



Τεχνολογικό  
Πανεπιστήμιο  
Κύπρου

Σχολή Καλών και  
εφαρμοσμένων Τεχνών

**Πτυχιακή εργασία**

**ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΑΙΣΘΗΤΟΠΟΙΗΣΗΣ  
ΓΙΑ ΤΗ ΜΕΙΩΣΗ ΧΡΗΣΗΣ ΠΛΑΣΤΙΚΩΝ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΩΝ  
ΜΙΑΣ ΧΡΗΣΗΣ**

**Νικολέττα Περικλέους**

**Λεμεσός, Απρίλιος 2022**



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΥΠΡΟΥ  
ΣΧΟΛΗ ΚΑΛΩΝ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΩΝ  
ΤΜΗΜΑ ΠΟΛΥΜΕΣΩΝ ΚΑΙ ΓΡΑΦΙΚΩΝ ΤΕΧΝΩΝ

Πτυχιακή εργασία

**ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΥΑΙΣΘΗΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΓΙΑ ΤΗ  
ΜΕΙΩΣΗ ΧΡΗΣΗΣ ΠΛΑΣΤΙΚΩΝ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΩΝ  
ΜΙΑΣ ΧΡΗΣΗΣ**

της  
Νικολέττας Περικλέους

Επιβλέπων Καθηγητής

Δρ. Νίκος Σουλελής

Λεμεσός, Απρίλιος 2022

## **Πνευματικά δικαιώματα**

Copyright © Νικολέττα Περικλέους, 2022

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας από το Τμήμα Πολυμέσων και Γραφικών Τεχνών του Τεχνολογικού Πανεπιστημίου Κύπρου δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Τμήματος.

Θα ήθελα να ευχαριστήσω ιδιαίζόντως τον επιβλέποντα καθηγητή μου Δρ. Νίκο Σουλελέ για την εμπιστοσύνη και την άψογη καθοδήγηση του κατά την συγγραφή της παρούσας πτυχιακής εργασίας.

Ταυτόχρονα, ευχαριστώ όλους τους συμμετέχοντες για την πολύτιμή βοήθεια που έχουν προσφέρει καθόλη τη διάρκεια.

Τέλος θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά την οικογένεια μου, για όλη την στήριξη και την ανοχή τους κατά την διεκπεραίωση της πτυχιακής αυτής.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η απουσία μια νέας ματιάς στην ευαισθητοποίησης για την μείωση πλαστικών αντικειμένων μιας χρήσης αλλά και η έλλειψη ενημέρωσης στην Κύπρο ήταν η αφορμή για την γράφουσα – ερευνήτρια στην δημιουργία μιας σχεδιαστική καμπάνια η οποία απευθύνεται σε νέους της Κυπριακής κοινωνίας. Στόχος αυτής της πτυχιακής εργασίας ήταν να αναπτυχθεί μια αποτελεσματική και δημιουργική καμπάνια ενάντια των πλαστικών αντικειμένων μιας χρήσης με σκοπό την ευαισθητοποίηση και την ενημέρωση.

Για την επίτευξη της καμπάνιας αυτής, πραγματοποιήθηκε σε πρώτη φάση μια βιβλιογραφική ανασκόπηση με θέμα τις επιπτώσεις των πλαστικών μιας χρήσης στο περιβάλλον και την υγεία. Γίνετε αναφορά σε επιπτώσεις των Ευρωπαϊκών θαλασσών, επιπτώσεις στην Κύπρο και στατιστικά στο εξωτερικό και εσωτερικό. Η μεθοδολογία που υιοθέτησε η γράφουσα της εργασίας αυτής είναι η έρευνας δράσης με φοιτητές, ηλικίας 18-25 ετών κυρίως από την σχολή καλών και εφαρμοσμένων τεχνών. Για την συλλογή των δεδομένων εφαρμόστηκε μια διπλή διασταύρωση διαφορετικών μεθόδων συλλογής δεδομένων ώστε να εφαρμοστεί «τριγωνοποίηση». Τα εργαλεία που χρησιμοποιήθηκαν ήταν η ατομική παρατήρηση και τα ερωτηματολόγια. Η ολοκλήρωση της έρευνας δράσης βοήθησαν την ερευνήτρια να συγκεντρώσει παρατηρήσεις, σημαντικά συμπεράσματα και εισηγήσεις για μελλοντική βελτίωση της καμπάνιας.

