změnit. Kvalita závěrečných videí účastníků svědčí o významu spolupráce a vzájemné podpory. Do budoucna se tato videa a návody v příručce budou šířit a sloužit veřejnosti a povedou ostatní k tomu, aby se zapojili do podobných snah a přijali zásady designového myšlení pro udržitelná řešení. Srdečně děkujeme všem studentům, lektorům a partnerům, kteří přispěli k úspěchu tohoto úsilí.



Studenti vyhodnocují své cíle pomocí myšlenkové mapy v projektu v Lotyšsku

Jak vytvořit team?

Snaha dosáhnout změny pouze vlastními silami může být poměrně vyčerpávající. Kromě dovedností popsaných v této příručce může být největším tvůrcem změny schopnost najít a spolupracovat s ostatními v týmu. Účastníci našeho projektu v týmech pracovali a došli k názoru, že největší výzvy a příležitosti k učení přicházejí právě díky multikulturnímu složení našich týmů.

Při snaze prosadit ekologické zájmy je účinné zapojit zkušenosti lidí z různých kultur. Aby byl tým úspěšný, musí být jednotlivci schopni efektivně spolupracovat s ostatními a účastníci musí rozumět kontextu kultury, ve které působí. Podporou silného smyslu pro týmovou práci a přijetím kulturní rozmanitosti lze latku

jakéhokoli úkolu, který si člověk vytyčí, neustále zvyšovat.

Týmová práce je nezbytnou součástí každého úspěšného projektu nebo iniciativy. Díky spolupráci mohou totiž členové týmu využít své individuální silné stránky a dovednosti k dosažení společného cíle, který může být nakonec větší než součet menších individuálních počinů. Ať už je váš cíl jakýkoli, vždy se najdou lidé, kteří chtějí posunout výsledky svého snažení dál než jejich předchůdci. Spojené a koordinované úsilí takových lidí je jistým přínosem.

Není potřeba pečlivě prostudovat každou kapitolu této příručky. Může být totiž ve skutečnosti velmi obtížné se o to být jen pokusit. Mnohem efektivnější bude vyt-

vořit tým s jednotlivci, kteří najdou se najdou v různých tématech, která tento manuál pokrývá.

V dnešním globalizovaném světě je pro dosažení úspěchu nutné zaujímat co nejširší pojetí multikulturní přístup. S rostoucí globalizací se podniky a organizace stávají rozmanitějšími než kdykoli předtím. Pochopení a přijetí kulturních rozdílů vede ke zvýšení kreativity a inovací, stejně jako ke zlepšení komunikace a řešení problémů. Spolupráce kultur je vždy inspirativní a v dnešní době sociálních médií a možností různorodých aplikací je snadné tvořit své týmy online po celém světě.



Studenti na projektu v Lotyšsku a Španělsku



Co nejpodstatnějšího jste se v rámci projektu naučili?



Erica Nuñez

"Podle mého názoru bylo nejdůležitější naučit se, jak bychom měli správně uvažovat a rozvíjet svůj záměr při tvorbě a práci s lidmi z jiných zemí. Také poznávání nových úhlů pohledů lidí z jiných zemí bylo velmi obohacující. Stejně tak poznávání nových kultur a hledání, jak bychom se mohli sjednotit při vytváření udržitelnějšího světa, je něco, co jsem skutečně ocenila."



Pablo Treus

"Tento projekt byl důležitý, protože jsem se naučil, jak je důležité pracovat v týmu a efektivně s ním komunikovat, abychom dosáhli našich cílů. Bude také čím dál naléhavější přicházet s inovativními řešeními a reagovat na nové ekologické výzvy. Také jsem se naučil, jak může být technologie cenným nástrojem k prosazování sociálních změn a mít pozitivní dopad na naši společnost."



Alice Gamba

"Nikdy jsem nebyla velká cestovatelka, ale toto dobrodružství ve mně něco změnilo: Možná to bylo dáno těmi báječnými lidmi, které jsem při projektu potkala, nebo přátelstvími, která jsem navázala. Možná to bylo dáno povznášející atmosférou, která mezi námi panovala, nebo smíchem, který tak často zazníval. Co mohu říct s jistotou, je, že se nemohu dočkat, až podobný zážitek prožiji znovu. Tato zkušenost mě naučila lépe navazovat vztahy s lidmi a překonávat počáteční nejistotu v komunikaci. Uvědomila jsem si, že jsme bytosti, které jsou si svým vnímáním v jádru tak podobní. Sdílíme stejnou touhu po poznání, životě a zkušenostech. Všichni jsme toužili něco nového se naučit, u mě se to rozhodně podařilo a jsem za to velmi vděčná."



