

**Pomysł na Miasto (PnM) UrbanLab Gdynia
w obszarze adaptacji do zmian klimatu w mieście**

1. TYTUŁ (ok. 100 znaków)

Nazwij swój pomysł – jednym zdaniem spróbuj opowiedzieć o nim.

Pamiętaj, że proponowana mikroinnowacja miejska powinna dotyczyć obszaru adaptacji do zmian klimatu w mieście. Uwaga: Nazwa nie powinna zawierać nazw własnych.

„Bądź EKOist(k)ą w Gdyni – nakręć siebie i innych” – akcja w ramach obchodów Światowego Dnia Ziemi, której celem jest promowanie postaw proekologicznych w społeczeństwie gdyńskim.

2. ESENCJA (ok. 100 słów)

a) O co chodzi w Twoim pomysle – co chcesz zrobić, dlaczego, jaki będzie efekt?

Opisz w maksymalnie 3 zdaniach swój pomysł, tak, aby był zrozumiały dla innych.

Uwaga! Ten opis będzie pojawiał się zawsze tam i wtedy, gdy będzie mowa o Twoim pomysle.

W ramach lokalnych obchodów Światowego Dnia Ziemi, przypadającego na dzień 22 kwietnia – gdynianie i gdynianki tworzą wspólny film, w którym pokazują jak przyczyniają się do działań proekologicznych i motywują innych do zmiany swoich codziennych nawyków na rzecz klimatu. Mieszkańcy i mieszkanki nagrywają indywidualnie krótki filmik z inspirującym hasłem, pokazując jakie zachowania prośrodowiskowe wdrożyli oni sami w swoim codziennym życiu. Akcja w postaci promocji wspólnego zmontowanego filmu ma poszerzyć świadomość ekologiczną i zaprosić innych do włączenia się w ekologiczną podróż Gdyni.

3. ZASIĘG (ok. 100 słów)

a) Jakiego obszaru i/lub poziomu dotyczy pomysł?

Obszar: (np.) ogólnomiejski, dzielnica (nazwa), osiedle (nazwa / lokalizacja).

Poziom: (np.) lokalna społeczność, klub sąsiedzki, wspólnota mieszkaniowa (obszar/zasięg funkcjonowania), mieszkańcy zainteresowani/zaangażowani w tematykę zmian klimatu/ekologię.

Obszar ogólnomiejski – mieszkańcy zainteresowani/zaangażowani w tematykę zmian klimatu / ekologię.

4. KONTEKST (ok. 200 słów)

a) Jak wygląda problem/potrzeba, dla którego/-ej proponujesz rozwiązanie?

b) Czy opisana przez Ciebie sytuacja ma charakter stały, czy czasowy/powtarzalny?

c) Czy zauważyłaś/-eś potrzebę, która wymaga reakcji? Jaką?

a) Zauważam wciąż brak świadomości ekologicznej, poczucie braku sprawstwa jednostki i nieprzychylność wobec rozwiązań ekologicznych w swoim codziennym życiu.

b) Społeczeństwo jest coraz bardziej świadome zagrożeń wynikających ze zmian klimatu, jednak nie wprowadza zmian w swoich codziennych zachowaniach, które to z kolei wynikają z wieloletnich przyzwyczajeń, nawyków i wygody.

c) Jest potrzeba zmiany zachowań ludzkich poprzez zachęcanie i inspirowanie ludzi do pozytywnych zmian w ich życiu za pomocą przykładów innych osób w sposób prosty i dostępny. Nic tak nie motywuje do zmiany, jak historie osób podobnych do nas, w naszym najbliższym otoczeniu.

