



PROJEKAT ZELENI FILOZOFSKI

“Filozofi su do sada samo različito tumačili svet, ali radi se o tome da se on izmeni.”

(11. teza o Fojerbahu)

SADRŽAJ

1. Rezime projekta
2. Članovi projektnog tima
3. Nalazi istraživanja prepreka i mogućnosti „ozelenjavanja“ Filozofskog fakulteta
4. Vizuelni identitet inicijative „Zeleni Filozofski“
5. Promotivna strategija inicijative “Zeleni Filozofski”
6. Planirane aktivnosti



PROJEKTNI TIM

Kako bismo na što efikasniji način organizovali planirane aktivnosti i obezbedili njihovu promociju, podelili smo se u nekoliko timova:

1. ISTRAŽIVAČKI TIM

Aleksandar Prodanović



Hristina Stefanovska

Jelisaveta Fotić



Marija Sjeničić

Milica Vukotić

Tamara Cukanić

2. TIM ZA PROMOCIJU



Isidora Krstić



Jana Perović



Marija Đurić



Sofija Naumović

3. TIM ZA PRIPREMU SADRŽAJA



Jovana Jelić



Milena Dragišić



Milica Graonić



Mina Putnik

4. DIZAJN TIM



Antonije Tot



Katarina Milutinović



Marija Kojić



Nevena Živanović

5. TIM ZA EVALUACIJU

Aleksandra Mitrović



Nikola Rikalo

Sara Jevtić

Simonida Dević

Koordinatorka Jelisaveta Petrović

REZIME PROJEKTA

Projekat „Zeleni Filozofski“ su pokrenuli studenti i studentkinje sociologije u okviru kursa Sociologija okruženja sa ciljem da teorijska saznanja koja su stekli u okviru ovog i drugih kurseva primene i u praksi. U realizaciji projekta su nam se u tome pridružili studenti sa drugih katedri. Osnovna ideja ovog projekta je da se sa ekološkim radom na Filozofskom fakultetu nastavi i nakon završetka studija generacije koja ga je započela.

Projekat je iniciran sa dva osnovna cilja:

1. Dugoročni cilj ovog projekta je „ozelenjavanje“ Filozofskog fakulteta odnosno postepeno uvođenje različitih ekoloških praksi kao što je reciklaža otpada (pre svega papira), smanjenje potrošnje energije, razvoj ekološke svesti među studentima itd. Želja nam je da Filozofski fakultet uvrstimo na mapu zelenih fakulteta kojih je sve više u svetu ali, na žalost, i dalje predstavljaju retkost u našoj zemlji. Takođe, želja je da se ova praksa ustali i da naredne generacije studenata nastave da se na odgovoran način odnose prema svom neposrednom i širem okruženju.
2. Neposredni cilj ovog projekta je da se, uz pomoć zainteresovanih studenata, organizuje više različitih akcija - postavljanje kanti za reciklažu, prikupljanje papira (starih skripti, sveski, novina i dr.), organizovanje tribina i projekcija ekoloških filmova, sadnja drveta generacije itd. sa namerom pojačavanja ekološke svesti među studentima Filozofskog fakulteta i ustaljivanja proekoloških praksi.

U narednim poglavljima, predstavljamo osnovne korake u realizaciji projekta kao i iskustva, razmišljanja i prepreke na koje smo usput nailazili.

NALAZI ISTRAŽIVANJA

Mogućnosti za uspostavljanje ekoloških vrednosti i praksi na Filozofskom fakultetu

Pre početka realizacije projekta istraživački tim je sproveo istraživanje tehničkih mogućnosti za realizaciju projekta i zainteresovanosti studenta Filozofskog fakulteta da se priključe planiranim aktivnostima. Takođe, konsultovali smo iskustva fakulteta koji su uveli neke od ekološki ispravnih praksi.