Edoardo Stucchi

"Během pobytu v Lotyšsku v rámci programu Erasmus+ jsem se naučil mnoho nového, ale nejdůležitější pro mě bylo, že jsem díky komunikaci s ostatními účastníky programu zjistil, jak odlišně fungují věci v jiných zemích, například jsem poznal tři odlišné školské systémy jednotlivých delegací. To, že jsem se ocitl obklopen lidmi s různými kulturami a životními styly, mi dalo možnost více otevřít svou mysl a rozšířit své obzory."

účastníci projektu



Adela Koudelkova

"Jsem velmi ráda, že jsem využila příležitosti vycestovat a setkat se s mladými lidmi různých národností, kultur, zvyků a zájmů. Spojil nás projekt, díky kterému jsme se blíže poznali, naučili se spolupracovat a hledat a společně naladění. Ale i přes překážky, kterými byl čas a někdy jazyková bariéra, jsme měli společný cíl. Tím nám bylo zamyšlení nad naší zemí, záměr vytvořit pro ni něco užitečného a zároveň jí pomoci. Mnohé jsme se přiučili a já jsem za tuto zkušenost velmi vděčná."



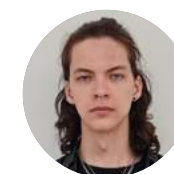
Antonie Binarova

"Vyjet do cizí země s dosud neznámými lidmi na kurz specializovaný na tvorbu videa, se kterým jsem začínala úplně od nuly, bylo pro mě rozhodně vystoupení z komfortní zóny. Samotný kurz mě moc bavil a co se týče námětu videa – udržitelnost designových projektů – znamenal pro mě změnu pohledu na mou práci. Největší podíl na tom měla asi naše hlavní lektorka, která měla vynikající způsob učení a její aktivity, hry a prezentace byly velmi záživné a přínosné."



Sandra Brakovská

"Nejvýznamnější věc, kterou jsem se během účasti na projektu naučila, je schopnost vystoupit z kruhu zažitých stereotypů, a dále význam udržitelnosti všech nově vznikajících projektů. Další důležitou zkušeností, kterou jsem získala, je komunikace a práce s nejrozličnějšími lidmi. Vstřícnost a pochopení vedoucích projektu nám daly návod a sebejistotu, jak účinně vyjádřit své názory. Během přínosných přednášek jsme měli možnost klást otázky lidem, kteří se designovým myšlením zabývají profesionálně."



Lauris Bogdanovičs

"To nejdůležitější, co mi tento projekt zprostředkoval, jsou nové zkušenosti, které mi umožnily dodat filmovou podobu mým nápadům. S tvorbou filmů a videa jsem se dříve nesetkal a díky projektu jsem měl možnost projít si všechny fáze tvorby videa. Kromě toho jsem poznal studenty z jiných zemí a velmi mě bavilo učit se s nimi novým věcem. Každodenní komunikaci jsem si zlepšil i své znalosti anglického jazyka."





Studenti na projektu v Bergamu, Itálie



Více než jen pouhé zachycení reality

Úspěšná komunikace není jen pouhým předáváním informací, ale znamená i zapojení publika a jeho zájem o vaše sdělení. Tato příručka se snaží vysvětlit, že vyprávění příběhů mění informace v inspiraci, poučení a akci. Využívejme příběhy k rozvíjení důvěry, rozšiřování znalostí a pro motivaci publika k dalšímu seberozvoji a uplatnění těchto hodnot.

Nejzákladnějším stavebním kamenem vyprávění je struktura příběhu. Pokud ji pochopíte jako dramatický, emocionální vzestup a pád, pomůže vám to vytvořit uspokojivé vyprávění. Existuje mnoho zvyklostí. V této příručce popsal Kurt Vonnegut šest základních zápletek, ale existuje i tříbodová struktura nebo-li tzv. cesta hrdiny. Vědci dokonce zjistili, že určité emocionální ob-

louky jsou pro zaujetí čtenářů obzvláště příhodné. Objeďte strukturu, která je pro vás ta nejpřirozenější. Experimentujte se širokou škálou možností, abyste našli tu, která nejlépe odpovídá vašemu sdělení.

