

Uppdrag till studenterna på Konstfacks program för Grafisk formgivning och illustration Brief uppdaterad 2018-10-31/AD

Bakgrund

Klimatfrågan är mer akut än någonsin tidigare. Forskningen är entydig – vi måste agera NU om vi ska ha en chans att begränsa den globala uppvärmningen och de konsekvenser den medför – extremväder, havsnivåhöjningar, minskad matproduktion och artutrotning. Listan kan göras lång och till syvende och sist handlar det om mänsklighetens överlevnad – i alla fall på det sätt vi känner våra livsvillkor idag.

Den bakomliggande orsaken till dagens klimatförändringar och höga utsläpp av växthusgaser (där koldioxid och metangas är bland de mest kända) är den moderna människans konsumtion. Det vi äter (en allt större mängd kött) och hur vi transporterar oss (framförallt allt fler och längre flygresor) är två stora klimatbovar. Såhär i jultider hamnar också vår ohållbara konsumtion av saker och prylar i fokus.

Att påverka människors beteende är svårt. Å ena sidan vill vi inte komma med moralistiska pekpinningar som gör att människor vänder bort blicken. Samtidigt vill vi våga säga som det är – att vi måste göra en radikal omställning av hur vi utnyttjar jordens resurser och hur vi konsumerar. I vår kommunikation balanserar vi ständigt mellan dessa två. Viktigt att komma ihåg är att detta inte endast är individens ansvar. Politikerna kan – och måste – sätta ramarna för vad som är tillåtet, för att hjälpa oss alla att göra rätt val. Idag finns det till exempel inte ens mål för att minska de utsläppen som orsakas av svenskarnas konsumtion utomlands, trots att vi importerar det allra mesta vi köper idag!

Syfte

Att skapa en kommunikation som ger en "sense of urgency" – utan att för den skulle få människor att stänga av och vända bort blicken. Att skapa ett intresse, engagemang, inspiration och nyfikenhet att ge ett positivt bidrag till planeten.

Målgrupp

Vi har identifierat gruppen "köpstarka pionjärer" som en viktig grupp att bearbeta. Dels för att de med sin konsumtion och livsstil påverkar i klimatfrågan. Men också för att de är en resursstark grupp som har möjlighet att både direkt (med sin egen konsumtion) och indirekt (genom att de påverkar andra grupper i sin omgivning) påverka i klimatfrågan. Mer information om målgruppen ges i bilden nedan och i den muntliga presentationen.

Uppgift

Ni ska genom visuell kommunikation skapa ett intresse och engagemang som leder till agerande hos mottagaren.

- Ni ska arbeta i grupp om två.

- Ni ska utgå ifrån Naturskyddsföreningens presentation den 5 november och refererat material. Välj inriktning på ert projekt och matcha det med ett av "exemplen på önskat agerande" (se nedan).

- Ni ska skapa en berättelse som uppmuntrar till ert valda "exempel på önskat agerande". Berättelsen behöver inte vara linjär.

- Er berättelse ska ha ett tydligt budskap. Men ni väljer själva typen av berättelse – förklarande, konkret, konceptuell, satirisk osv

- Ni väljer själva om ni arbetar med text, bild, foto collage osv eller blandar.

Omfång:

1.) Sekvens om minst 3-4 bilder som kan visas digitalt på hemsida och i sociala medier, bilderna ska kunna anpassas efter plattform.

eller

2.) eller en 15 sek rörlig berättelse

eller

3.) eller en berättande loop ca 3 sekunder

Alla alternativ ska innehålla tydligt budskap och berättande. Sekvensen ska innehålla valfritt budskap "exempel på önskat agerande"/ call to action (se nedan) från Naturskyddsföreningen.

Leverans:

Högupplöst material som ska kunna anpassas efter Naturskyddsföreningens kommunikationsplattformar.

Exempel på önskat beteende:

- Istället för materiel konsumtion, stöd Naturskyddsföreningen, till exempel genom att bli medlem eller att skänka en gåva
- Starta en egen insamling till förmån för Naturskyddsföreningens klimatarbete (eller något annat ändamål).
- Påverka våra politiker

Exempel på call-to-action som uppmanar till ovan handling kan vara:

- **Köp en julgåva** för natur och miljö (länk till <https://www.naturskyddsforeningen.se/julgava>)
- **Gå med i Sveriges största miljöorganisation** (Bli medlem) (länk till <https://www.naturskyddsforeningen.se/medlem>)
- **Starta din egen insamling** (länk till <https://www.naturskyddsforeningen.se/egen-insamling>)
- **Mejla din politiker** (länk till <https://signby.me/se/tuffare-klimatpolitik-nu>)

Referenser och länkar:

Konsekvenser av klimatförändringarna - https://ec.europa.eu/clima/change/consequences_sv
Naturskyddsföreningen om IPCC's rapport:

<https://www.naturskyddsforeningen.se/klimat/klimatrapport-ipcc>

Naturskyddsföreningens klimatsidor - <https://www.naturskyddsforeningen.se/vad-vi-gor/klimat>

Film om FN:s senaste klimatrapport –

<https://www.facebook.com/naturskyddsforeningen/videos/267110300584651/>

Tips om hur leva klimatsmart - <https://www.naturskyddsforeningen.se/5-satt-att-klimatmaxa-dig-sjalv>

Om konsumtion och klimat -

<https://www.facebook.com/naturskyddsforeningen/videos/2160756180847036/>

Övriga länkar

<https://sverigesradio.se/sida/artikel.aspx?programid=83&artikel=7061599>

<https://sverigesradio.se/avsnitt/1077307>

<https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/oct/14/climate-change-taking-action-rebecca-solnit>

<http://nymag.com/intelligencer/amp/2018/10/un-says-climate-genocide-coming-but-its-worse-than-that.html>

<https://www.facebook.com/worldeconomicforum/>