Analiza primera dobre prakse je pokazala da zeleni univerziteti u svetu funkcionišu zahvaljujući motivisanosti studenata i zaposlenog osoblja ali i milionima dolara koji se za te potrebe alociraju - izgradnja zelenih površina, recikliranje, uzgajanje sopstvene hrane unutar kampusa, zeleni transport, zelene učionice (laboratorije, biblioteke i teretane), farme koje otpad pretvaraju u energiju itd. Tajna uspeha „zelenih“* fakulteta širom sveta jeste razvijanje takmičarskog duha među studentima, koji su i glavni nosioci ovih projekata. S obzirom da ne raspolažeмо ni približnim (tačnije nikakvim) budžetom, akcenat glavni adut nam je motivisanost studenata da se pridruže ovakvim akcijama, dok ćemo na izradi promotivnog materijala (oslikavanje postera, ručna izrada i oslikavanje kartonskih kutija za reciklažu, sađenje biljaka, kupovina i sađenje drveta generacije itd.) samostalno raditi.

*International Alliance of Research Universities napravila je i priručnik čiji je cilj upućivanje drugih univerziteta, koji još nisu „zeleni“, kako to da postanu.



Istraživanje tehničkih aspekata uspostavljanja sistema reciklaže na fakultetu je ukazalo na nekoliko važnih elemenata na koje bi trebalo обратити pažnju:

- Odrediti koji otpad studenti najviše bacaju na fakultetu (kako bi se na tu vrstu reciklaže stavio akcenat)

- Standardizovati program - svuda iste kante iste boje, postavljanje na vidljiva mesta + motivaciona poruka (npr. „Učini da Filozofski bude prvi zeleni fakultet u Beogradu“)

- Informisanje - Na kantama treba da bude

infografički prikaz smeća koje se u njih baca (kako bi studenti znali zasigurno šta gde ide). Takođe, dobro bi bilo da se tu nađu i informacije o rezultatima akcije (npr. kod kanti može pisati koliko je prikupljeno i reciklirano otpada u određenim vremenskom periodu) jer će se studenti osećati kao da se nešto menjaju zahvaljujući njima.

- Brendiranjem inicijative - Zeleni Filozofski - bi trebalo da se zainteresuje veći broj ljudi koji će željeti da se priključe akciji iako nisu direktno u ovom timu.

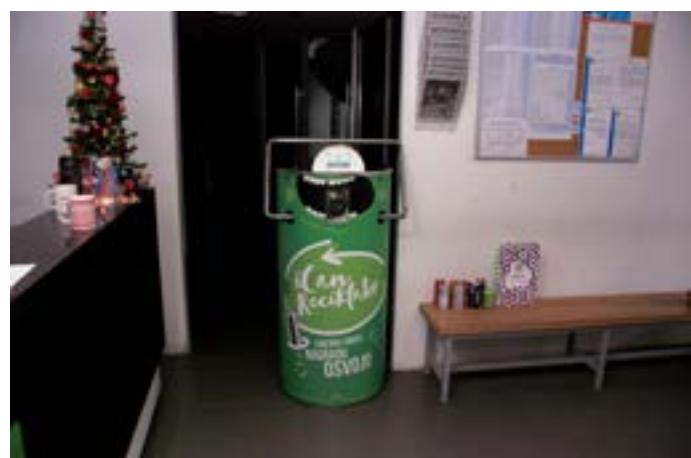
Potrebno je postići što veću vidljivost kampanje „Zeleni Filozofski“ ogalašanjem na različitim mestima, recimo na zvaničnom sajtu Fakulteta.

Mogućnosti za različite oblike reciklaže na Fakultetu

Recikliranje limenki

Recan fond (limenka po limenku) i Svaka limenka se računa - su dva programa za koje možemo popuniti onlajn prijavu, a omogućavaju besplatno dobijanje kutija, kesa i edukacionih letaka kao i mogućnost besplatnog odvoza u roku od 24 časa od poziva.

Fondacija za reciklažu limenki za piće Recan je u saradnji sa opština Stari grad i Solagro timom postavila interaktivne pametne prese za reciklažu limenki. Sam sistem čine pametna presa i mobilna aplikacija za komunikaciju sa korisnicima. Nakon obavljenih reciklaže, na ekranu prese se pojavljuje kod, koji je neophodno uneti u mobilnu aplikaciju Solargo budućnost reciklaže. Svi koji imaju android telefone, ovu aplikaciju mogu besplatno da preuzmu u Google Play prodavnici. Dobijaju se poeni za nagrade, a među nagradama će se naći karte za pozorište, knjige, šolje i slušalice. Solagro tim se, inače, već tri godine bavi proizvodnjom sprava za reciklažu i mnoge su do sada korišćene na raznim festivalima širom zemlje, ali i na evropskim plažama. Pametna presa za reciklažu je inovativno



rešenje, koje treba da pomogne očuvanju životne sredine. Nakon Dorćola, očekuje se postavljanje još

pet ovakvih presa na Starom gradu. Uz komunikaciju predstavnika Fakulteta sa ovom kompanijom mogla bi se uspostaviti redovna praksa prikupljanja i reciklaže limenki. Takođe, moglo bi se izdejstvovati da se jedna od posebnih reciklažnih presa nađe u neposrednoj blizini Fakulteta.