U video prezentací je klíčové vytvořit efektivní příběh a prostřednictvím řady snímků předat ucelený emocionální oblouk. Při tvorbě přesvědčivých videí vám může pomoci tříkrokový postup. Dobrý příběh by měl být zábavný, uvěřitelný, poučný, srozumitelný, koherentní a zapamatovatelný a měl by umět oslovit své publikum.

Filmová společnost Pixar nabízí jednoduchou strukturu pro vytváření příběhů s jasným začátkem, hlavní částí a koncem. Pokud vezmete zřetel na emoce diváků a zpochybníte jejich tradiční vnímání reality, učiníte

moderní příběhy přesvědčivými. Je důležité přizpůsobit příběh konkrétnímu publiku, porozumět potřebám tohoto publika a vcítit se do něj.

Rysy charakteru postav, konflikt, rozuzlení a zápletky umožňují mozku rozpoznat archetypální vzorec příběhu a rozpoznat v něm příběh svůj. Nezapomeňte, že vyprávění příběhu není jen o vašem návrhu nebo produktu, ale o sdělení toho, co váš klient získá, když si vybere právě vás.

Kontrolní seznam pro úspěšnou filmovou produkci vás provede procesem psaní scénáře, tvorby grafického scénáře, hledání lokací, přípravy vybavení, natáčení, střihu a distribuce. Pokud dodržíte tyto kroky, budou mít vaše videa solidní potenciál dosáhnout kýženého úspěchu.



Projekty, kterými inspirujeme ostatní

Kdo jsou ti lidé, které považujeme za průkopníky designového uvažování? Rozlišujeme rozdíl mezi obchodním myšlením, kde je v centru pozornosti zisk, dále ekologickým myšlením, kde je kladen důraz na přírodu, a designovým myšlením, které cílí estetiku a kvalitu života. Naším záměrem je spojit design s ekologií. Cílem kapitoly "Zelené myšlení" je naučit člověka schopnosti ujmout se problémů, na

které nejsou jasné odpovědi a neobávat se klást otázky bez nutnosti na ně okamžitě přinášet odpovědi. Proces zahrnuje práci na reálných projektech, uplatnění empatie, zaměření se na jednotlivce už při navrhování, a v neposlední řadě brainstorming bez odsuzování. Podívejte se na svět venku vlastní optikou, mluvíte s lidmi a řešte jejich skutečné potřeby. Cílem není zaměřit se nutně a ihned na

výsledky nebo inovace, ale na odhalení potenciálu každého jednotlivce ve vašem týmu a v komunitě, kterou chcete zlepšit.

Myšlenkou udržitelnosti musí mít na zřeteli každý, kdo designový projekt realizuje. Cílem udržitelného designu totiž není jenom snížit negativní dopady na životní prostředí, ale zároveň podpořit sociální a ekonomické přínosy. Designéři mohou dosáhnout

udržitelného designu efektivním využíváním přírodních zdrojů, výběrem materiálů šetrných k životnímu prostředí a podporou zdraví a blahobytu komunity. Mezi udržitelné cíle patří ochrana životního prostředí, sociální rovnováha, ekonomický blahobyt, zachování místní kultury a zodpovědná výroba a spotřeba. Dosažením těchto cílů lze vytvořit udržitelnější budoucnost, která bude prospěšná pro všechny obyvatele i pro planetu. Nezapomeňte, že na této cestě nejste sami. Agenda pro udržitelný rozvoj 2030, kterou přijala OSN, zavazuje všechny větší země k dodržování stejných cílů.

Pokud jde o inovace, jsou zřídka založeny na revolučním a bezprecedentním myšlení. Většina změn vzniká pomalou kumulací drobných pokroků, které jsou přebírány odkudkoli je to možné. Učte se od odborníků a dívejte se po místech, která už svůj díl práce odvedla. Velkou inspirací nám byla zelená infrastruktura ve městě Vitoria-Gasteiz na severu Španělska. Město vybudovalo zelený pás, aby vyřešilo problémy se životním prostředím a podpořilo zachování přírodních ploch v přímé návaznosti na městské prostory. Realizovalo několik projektů, jako jsou protipovodňové rybníky, obnova potoků, komunitní zahrady a naturalizace městských parků. Městskými ulicemi a parky prochází pásy zeleně jako propojená síť, a do plánování zeleně ve městě jsou zapojeny dokonce i školní dvory. Důležité je hledat a učit se z příkladů jako je Vitoria-Gasteiz, a obohacovat tyto již fungující projekty z různých měst novými a zajímavými způsoby.