**Λέξεις κλειδιά:** Καμπάνια, Πλαστικά μιας χρήσης, Ευαισθητοποίηση, Σχεδιασμός, Αφίσες.

## **ABSTRACT**

The absence of a visual communication approach on the awareness for the reduction of disposable plastic objects and the lack of information in Cyprus were the reasons for the writer-researcher to create a design campaign aimed at young people in Cypriot society. This dissertation aimed to develop an effective and creative campaign against disposable plastic items to raise awareness and share related information. To achieve this campaign, a literature review on the effects of disposable plastics on the environment and health was conducted in the first phase. It refers to the impact on European seas and Cyprus and examines statistics abroad and at home. The methodology adopted is action research with students, aged 18-25 years. A double data collection method was applied to achieve triangulation and the tools used were individual observation and questionnaires. The completion of the action research helped the researcher gather observations. This thesis concludes with important suggestions for the future improvement of the campaign

**Keywords:** Campaign, One use plastics, Awareness, Design, Posters.

## ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ .....	v
ABSTRACT .....	vi
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ .....	vii
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ .....	x
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ.....	xi
ΑΠΟΔΟΣΗ ΟΡΩΝ.....	xii
1 Εισαγωγή.....	1
2 Βιβλιογραφική ανασκόπηση .....	4
2.1 Στατιστικά στην Κύπρο .....	4
2.2 Πλαστικά στις θάλασσες .....	4
2.3 Πλαστικά και υγεία.....	5
2.4 Σχετικές καμπάνιες.....	6
3 Μεθοδολογία.....	10
3.1 Η έρευνα δράσης .....	10
3.3 Περιορισμοί της έρευνας δράσης, εγκυρότητα .....	12
3.4 Θέματα Δεοντολογίας - Ηθικά ζητήματα και πως αντιμετωπίστηκαν .....	12
3.5 Δείγμα.....	12
3.6 Διαδικασία ανάλυσης δεδομένων .....	12
3.8 Περιορισμοί και οριοθετήσεις.....	13
3.9 Τα ερευνητικά ερωτήματα .....	13
4 Πρώτο στάδιο έρευνας δράσης .....	14
4.1 Θέματα από την ατομική παρατήρηση.....	14
4.2 Θέματα από τα Ερωτηματολόγια για τις αφίσες .....	14



4.3	Θέματα από τα ερωτηματολόγια για την καρτέκλα.....	16
4.4	Ατομική παρατήρηση .....	18
4.5	Αλλαγές στις εφαρμογές.....	18
5	Δεύτερο στάδιο έρευνας δράσης.....	20
5.1	Θέματα από την ατομική παρατήρηση κατά το δεύτερο στάδιο της έρευνας δράσης ..	20
5.2	Θέματα από τα ερωτηματολόγια κατά το δεύτερο στάδιο της έρευνας δράσης.....	20
6	Περιγραφή της ανάπτυξης του έργου.....	22
6.1	Σχεδιασμός και ανάπτυξη έργων μέσα από την έρευνα.....	22
6.1.1	Σχεδιαστική απεικόνιση.....	22
6.1.2	Χρωματική παλέτα.....	23
6.1.3	Γραμματοσειρά.....	23
6.1.4	Γλωσσολογικό μήνυμα των αφισών.....	23
6.1.5	Ιεραρχία των αφισών.....	24
6.1.6	Η καρτέκλα .....	24
6.1.7	Λογότυπο.....	25
6.1.8	Χρήση Λογισμικών .....	25
6.2	Δείγματα πρακτικού έργου στον πρώτο κύκλο της έρευνας.....	26
6.3	Ολικό πρακτικό έργο δευτέρου κύκλου της έρευνας/τελικής καμπάνιας .....	27
	Επίλογος.....	28
	Βιβλιογραφία.....	30
	Παράρτημα 1 .....	32
	Παράρτημα 2.....	33



## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΕΙΚΟΝΩΝ

Εικόνα 1: Αφίσες της Surfrider.....	6
Εικόνα 2: Καμπάνια του οργανισμού Zero Co για τα προϊόντα της.....	6
Εικόνα 3: Καμπάνια του οργανισμού Zero Co για τα προϊόντα της.....	7
Εικόνα 4: Αφίσες από την καμπάνια από την WWF για το χρώμα τις χρονιάς. ....	7
Εικόνα 5: Αφίσες από την καμπάνια Plastic Ocean της ομάδας Sea Shepherd.....	8
Εικόνα 6: Αφίσες από την καμπάνια Plastic Matters του Syddharth Mate. ....	9
Εικόνα 7: Αναπαράσταση του κύκλου δράσης για την έρευνα δράσης. ....	11
Εικόνα 8: Δείγματα από την εικονογράφηση.....	22
Εικόνα 9: Η παλέτα χρωμάτων που χρησιμοποιήθηκε κατά την προσέγγιση της καμπάνιας. ....	23
Εικόνα 10: Το γλωσσολογικό μήνυμα και το σλόγκαν των αφισών.....	24
Εικόνα 11: Το λογότυπο της καμπάνιας. ....	25
Εικόνα 12: Δείγμα από τις αφίσες στο πρώτο κύκλο της έρευνας.....	26
Εικόνα 13: Η καρτέκλα στο πρώτο κύκλο της έρευνας.....	26
Εικόνα 14: Δείγμα από τις αφίσες στο δεύτερο κύκλο της έρευνας. ....	27
Εικόνα 15: Δείγμα από την καρτέκλα στο δεύτερο κύκλο της έρευνας.....	27

## ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1: Οι απαντήσεις των φοιτητών για το μήνυμα των αφισών.....	15
Πίνακας 2: Οι απαντήσεις για βελτίωση του σχεδιαστικού κομματιού για τις αφίσες.....	15
Πίνακας 3: Οι απαντήσεις για την γνώμη για την σύνθεση των αφισών.....	16
Πίνακας 4: Απαντήσεις για το πως γίνεται η ανακύκλωση πλαστικών σακουλιών για την καρέκλα.....	16
Πίνακας 5: Απαντήσεις για βελτίωση της καρέκλας.....	17

## ΑΠΟΔΟΣΗ ΟΡΩΝ

QR code                      QR: Quick Response. Ένα είδος γραμμωτού κώδικα (Barcode) ο οποίος μπορεί να διαβαστεί πολύ εύκολα από ηλεκτρονικές συσκευές.

# 1 Εισαγωγή

## 1.1 Περιγραφή του Προβλήματος

Το πρώτο συνθετικό πολυμερές εφευρέθηκε το 1869 από τον John Wesley Hyatt (History and Future of Plastics, 2019). Σύμφωνα με το ινστιτούτο Science History Institute στο άρθρο “History and Future of Plastics” αναφέρει ότι αρχικά πίστευαν ότι τα πλαστικά θα μπορούσαν να προστατεύσουν τον φυσικό κόσμο από τις καταστροφικές δυνάμεις της ανθρώπινης ανάγκης. Παρά την αρχική ιδέα ότι τα πλαστικά θα έσωζαν τον φυσικό κόσμο, στις μέρες μας παρατηρούμε ότι ισχύει το αντίθετο.