Recikliranje plastičnih čepova

Fakultet već podržava projekat "Čep za hendičep", ali u skromnim razmerama, zato je možda potrebno dodatno obavestiti sve članove Fakulteta i dodati kutije gde se čepovi mogu odložiti.



Recikliranje papira

Reciklažom papira se bavi i **udruženje Živimo zajedno**. Oni su neprofitna humanitarna organizacija koja pruža pomoć i podršku osobama sa smetnjama u razvoju svih uzrasta, oblika i stepena ometenosti i to kroz aktivnosti uskladene sa potrebama, interesovanjima i željama korisnika. Predstavnici udruženja su iskazali zainteresovanost da se čvršće povežu sa Filozofskim fakultetom i uspostave sistem odnošenja prikupljenog papira za reciklažu. Fakultet odvaja papir za ovo udruženje, ali nisu sve katedre uključene u ovu akciju. Profesore, studente i katedre treba povezati i informisati kako bi ova akcija bila mnogo efikasnija.

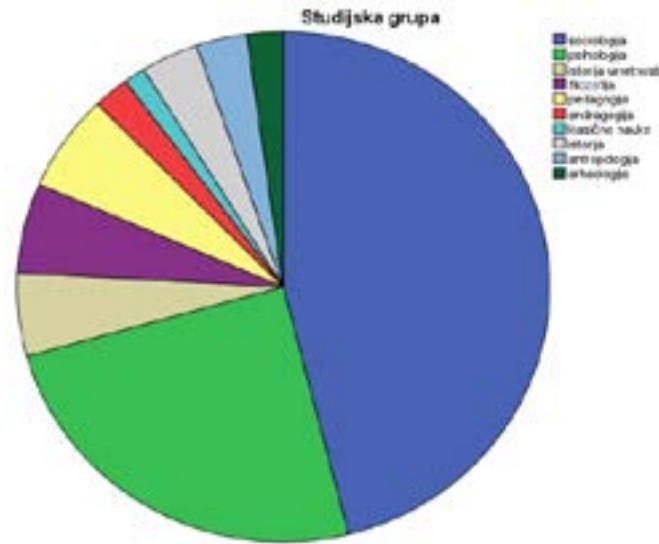
** Kada je u pitanju reciklaža papira, otkupna cena kilograma papira varira od 2,5 do 8 dinara.

Rezultati anketnog istraživanje zainteresovanosti i spremnosti studenata Filozofskog fakulteta da se pridruže akcijama u okviru inicijative "Zeleni filozofski"

Sa ciljem dolaženja do informacije o tome da li su, u kojoj meri, i na koji način studenti zainteresovani da se priključe akcijama u okviru inicijative „Zeleni Filozofski“, sprovedeno je istraživanje stavova studenata Filozofskog fakulteta (N=230) putem onlajn ankete. Upitnik se sastojao od dvadeset pitanja kojima su obuhvaćene različite teme (socio-demografske karakteristike ispitanika, stavovi o stepenu ugroženosti životne sredine i važnosti rešavanja nagomilanih ekoloških problema, ekološko ponašanje ispitanika itd.). Dobijeni podaci obrade ni su u statističkom programu SPSS.