Studenti se účastní projektů v Itálii, Španělsku a Lotyšsku.





Mobility ve Španělsku, Itálii a Lotyšsku



Jak zaujmout?

V této příručce jsme se dozvěděli o kritériích efektivní prezentace, o marketingových strategiích a o psychologii prodeje návrhů. Především nepodceňme význam pochopení potřeb klientů, přesvědčivých prezentací a síly příběhů k navázání kontaktu s publikem.

Není nic nudnějšího než dlouhé prezentace, které se zabývají mnoha tématy současně. Lidský mozek dokáže udržet pozornost 15 minut a není schopen vstřebat více než 7 nových informací. Využijte je jako zdroje a využijte je moudře. Vaše hlavní body musí být jasné a zřetelné. Nerozměňujte informace nepodstatnými detaily.

Na cestě za vašimi kýženými výsledky stojí mnoho zainteresovaných stran. Každá z nich má své vlastní zájmy a bude reagovat na různé druhy argumentace. V této příručce najdete návody, které vám umožní s mnohdy protichůdnými zájmy pracovat.

Praktické úkoly jsou zaměřené na nácvik srozumitelného, stručného a poutavého projevu. Využití vazeb na komunitu a na další organizace a rozšiřuje možnosti uplatnění nápadu. Pokud si chcete být jisti záměrem svého projevu, dejte si úkol a zvládněte ho za 60 sekund. Nejdůležitější částí je výběr témat, která si pro tuto krátkou verzi zvolíte. Na témata zjištěná touto metodou byste se měli následně zaměřit v projevu jakékoli délky.

Nezapomínejte, že předávání informací nakonec není hlavním cílem žádného projevu. Cílem je vzbuzení reakce u posluchače. Vašimi největšími spojenci jsou v tomto ohledu příběh a autenticita.

Jako podporu jsme poskytli užitečné odkazy a zdroje pro další vzdělávání a rozvoj. Uplatněním znalostí a technik popsanych v této kapitole mohou jednotlivci zvýšit svou schopnost propagovat udržitelné designové předměty.

ZÁVĚR

Proč na tom tolik záleží?

Tato příručka by měla sloužit jako komplexní průvodce pro jednotlivce i týmy, kteří mají zájem naučit si vytvářet videa, uplatňovat principy designového myšlení a efektivní prezentace. Ze všeho, co se na těchto stránkách dozvíte, vyplývá, že tím nejdůležitějším, co si můžete odnést, je odvaha. I malý odhodlaný tým nebo jednotlivec může něco změnit. Žádná ze zde uvedených strategií nebo nástrojů nevyžaduje dlouhodobá studia, drahé vybavení, stovky hodin tréninků ani zvláštní talent. To vše vám sice může pomoci, ale každý zkušený odborník potvrdí, že nejlépe se učí praxí. Chopte se tedy fotoaparátu a začněte fotit to, co vidíte. Veškeré postupy jsou veskrze intuitivní.