Η πλαστική ρύπανση έχει γίνει ένα από τα πιο πιεστικά περιβαλλοντικά ζητήματα, καθώς η ταχέως αυξανόμενη παραγωγή πλαστικών προϊόντων μιας χρήσης υπερκαλύπτει την ικανότητα του κόσμου να τα αντιμετωπίσει (Parker, 2021). Οι άνθρωποι σε όλο τον κόσμο αγοράζουν ένα εκατομμύρια πλαστικά μπουκάλια, κάθε λεπτό που περνάει ο αριθμός αυξάνεται. Κάθε χρόνο, μεταξύ 8 και 10 δισεκατομμυρίων κιλών πλαστικών απορριμμάτων καταλήγουν στον ωκεανό, όπου διασπώνται σε μικρά κομμάτια που δεν μπορούν πλέον να ανακτηθούν (Plastics in the Environment, 2019).

Υπολογίζεται ότι περισσότεροι από 10 εκατομμύρια τόνοι πλαστικού απορρίπτονται στους ωκεανούς μας κάθε χρόνο (Plastic Oceans International, 2021). Το 60% με 80% όλων των σκουπιδιών που βρίσκονται στις Ευρωπαϊκές θάλασσες αποτελείται από σκουπίδια. Η Μεσόγειος Θάλασσα έχει ένα από τα υψηλότερα επίπεδα πλαστικής ρύπανσης στον κόσμο. Συγκεκριμένα στην Κύπρο το 80% των σκουπιδιών που συλλέγονται στις παραλίες μας είναι πλαστικά απόβλητα. Λόγων αυτών των σκουπιδιών δημιουργούνται πολλά προβλήματα στο οικοσύστημα μας. Για παράδειγμα τα πλαστικά τραυματίζουν τα ζώα της θάλασσας, τα οποία συχνά μπλέκονται στα μεγάλα πλαστικά κομμάτια και περνούν τα μικρότερα για φαγητό. Συνέπια αυτού είναι να εμποδίζεται η πέψη του κανονικού φαγητού, ενώ ταυτόχρονα προσελκύει και τοξικές ουσίες στον οργανισμό τους (Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, 2018).

Εκατομμύρια ζώα σκοτώνονται από πλαστικά κάθε χρόνο, από πουλιά μέχρι ψάρια και άλλους θαλάσσιους οργανισμούς. Σχεδόν 700 είδη, συμπεριλαμβανομένων εκείνων που απειλούνται με εξαφάνιση, είναι γνωστό ότι έχουν επηρεαστεί από τα πλαστικά. Σχεδόν κάθε είδος θαλασσοπούλι τρώει πλαστικά (Plastics in the Environment, 2019). Πέρα των ζώων ακόμα και οι άνθρωποι τρώνε πλαστικό μέσω της διατροφικής αλυσίδας, ωστόσο παραμένει

άγνωστο το πώς αυτό επηρεάζει την υγεία του. Η Κύπρος παράγει 640 κιλά αστικά απόβλητα κατά κεφαλήν ανά έτος, πολύ υψηλότερα από τον μέσο όρο της ΕΕ των 482 κιλών. Μέχρι στιγμής δεν υπάρχουν σχεδόν καθόλου διαθέσιμες επιλογές «αναπλήρωσης και επαναχρησιμοποίησης» (Plastics in the Environment, 2019).

## 1.2 Αναγκαιότητα της μελέτης

Η αναγκαιότητα της πτυχιακής εργασίας προκύπτει από τα προαναφερόμενα στην εισαγωγή. Ο βασικός σκοπός αυτής της πτυχιακής εργασίας είναι η ανάπτυξη μιας καμπάνιας για ευαισθητοποίηση και ενημέρωση για τη σωστή χρήση ή και αντικατάσταση των πλαστικών μιας χρήσης. Καθοριστικό ρόλο στην επιλογή αυτού του θέματος αποτέλεσε η ελάχιστη δράση της Κυπριακής κοινωνίας στο τομέα αυτό. Στην Κύπρο δεν έγιναν αρκετές σχεδιαστικές καμπάνιες περί του θέματος.