Najvažniji nalazi istraživanja:

Grafikon 1: Učešće studijskih grupa u anketi



1. S obzirom na to da je uzorak bio tipa „samo-selekcije“ može se prepostaviti da su oni koji su odgovarali u anketi ujedno i zainteresovani od drugih kolega za ovu inicijativu (tek oko 10% uzorka smatra da ekološki problemi nisu važni tj. da ih ta tema ne interesuje). U uzorku ima najviše sociologa

Servisi za recikliranje različite vrste otpada u Beogradu

Preduzeće	Poštanski broj	Mesto	Adresa	Telefon	Mobilni
Eko Servis doo	11000	Beograd	Viline vode bb Šangajska 112	011/4082964	063/646-887 063/402-162
Inos Papir Servis doo	11147	Beograd	Milorada Jovanovića 14	011/6541880	***
JKP Čistoća	11000	Beograd	Višnjička 55b	011/2782132 011/2758090	***
Tehnopapir doo	11080	Beograd	Dunavska bb Autoput za Novi Sad 74	011/2101420 011/3775424	***

(4. godine) i psihologa (1. godine). Prezastupljenost sociologa se može tumačiti korišćenjem Fejsbuk grupe sociologa za diseminaciju ankete te pružanjem podrške kolegama koje realizuju ovaj projekat, dok se (neočekivana) zainteresovanost studenata psihologije može tumačiti interesovanjem za samu temu.

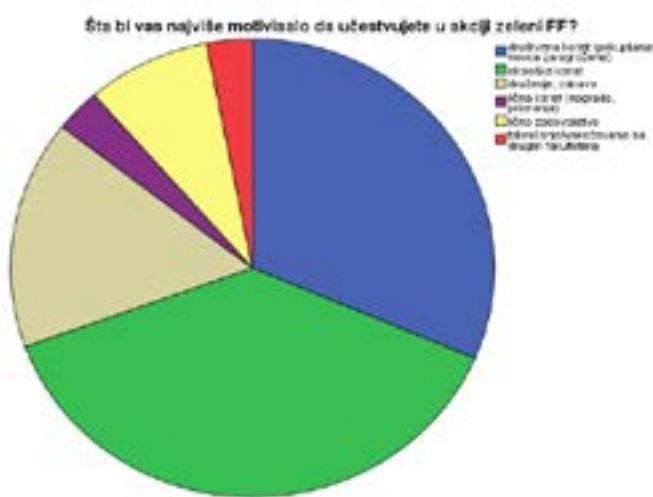
- Analizom rezultata utvrđeno je da studenti nemaju ujednačeno raspoređeno slobodno vreme, što je bilo očekivano, već da u nekim periodima imaju više vremena u nekim manje, te bi akcije trebalo sprovesti u aprilu ili maju pre nego što krenu letnji ispitni rokovi.
 - Analiza korišćenja digitalnih medija je pokazala da ispitanici najviše vremena provode na Instagramu, zatim na Facebook-u, te YouTube-u. Devojke provode više vremena na Instagram-u, dok momci provode nešto više vremena na Facebook-u. S obzirom da je oko 85% ispitanika ženskog pola, korisna je informacija da je Instagram važna, ako ne i najvažnija alatka koju treba koristiti kako bi se došlo do studenata, te treba više obrati pažnju na fotografije i vizuelni sadržaj koji može biti upotrebljen na Instagram-u. S druge strane, ne bi trebalo zanemariti ni Facebook s obzirom da se ova mreža pokazuje izuzetno važnom za diseminaciju informacija.
 - Što se tiče načina informisanja studenata, najvažnije su se pokazale generacijske Facebook grupe. Studenti teže da dobije informacije iz ličnih izvora, i da potraže pomoć od kolega kada im informacija nije dostupna, te su Facebook grupe najpogodnije za to. Studenti takođe posećuju sajt Fakulteta barem jednom nedeljno radi dobijanja konkretnih informacija (vreme predavanja, isпита, konsultacije, mejlovi...). Pretpostavlja se da bi studenti videli vest o akciji Zeleni Filozofski kada bi bila objavljena u odeljku „Odeljenske vesti“.
 - Kao eko aktivnosti za koje bi studenti bili najzainteresovaniji, izdvojile su se sledeće: projekcija filmova čiji se ulaz plaća materijalom za reciklažu i generacijsko sađenje drveća. Akcija sakupljanja papira i akcija razmene ridera su, takođe, zanimljivi studentima.
 - Studente bi najviše podstaklo da se uključe u akciju ako bi ta akcija donosila neku društvenu korist u smislu pomoći ugroženima (obeleženo plavom bojom na grafikonu). Potom bi ih podstaklo postojanje vidljive ekološke koristi, u sličnom procentu kao i društvena korist (zelena boja). Takođe je nađeno da bi druženje, zabava i upoznavanje ljudi uticalo na studente da se uključe (smeđa boja), međutim taj faktor je zastupljeniji kod muškaraca nego kod žena. Najbolje efekte bi postiglo povozivanje ekoloških korist određene akcije sa širom društvenom koristi (npr. čep za hen-

dikep) i akcije bi trebalo da budu zabavne (za muškarce je nešto važnija i lična korist u vidu nagrada & priznanja, ali ih je mali broj u uzorku pa ne možemo sa sigurnošću da tvrdimo da to važi za sve). Sociolozi i filozofi žele da menjaju svet, polazeći od ličnog primera, dok je kod psihologa još važna i želja da se pomogne drugim ljudima.