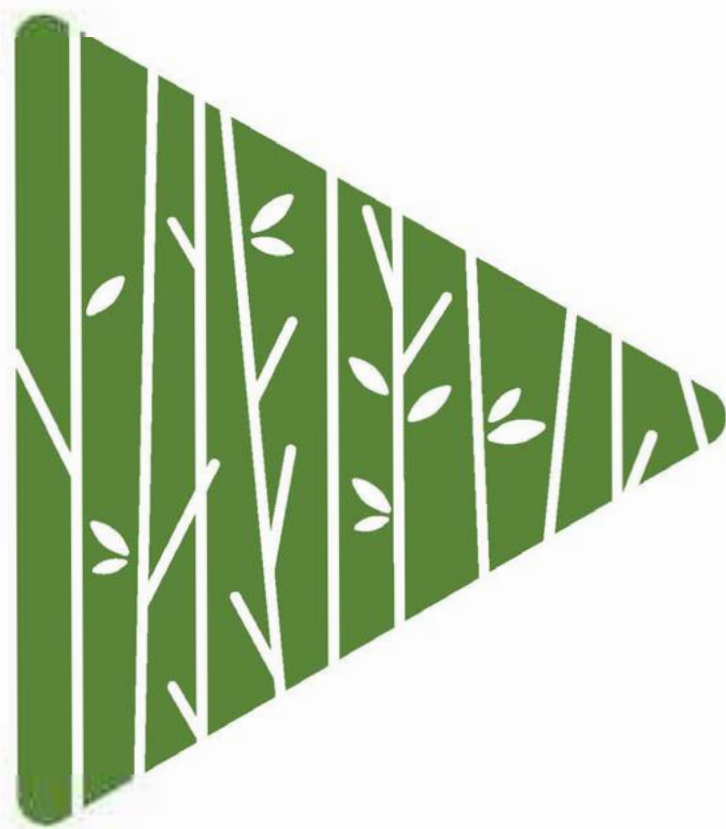
Jedním z neefektivnějších způsobů studia je práce se zpětnou vazbou. Někdy nás školní prostředí učí, že test musíme zvládnout na první pokus nebo že musíme napsat esej, odevzdat ji učiteli, a tím je naše práce u konce. Ve skutečnosti však nejlepší výsledky přicházejí na základě pokusů a omylů. Napíšete návrh, představte ho lidem, získáte tak zpětnou vazbu a znovu a znovu ho přepisujete, dokud není zpětná vazba příznivá. Osvojte si tento přístup, a neobávejte se neúspěchu. Je to pouze odrazový můstek na cestě ke skvělým výsledkům. Experimentujte s taktikou, změňte svůj přístup a zkoušejte to znovu. Takto se učili všichni velcí lidé, které obdivujeme. Využívejte podpory ostatních a žádejte je o zpětnou vazbu na každém kroku vaší cesty. Na sdílení návrhu, videa, na kterém pracujete, nebo prezentace, kterou připravujete, není nikdy "příliš brzy".

Zabývali jsme se širokou škálou témat, od metod tvorby videa, struktur vyprávění příběhů až po aplikaci metodologie designového myšlení v tvůrčím procesu. Tato příručka zdůrazňuje důležitost porozumění cílovému publiku, tvorby poutavých příběhů a využívání vizuálních a zvukových prvků, které pomohou diváka zaujmout. Poskytuje také praktické tipy a cvičení, které čtenářům pomohou zlepšit jejich dovednosti při tvorbě videa, podpoří a rozvinou přesvědčivé prezentační techniky. Řídí-li se jednotlivci a týmy těmito pokyny a uplatňují-li zásady uvedené v této příručce, mohou zvýšit své schopnosti v oblasti tvorby videa, designu a prezentace za účelem toho, aby dokázali efektivně sdělit své myšlenky, zaujmout své publikum a dosáhnout požadovaných výsledků. Všechny informace v této příručce byly ověřeny studenty z Lotyšska, Itálie, Španělska a České republiky během několika mezinárodních setkání. To, o čem se zde dočtete, naši studenti uvedli do praxe a vy se můžete seznámit s výsledky jejich cesty za vzděláním. Jedná se tedy skutečně o příručku, která byla prověřena opravdovými životními zkušenostmi.

Milí čtenáři, mějte na paměti, že tato příručka je pouze začátkem vaší cesty. Je to něco, na čem můžete stavět. Najdete zde inspirativní příběhy míst, poutavé koncepty vyprávění a mnoho užitečných rad a tipů. To nejdůležitější však bohužel v knihách nenajdete. Je to schopnost vytvořit komunitu podobně smýšlejících lidí. Naše projekty tyto lidi spojily, což je ten nejdůležitější výsledek. Vy můžete udělat totéž. Všude kolem vás se odehrává množství projektů. Vytvořte síť kreativních lidí ochotných pracovat na změně našeho světa k lepšímu. Změn, které chceme vidět, můžeme dosáhnout jen společně.



První workshop v "SAŮLES SKOLA"
Daugavpils, Lotyšsko, září 2022



MULTIGREEN



**Financováno
Evropskou unií
Funded by
the European Union**