Επίσης σημαντικό ρόλο για την δημιουργία αυτής της καμπάνιας είναι η άγνοια των πολιτών με αποτέλεσμα ραγδαία ο πλανήτης να μολύνετε όλο και περισσότερο τα τελευταία χρόνια. Σε μια συνέντευξη ενός μέλους της ομάδας Earth and Ocean αναφέρει «Δυστυχώς, αν και οι περισσότεροι γνωρίζουν πόσο βλαβερό είναι το πλαστικό δεν έχουν ακόμη αντιληφθεί το μέγεθος του προβλήματος. Επίσης, η ελλιπής ενημέρωση για την ανακύκλωση συμβάλλει στο πρόβλημα. Ζούμε με την ψευδαίσθηση ότι όλα τα πλαστικά ανακυκλώνονται. Σαφώς και κάτι τέτοιο δεν ισχύει. Για παράδειγμα τα πλαστικά ποτήρια μιας χρήσης, ενώ είναι ανακυκλώσιμο υλικό, στην Κύπρο δεν ανακυκλώνονται».

Σκοπός αυτής της πτυχιακής είναι η ευαισθητοποίηση στη μείωση των πλαστικών μιας χρήσης στον ελάχιστο δυνατό βαθμό και η ενημέρωση του κόσμου. Το δείγμα επικεντρώνεται σε Κύπριους πολίτες ηλικίας 20 – 30 ετών. Στόχος μου είναι μέσω αυτής της πτυχιακής εργασίας να δημιουργηθεί μια εύστοχη και αποτελεσματική καμπάνια με πρωτότυπο και μοναδικό σχεδιασμό ούτως ώστε να υπάρξει ενημέρωση και ευαισθητοποίηση του συγκεκριμένου κοινού κατά των πλαστικών μιας χρήσης.

Τα ερευνητικά ερωτήματα τα οποία έχουν τεθεί στην συγκεκριμένη πτυχιακή είναι:

- 1) Ποιες είναι οι σχεδιαστικές προκλήσεις που αντιμετώπισε η ερέυνα για την μείωση των πλαστικών μιας χρήσης.
- 2) Πως αξιολογήθηκε η σχεδιαστική παρέμβαση από φοιτητές ηλικίας 18-25 και ποια τα αποτελέσματα της;

3) Τι θα μπορούσε να γίνει μελλοντικά για να βελτιωθεί η σχεδιαστική παρέμβαση;

Το παρόν κείμενο αποτελεί την εισαγωγή της εργασίας στην οποία αναφέρεται σε γενικές γραμμές η προβληματική της έρευνας, ο σκοπός διεξαγωγής της και οι στόχοι της, καθώς και η σημασία και αναγκαιότητά της. Στη συνέχεια, αυτά θα αναλυθούν διεξοδικά ακολουθώντας την παρακάτω δομή, εξαιρουμένων της περίληψης και της εισαγωγής.

### **1.3 Δομή της πτυχιακής**

Η πτυχιακή εργασία αρχίζει με την βιβλιογραφική ανασκόπηση. Σε αυτό το μέρος θα αναφερθεί μια μικρή ιστορική αναδρομή και μια ενημέρωση για το τι συμβαίνει στην Κύπρο σε σχέση με τα πλαστικά μιας χρήσης. Γίνεται λόγος για τα προβλήματα που δημιουργούν τα πλαστικά στο περιβάλλον και την ανθρώπινη φύση. Επιπλέον παρουσιάζονται σχετικές καμπάνιες αυτού του προβλήματος που έχουν γίνει στο εξωτερικό και στην Κύπρο.