7. Studenti na Fakultetu najviše bacaju papir (preko 50%), zatim plastiku (45%). Limenke se bacaju u neznatnom broju.

U cilju razvijanje strategije kampanje digitalne i "oflajn" promocije, identifikovana su tri segmenta ciljne populacije (persone):

Grafikon 2: šta bi vas podstaklo da učestvujete u akciji Filozofski?



Persona (ciljna grupa) 1:

Studentkinja četvrte godine sociologije. Ekološka pitanja su joj važna ali treba da budu povezana sa još nekim pitanjima poput pomoći ugroženim osobama. Ona ima iskustva u akcijama i radu sa nevladinim organizacijama i želi da menja svet polazeći od ličnog primera. Provodi najviše vremena na Instagramu ali se informiše i preko generacijskih Facebook grupa. Slobodno vreme joj nije ravnomerno raspoređeno. Očekivano, najmanje vremena ima u periodu ispitnih rokova. Najviše bi volela da se organizuju projekcije filmova, sađenje drveća i sakupljanje papira, što je nađeno kod sva tri tipa persone.

Persona 2:

Student treće godine sociologije kome ekološke teme jesu bitne ali ne i najbitnije. Njegov želja je promena celokupnog društva i uključio bi se u akciju ako bi ona imala neki širi aspekt promene jer mu čisto ekološka korist nije najveća motivacija. Za njega je nađeno da bi ga druženje i zabava više motivisali na učešće nego kod drugih. On nema iskustva u radu nevladinih organizacija ili građanskih inicijativa. Provodi najviše vremena na Facebook-u, i informiše se na isti način kao i ostali.

Persona 3:

Studentkinja psihologije, prva godina. Najveća motivacija joj je pružanje pomoći drugim ljudima, te bi bila zainteresovana za ekološku akciju ako bi ta akcija imala i tu dimenziju. Pošto je tek upisala fakultet, verovatno nije učestvovala u radu organizacija ali bi bila voljna da se uključi u akciju. Najviše koristi Instagram, informiše se na isti način kako i ostali.

Iako je anketa pokazala da su za akciju najviše zainteresovani studentkinje i studenti (u manjem broju) uglavnom sa završnih godina sociologije, daljim promotivnim radom i preko neposrednih kontakata se ispostavilo da postoji međugeneracijska zainteresovanost i to na više katedri.



VIZUELNI IDENTITET INICIJATIVE „ZELENI FILOZOFSKI“

Logo [Zelenog filozofskog fakulteta](#) inspirisan je logoom Filozofskog fakulteta. Od nekoliko predloga, kao najbolji smo izabrali prikazani logo. Na njemu dominira svetlozelena boja koja, pored toga što asocira na prirodu, ima i mnoge druge pozitivne konotacije, kao što su: zdravlje, harmonija, sigurnost, kreativnost, mladost, nada. S tim u vezi, izbegavali smo da koristimo tamnozelenu boju, budući da se ona češće vezuje za novac, finansijske i vojne poslove, a i za neke negativne ljudske osobine kao što su ljubomora i pohlepa. Iz psihološke perspektive, svetlozelena boja je prijatna za oko i opuštajuća. Ista boja je primenjena i za vizuelnu pripremu promotivnog sadržaja za društvene mreže kao i za štampanje plakata / oslikavanje kanti za reciklažu.

U saradnji tima za dizajn i za sadržaj, došlo se do zaključka da će najviše efekta imati oni sadržaji koji spajaju šaljive i motivacione poruke, sa isto tako vedrim i kreativnim slikama.

Kako bi se naš sadržaj razlikovao od fotografija ili klipova koji se mogu preuzeti sa interneta, odlučili smo da na svakoj originalnoj slici u donjem desnom uglu stoji logo koji smo na početku napravili.