5. INSPIRACJA (ok. 100 słów)

a) Czy problem/potrzeba dotyczy bezpośrednio Ciebie i/lub Twojej społeczności/grupy odniesienia?

b) Czy problem/potrzeba jest dobrze widoczna w całym mieście? Czy w części miasta? Czy chcesz zaangażować się w działania na rzecz tego problemu/potrzeby?

c) Skąd pomysł na rozwiązanie?

a) Jestem w procesie zmian, ale również sama chciałabym wprowadzić więcej nowych działań w moim życiu na rzecz klimatu. Lubię uczyć się od innych. Wiele osób, z którymi spotykam się na co dzień nie myślą o zagrożeniach ekologicznych, wobec których niedługo będziemy postawieni, są bowiem przyzwyczajeni do zachowań, które wypracowali w swoim życiu i nie czują potrzeby zmiany, bo uważają, że problem ich nie dotyczy.

b) Problem widoczny jest w całym mieście i na świecie – wciąż brakuje świadomości ekologicznej, a ludzie są podzieleni. Istnieje wciąż w społeczeństwie takie przekonanie, że poszczególna jednostka nie ma wpływu na działania związane z dbaniem o klimat, że jest to kwestia innych ludzi, miast, krajów, polityki czy władz lokalnych. Ten brak sprawczości skutkuje niską motywacją do zmian indywidualnych w tym obszarze.

c) W dobie pandemii, większość działań przeniosła się online. Ludzie często korzystają z internetu, ale też media społecznościowe tworzą swoiste bańki, gdzie docierają do nich jedynie informacje, które są potwierdzeniem ich wcześniejszych przekonań. Poprzez pokazanie wspólnego filmu wspieramy zachowania prośrodowiskowe już wprowadzone przez jednostki, a jednocześnie pokazujemy, że ich indywidualne działania mogą mieć również wpływ na świat. Trzeba więc stworzyć wspólnotę, która będzie się nawzajem nakręcała i motywowała do zmian, bo im więcej takich osób tym więcej zmian w całym systemie.

6. **INNOWACJA (ok. 100 słów):**

- Na ile Twój pomysł jest unikalny i innowacyjny (względem tego, co obserwujesz w mieście)?
- Czy był już gdzieś wcześniej wykorzystany? Jeśli tak – gdzie i/lub przez kogo? (np. miasta, społeczności, instytucje, organizacje, etc.)
- Skąd można czerpać doświadczenie we wdrażaniu podobnych rozwiązań?

a) Powstało wiele filmów dokumentalnych w tematyce ekologicznej na świecie, jednak nie były one stworzone bezpośrednio przez mieszkańców i mieszkanki, co w moim odczuciu jest unikalne.

b) Podczas pandemii powstały filmiki z oddolnych inicjatyw, takich jak „Hot16Challenge”, gdzie było wyzwanie rzucone przez osoby i instytucje do kolejnych osób. Włosi zrobili również film ukazujący jeden konkretny dzień z życia mieszkańca, w którym mieszkanki i mieszkańcy przesyłali nagrane przez siebie filmiki ze swojego życia z jednego dnia, co było dla mnie inspiracją do powstania tego pomysłu na miasto.

c) Można czerpać pomysły z konkursów związanych z filmem, które tworzy Miasto Gdynia wraz z innymi miejskimi instytucjami, gdzie zapraszają mieszkańców i mieszkanki do przesyłania swoich prac.

7. **DZIAŁANIE (ok. 300 słów)**

- Na czym konkretnie polega pomysł?
- Co i/lub jakie działania obejmuje i w jakiej kolejności (krok po kroku)?

a) Miasto zachęca mieszkańców i mieszkanki do sfilmowania zachowań / działań / rozwiązań, które zastosowali u siebie, w swoim codziennym życiu na rzecz dbania o klimat w 4 poszczególnych obszarach w odniesieniu do 4 żywiołów:

- Powietrze - minimalizm, ograniczanie prądu, wybór środka transportu, zielona energia
- Woda - ogrody deszczowe, deszczówka, oszczędność wody
- Ogień - less waste/zero waste, segregacja śmieci, recykling, ciuchy z second hand'u, jedzenie wegańskie, marnowanie jedzenia, naturalne kosmetyki i środki czyszczące
- Ziemia - natura, hodowla roślin, sprzątanie lasu, zwierzęta, sadzenie warzyw i roślin