Ακολουθεί η μεθοδολογία σχεδιασμού και ανάπτυξης που χρησιμοποιήθηκε για αυτή την εργασία. Γίνεται αναφορά στη διαδικασία συλλογής δεδομένων καθώς επίσης και στα εργαλεία συλλογής τους. Επιπλέον αναφέρετε η διαδικασία ανάλυσης και επεξεργασίας των δεδομένων. Στις δύο επόμενες ενότητες αναλύονται τα αποτελέσματα της έρευνας.

Αναφέρονται οι πληροφορίες από την διαδικασία συλλογής δεδομένων. Στη συνέχεια γίνεται περιγραφή της πρακτικής ανάπτυξης του έργου η οποία περιλαμβάνει την ανάπτυξη και την σχεδιαστική σκέψη των εφαρμογών. Ακολουθεί μια περίληψη η οποία εμπεριέχει τα συμπεράσματα των αποτελεσμάτων των παραπάνω ενοτήτων και γίνεται αναφορά σε διαπιστώσεις που κατέληξαν στο αποτέλεσμα. Ακολουθούν οι βιβλιογραφικές αναφορές, ταξινομούνται άρθρα, βιβλία, σύνδεσμοι στο διαδίκτυο και άλλες πηγές που χρησιμοποιήθηκαν για τους σκοπούς ολοκλήρωσης του θεωρητικού πλαισίου του έργου αυτού. Τέλος η ενότητα με τα παραρτήματα επεξηγεί ορισμένα σημεία, με σκοπό την καλύτερη κατανόηση και επεξήγηση.



## **2 Βιβλιογραφική ανασκόπηση**

Σήμερα τα πλαστικά είναι γνωστά για τη βιωσιμότητα, τη δύναμη και την ευελιξία σχεδίασής τους, βρίσκοντας μοναδικές και καινοτόμες εφαρμογές σε τομείς που κυμαίνονται από την υγειονομική περίθαλψη και την ιατρική, την τεχνολογία των καταναλωτών, την αυτοκινητοβιομηχανία, τη συσκευασία, την αεροδιαστημική, την οικοδομή και τις κατασκευές και όλα τα ενδιάμεσα (History of plastics, 2021). Ωστόσο όμως η κατάχρηση του πλαστικού υπέφερε πολλά περιβαλλοντικά προβλήματα.

### **2.1 Στατιστικά στην Κύπρο**

Τις τελευταίες δεκαετίες, τα φυσικά υλικά που χρησιμοποιούνται στην κατασκευή, όπως το χαρτί, το γυαλί και το βαμβάκι, έχουν αντικατασταθεί από πλαστικό. Γνωρίζουμε ότι αυτή η πανταχού παρούσα χρήση πλαστικών έχει οδηγήσει σε ακραία πλαστική ρύπανση του περιβάλλοντος μας (How Plastic Affects & Threatens Human Health, 2021). Σύμφωνα με τον οργανισμό Deryneia η Κύπρος αντιμετωπίζει μεγάλο πρόβλημα με την ανεξέλεγκτη ρίψη και απόρριψη πλαστικών υλών στις βουνοπλαγιές, στις χωματερές και ιδιαίτερα εντός της νεκρής ζώνης. Ένα από τα κύρια προβλήματα δημιουργείτε από τα πλαστικά καλαμάκια τα οποία κρύβονται στην άμμο και καταλήγουν στη θάλασσα (Καραγιάννης, n.d.). Να σημειωθεί ότι στις 2 Ιουλίου του 2021, τέθηκε η οδηγία που αφορά την απαγόρευση μερικών πλαστικών μιας χρήσης σε όλα τα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης συμπεριλαμβανόμενης και της Κύπρου. Μερικά από τα πλαστικά που έχουν καταργηθεί είναι και τα καλαμάκια όπως και τα πλαστικά τα μαχαιροπήρουνα και πιάτα. (European Union: Ban on Single-Use Plastics Takes Effect, 2021) Πέρα του νόμου όμως υπάρχουν ακόμη στις κυπριακές αγορές τα πλαστικά προϊόντα μιας χρήσης. Όπως και αρκετά εστιατόρια και καφετέριες δεν το τηρούν.