Što se tiče prve tri slike, ideja je bila da kroz igru reči i šaljive slike napravimo sadržaj koji će biti prijemčiv za studente sa različitih katedri na Filozofskom fakultetu.



Naredni set slika je koncipiran tako da na kreativan način pruže korisne informacije o „zelenim“ temama:

Ekološki (medunarodni) kalendar



JANUAR

26. januar – Svetski dan obrazovanja o zaštiti životne sredine / World Environmental Education Day
31. januar – Nacionalni dan bez duvana

FEBRUAR

2. februar – Svetski dan močvarnih područja / World Wetlands Day
14. februar – Svetski dan očuvanja energije / World Energy Day
18. februar – Medunarodni dan biološke kontrole / International Day of Biological Control



MART

5. mart – Svetski dan energetske efikasnosti
8. mart – Medunarodni dan žena / International Women's Day
14. mart – Medunarodni dan protiv brana, za reke, vodu i život / International Day against dams and for rivers, water and life
15. mart – Svetski dan zaštite potrošača / World Consumer Rights Day
21. mart – Svetski dan šumarstva / World Forestry Day
22. mart – Svetski dan vode / World Water Day
23. mart – Svetski dan meteorologije / World Meteorological Day



APRIL

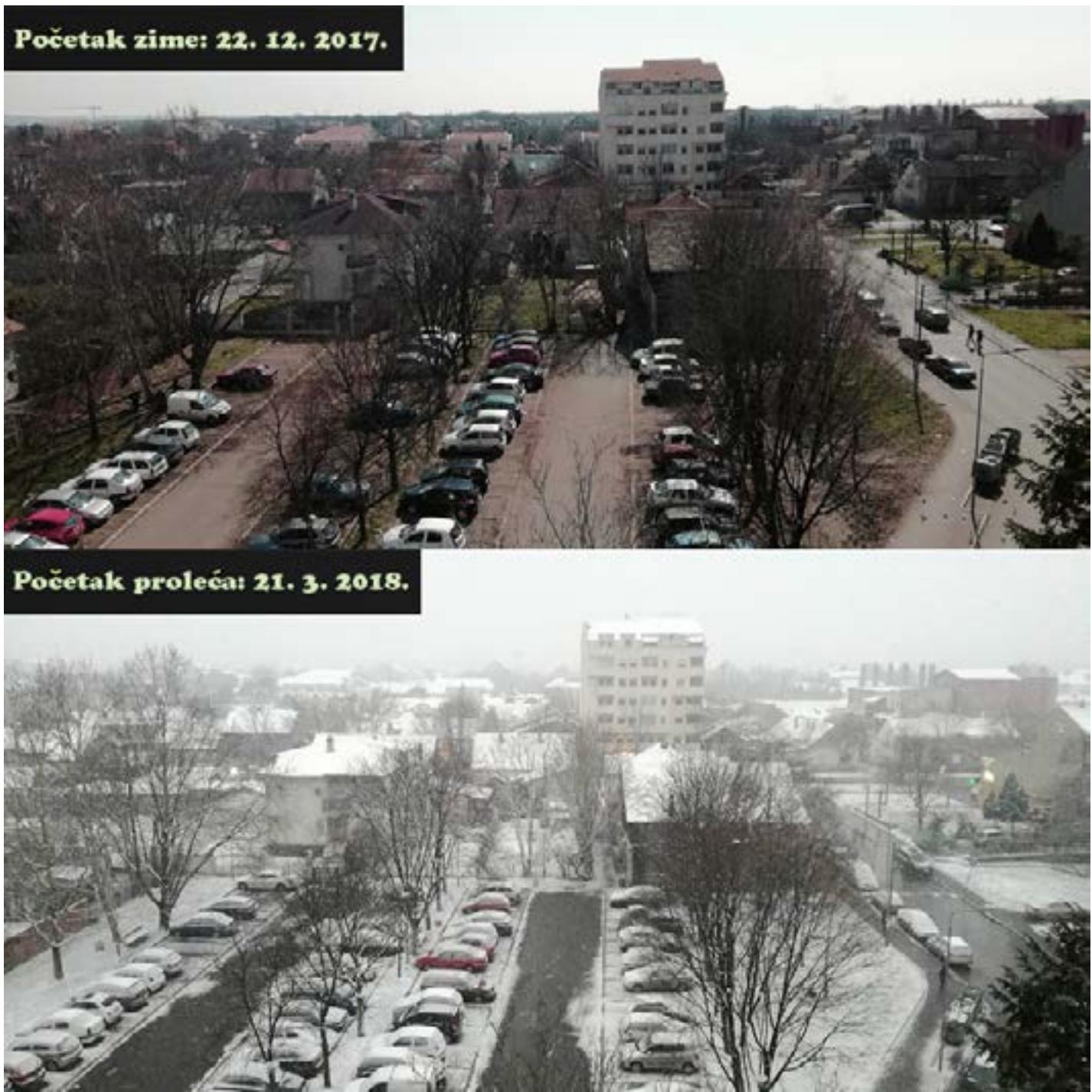
7. april – Svetski dan zdravlja / World Health Day
22. april – Dan planete Zemlje / Earth Day
24. april – Svetski dan zaštite životinja od eksperimenata nad njima
26. april – Dan Černobilske katastrofe
30. april – Dan Zavoda za zaštitu prirode Srbije