Filmik ma być nagrany na terenie Gdyni i ma trwać maksymalnie do 15 sekund. Mają być w nim również zawarte hasła motywujące i nawołujące do zmiany u innych w trybie rozkazującym, ale w serdecznej formie i z przyjaznym językiem. Filmiki mogą być nagrane dowolnym sprzętem i przesłane do Miasta w konkretnym terminie. Z krótkich filmików nadesłanych przez mieszkanki i mieszkańców miasto zmontuje 4 części filmów (jeden – max 5 minut) w odniesieniu do 4 żywiołów, opublikuje i oznaczy osoby występujące w filmie w dniu 22 kwietnia. Wszystkie osoby i instytucja wcześniej zaangażowane opublikują i udostępnią filmy u siebie, tak aby zasięg był jak największy.

b) Ustalenie terminu rozpoczęcia akcji i czasu na przesyłanie materiałów.

Ustalenie wytycznych materiału video, przesyłanego przez osoby chcące wziąć udział w akcji, napisanie regulaminu. Promocja samej akcji w internecie, poprzez media społecznościowe oraz reklama w prasie zachęcająca do włączenia się w nagranie filmu. Zaangażowanie Ambasadora Zmiany – znanej i lubianej „twarzy” ze świata sportu lub kultury, który zachęci do udziału w akcji. Zaangażowanie filmowców (reżyser, montażysta), którzy z przesłanych materiałów wyselekcjonują te, które nadają do montażu. Promocja gotowego filmu na stronach internetowych Miasta w dniu 22

kwietnia, zachęcanie do udostępniania i zamieszczania go przez osoby zaangażowane w akcję z odpowiednimi #

8. **INTERESARIUSZE** (ok. 100 słów).

- Do jakiej konkretnie grupy docelowej – odbiorców i uczestników – skierowany jest pomysł (bezpośrednio i pośrednio)? (np. młodzież w wieku od ... do ..., matki z dziećmi, osoby z niepełnosprawnościami, osoby starsze, mieszkańcy wybranej części miasta)
- Komu pomoże rozwiązanie i ile osób może na nim skorzystać? Komu może przeszkadzać?
- Czy jest sposób, aby znaleźć konsensus/wszystkie strony były zadowolone?

a) Ludzie zaangażowani w życie miasta, aktywiści, młodzież i osoby w wieku 20 – 50 lat
 b) Osoby, które zainspirują się innymi i takie, które szukają wspólnoty, aby mogły poczuć, że to wspólny projekt. Z kolei ludzie, którzy są przeciwnikami wprowadzenia zmian raz sceptycy mogą „wyśmiać” samą akcję, jak również samych bohaterów filmu i nie zgadzać się z przekazem.
 c) Można dodać #nieoceniaj #przyłączysię #zmiennawyki oraz odpowiadać i tłumaczyć w komentarzach tzw. hejterom internetowym – po co cała akcja.

9. **BUDŻETOWANIE**

- Jak najefektywniej oszacować/zabudżetować realizację pomysłu?
- Na jakie konkretne działania (w kolejności zakładanej realizacji wg pkt. 7) potrzebne są środki?
- Jakie działania mogą być zrealizowane w ramach wolontariatu i/lub innej formy zaangażowania społecznego?
- Kto i jak może dodatkowo wesprzeć finansowo realizację pomysłu?
- Jeśli znasz, podaj kreatywne rozwiązania, które pozwolą zmniejszyć koszt realizacji pomysłu?
Uwaga! Budżetowanie należy wypełnić w oparciu o własne doświadczenie i rozeznanie. W przypadku niewskazania kosztów poszczególnych części składowych/działań i/lub orientacyjnego kosztu całości, zostanie przyjęta maksymalna kwota budżetu 30 000 zł brutto weryfikowana na etapie oceny pomysłu.

Części składowe / Działania	Środki finansowe i inne formy finansowania lub wkładu niefinansowego / Szacunkowy koszt
Promocja akcji i zakup reklam w internecie, mediach społecznościowych, prasie i materiałach drukowanych.	10.000 zł
Zaangażowanie jednostek UM Gdyni w promocję samej akcji i włączenia się osobistego w nagranie filmiku i pokazaniu swoich działań proekologicznych.	bezkosztowo
Zaangażowanie Ambasadora Zmiany - zakup praw autorskich do reklamy i filmiku o działaniach proekologicznych tej osoby	5.000 zł
Praca nad filmem: zgranie przesłanych materiałów, reżyseria, montaż, muzyka do filmu	15.000 zł
Promocja powstałych 4 filmów w internecie, mediach społecznościowych i przesłanie do trójmiejskich i ogólnopolskich mediów	bezkosztowo

10. **ZAANGAŻOWANIE** (ok. 100 słów):

- Jak chcesz i możesz pomóc w realizacji pomysłu? (np. wkład wolontariacki, własny, rzeczowy, crowdfunding, crowdsourcing, sponsorski, etc.)
- Kto jeszcze w mieście może wdrożyć lub wesprzeć pomysł/rozwiązanie (np. jednostka miejska, instytucja kultury, organizacja, firma, etc.)?
- Jakie grupy osób w mieście mogą być potencjalnie zaangażowane w realizację pomysłu?
- Jak do nich dotrzeć i jak przekonać do zaangażowania w realizację?

a) Wkład wolontariacki, obecność i włączenie się w cały projekt na każdym etapie jego powstawania
 b) Wydział kultury, Gdyńskie Centrum Sportu, Gdyńska Rada Turystyczna (hotele, agencje, obiekty), Gdyńskie Centrum Filmowa, Wydział Ekologii, Gdynia Rodzinna, Rady Dzielnicy

- c) Odbiorcy mediów społecznościowych UM Gdyni, aktywiści, NGO działające w Gdyni w tematyce ekologicznej
- d) Włączyć w samą akcję, aby oni sami pokazali jak zmienili swoje nawyki i działania na rzecz klimatu, jak sami się angażują na co dzień, zaprosić do wspierania i promocji całej akcji

11. REALIZACJA (ok. 100 słów)

- a) Kiedy i jak długo może działać rozwiązanie?
- b) Czy pomysł ma charakter jednorazowy, seryjny, ciągły, związany z porą roku i/lub jego realizacji uzależniona jest od innych warunków – jakich?

- a) W czasie promocji akcji, czyli ok. 1 miesiąc przed, podczas 2-tygodniowego nagrywania i 2 tygodnie po premierze w czasie promocji filmu, czyli ok 2,5 miesiąca
- b) Akcję można powtarzać co roku z okazji Dnia Ziemi i wówczas przypatrywać się coraz to nowszym nawykom i zachowaniom i nowym osobom, które włączyły się w akcję.

12. ZMIANA (ok. 100 słów)

- a) Jak Twój pomysł może zmienić Gdynię w obszarze adaptacji do zmian klimatu w mieście?

Pomysł ten może zainspirować innych i pokazać im co mogą wprowadzić w swoim codziennym życiu na rzecz klimatu. Mieszkańcy i mieszkanki poprzez zdrową rywalizację mogą poczuć się dumni i pokazać się szerszemu społeczeństwu, a tym samym przyczynić się do szerzenia świadomości ekologicznej. Jest to swojego rodzaju wyzwanie, w którym postawa proekologiczna może wpływać na inne osoby. Jest to zastosowanie dobrych praktyk i pokazanie się z jak najlepszej strony, jeśli chodzi o adaptację do zmian klimatycznych. Jest to budowanie wspólnoty poprzez język miłości i wyraz artystyczny. Osoby mają zdrowo rywalizować ze sobą poprzez pokazanie coraz bardziej ekologicznych rozwiązań. Każdy z uczestników może poczuć się jak bohater swojej krótkiej opowieści składającej się na całość, co mogłoby wywołać u nich dumę i poczucie sprawstwa. W ten sposób każdy mógłby dołożyć swoją cegiełkę i włączyć się w świętowanie Światowego Dnia Ziemi, pochwalić się swoimi dokonaniem i zainspirować innych.

POMYSŁODAWCZYNI: Paulina Filipowicz