U Srbiji se godišnje upotrebi 2,5 milijarde plastičnih kesa.

Period razlaganja plastičnih predmeta u prirodnim uslovima kreće se od 10 do 1000 godina.

Smisao sledeće slike leži u pokušaju da podigne-
mo svest ljudi o činjenici da ljudski faktor u velikoj
meri dovodi do zagađenja životne sredine, a posle-
dično i do promene klimatskih uslova u globalnom
ekosistemu, što se, naravno, odražava i na klimu u
Srbiji:



Naredna slika je osmišljena tako da se na jednom mestu spoji prikaz zagađenja vazduha u Njujorku, Obrenovcu i Kini, čime se demonstrira da je to globalni problem koji pogađa sve delove planete. Međutim, prilikom konsultovanja sa timom za medije, shvatili smo da šalje prilično negativnu poruku koja će verovatno za većinu naših pratilaca biti odbojna, tako da je na kraju odlučeno da neće biti postavljena.



Pored toga, napravili smo i nekoliko motivacionih sadržaja:





Na kraju,

postarali smo se za to da našem zelenom projektu damo „ljudski lik”, tako što smo fotografisali učesnike i učesnice u radnom okruženju, ali i u spontanim situacijama:





PROMOTIVNA STRATEGIJA INICIJATIVE „ZELENI FILOZOFSKI“

S obzirom na limitirana sredstva za promociju inicijative „Zeleni Filozofski“, opredelili smo se da se promocija aktivnosti obavlja najvećim delom u digitalnoj sferi. Takođe, ovakva vrsta promocije zahteva najmanje korišćenje papira i drugih resursa, tako da je, u izvesnoj meri ekološki savesnija u odnosu na resursno intenzivne konvencionalne kampanje.

Kao kanali komunikacije sa studentima, promocije zelenih ideja i pokretanja akcije, koriste se Facebook i Instagram nalog, dok se za koordinaciju aktivnosti koristi zatvorena Facebook grupa. Za svaku od digitalnih platformi je razvijena različita strategija. Za Facebook se koriste informativniji materijali (duži tekstovi), dok je za Instagram sadržaj kampanje prilagođen foto i video formatu koji dominiraju na ovoj platformi. Vodi se računa o vremenu postavljanja postova kako bi bili što vidljiviji ciljnoj grupi studenata. Timovi za sadržaj i vizuelni identitet sarađuju u pripremi objava za društvene mreže, kako bi se koristilo što više izvornog a što manje materijala koji već postoji na internetu. Tim za promociju je zadužen za upravljanje nalozima na društvenim mrežama. S obzirom da se segmenti ciljne populacije razlikuju prema nizu osobina, sadržaj koji se postavlja na digitalne medije mora biti raznovrstan i prilagođen različitim interesovanjima.

U dogovoru sa timom za dizajn i komunikacije, tim za poruke/sadržaj šalje određene tekstove, statistike, citate poznatih (ili/i manje poznatih) naučnika, umetnika ili bilo kojih drugih javnih ličnosti kako bismo privukli ostale studentkinje i studente, prvo da zaprate naše stranice na Facebook-u i Instagramu, a kasnije i da nam se priključe u konkretnim akcijama. Naravno, najveći akcenat je na parolama i motivacionim porukama koje smišljamo mi sami, ali i isticanju predloga koje nam šalju oni koji nisu direktno uključeni u sam projekat i koji žele da pomognu i preuzmu na sebe aktivno učešće, jer nam je jako važno da uvide koliko nam njihova pomoć i podrška znače i koliko su zapravo važni za ceo ovaj proces.

Naš rad možete videti na Facebook stranici Zeleni Filozofski kao i na našem instagram profilu. Najčešće se radi o opisu slika, ali i zanimljivim ekološkim anegdotama, statistici, zanimljivostima sa naših prostora, ali i iz sveta.

Nadamo se da će naš timski rad (ne samo tima za sadržaj već i složan rad sa svim drugim grupama) uspeti da privuče veliki broj studentkinja i studenata i da će ova inicijativa uspeti da se prenese i na mlade generacije.

Primeri poruka

„Ekološka borba nije sama po sebi jedan kraj, ona je jedna etapa“ Andre Gorz

„Ekološka borba nije sama po sebi jedan kraj, ona je jedna etapa“ Andre Gorz

Zološki vrt u Tokiju se zatvara na dva meseca jednom godišnje kako bi se životinje odmorile od ljudi

- Za pravljenje toalet papira, svaki dan se poseće 27. 000 stabala.
- 97% vode na planeti je slana voda.
- Da bi se proizveo (uzgajao) kilogram pirinča potrebno je 5. 000 litara vode.
- Recikliranje jedne tone papira spasi 17 stabala.
- U Evropi za Božić se poseće oko 60 miliona jelki.
- Ukupna količina elektronskog otpada za 2016. godinu jednak je veličini 4. 500 Ajfelovih kula.
- Stiroporu treba između 500 i milion godina da se razloži.
- Preko 90% živih vrsta koje su ikada postojale na Zemlji je danas istrebljeno.
- Kada bi se ceo Antarktik otopio nivo svetskog mora bi se podigao za 60 centimetara.
- Svaki Kinez stariji od 11 godina ima zakonsku obavezu da zasadi barem jedno drvo godišnje.
- Ljudi dnevno (u proseku) naprave 2 kilograma smeća.
- 90% smeća u okeanima je plastika.
- Aluminijumu treba više od 200 godina da se razloži.
- Jedna plastična kesa se u proseku razgrađuje 400 godina.
- Ako iz slavine svake sekunde padne kap vode, na godišnjem nivou se tako potroši 6. 000 l vode.
- Sociologija i ekologija mogu ići držeći se za ruke.
- „Zeleno“ misli „zeleno“ deluj!!!
- Izdrži i održi „Zeleni FF“
- Izučavaj društvo svestan važnosti prirode!

PLANIRANE AKTIVNOSTI

„Ekološka borba nije sama po sebi jedan kraj, ona je jedna etapa“ - Andre Gorz

1. Snimanje videa „gašenja svetla“ inspirisan globalnom akcijom „Sat za našu planetu“.
2. Pravljenje velikog plakata na kome bi se isticala važnost reciklaže, kroz prikaz različitih primera ugroženosti naše planete.

3. Oslikavanje kanti za reciklažu.
4. **Obeležavanje Dana planete Zemlje**
(23.4.2018.) - Organizovanje dana prikupljanja papira - ridera i nepotrebnog papira koji bi studenti doneli, papira iz okolnih fotokopirnica. Sav prikupljeni papir bi se dao udruženju Živimo zajedno. Tom prilikom bi se od ulaza na fakultet do trećeg sprata, postavile zelene strelice ili zelena stopala, koja bi upućivala na određene zanimljivosti i dešavanja tog dana. Takođe, snimili bi se događaji na fakultetu na osnovu čega bi bio napravljen mini film.
5. Organizovanje projekcije ekoloških filmova
6. Organizovanje tribine sa studentima istorije o istorijatu razvoja ekoloških pokreta
7. Sadnja drveta generacije
8. Postavljanje nalepnica pored kompjutera da se na kraju dana (ili po prestanku korišćenja) uređaji isključe
9. Učešće na Starwood festivalu (dobili smo ponudu da učestvujemo u organizaciji Starwood festivala koji se održava od 29. 04. do 01. 05. u Zvezdarskoj šumi, sa ciljem očuvanja iste).