### **2.2 Πλαστικά στις θάλασσες**

Στις θάλασσες της Κύπρου (Μεσόγειο), τα παράκτια αστικά κέντρα, ο τουρισμός και οι δραστηριότητες αναψυχής κατά μήκος των ακτών αποτελούν τις σημαντικότερες πηγές θαλάσσιων απορριμμάτων, όπως πλαστικό, αλουμίνιο και γυαλί (Μεσογειακό παράρτημα ICC, 2002-2006). Ειδικότερα στην Κύπρο, σύμφωνα με τα στοιχεία που συλλέγονται κατά τη διάρκεια της ετήσιας εκστρατείας καθαρισμού από την ΑΚΤΗ Κέντρο Μελετών και

Έρευνας, τα πλαστικά, και συγκεκριμένα όσα σχετίζονται με το κάπνισμα και τους χώρους αναψυχής, όπως π.χ. γόπες από τσιγάρα, σακούλες, πώματα, καλαμάκια και μικροπλαστικά, αναδεικνύονται ως το επικρατέστερο σκουπίδι, γεγονός που δικαιολογεί την ιδιαίτερη κινητοποίηση για την άμεση λήψη μέτρων (ΑΚΤΗ, 2018).  
γνωμοδότησης.

### **2.3 Πλαστικά και υγεία**

Ωστόσο, τα πλαστικά περιέχουν επίσης κινδύνους για την υγεία. Κύρια ανησυχία είναι οι χημικές ουσίες γνωστοί και ως ενδοκρινικοί διαταράκτες, η ανθρώπινη έκθεση μαζί τους μπορεί να επηρεάσει την υγεία μας μέσω τριών οδών: Τρώμε, πίνουμε και αναπνέουμε μικροπλαστικά κάθε μέρα (How Plastic Affects & Threatens Human Health, 2021). «Σε κάθε στάδιο του κύκλου ζωής του, το πλαστικό ενέχει διακριτούς κινδύνους για την ανθρώπινη υγεία, που προκύπτουν τόσο από την έκθεση σε πλαστικά σωματίδια όσο και από τις σχετικές χημικές ουσίες... Κατά την διάρκεια του εξευγενισμού και παραγωγής πλαστικών ρητινών και προσθέτων, απελευθερώνονται καρκινογόνες και άλλες εξαιρετικά τοξικές ουσίες στον αέρα, με επιπτώσεις όπως βλάβη του νευρικού συστήματος, αναπαραγωγικά και αναπτυξιακά προβλήματα, καρκίνο, λευχαιμία και γενετικές επιπτώσεις όπως χαμηλό βάρος γέννησης (Coalition, 2019). Επίσης μέσω των συσκευασιών μπορεί να οδηγηθεί μια κατάποση ή και εισπνοή. Καταναλωτικά προϊόντα και συσκευασίες, που μπορεί να οδηγήσουν σε κατάποση ή και εισπνοή μικροπλαστικών σωματιδίων και εκατοντάδων τοξικών ουσιών.

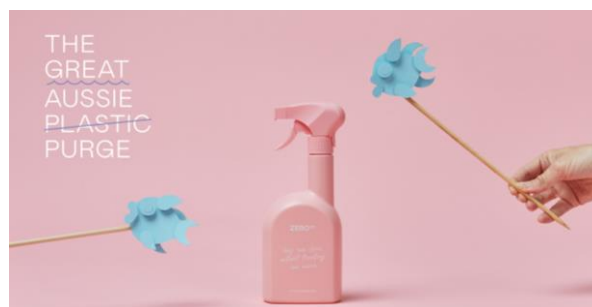
Όχι μόνο η ανθρώπινη υγεία αλλά και η υγεία των ζώων έχει αντίκτυπο από τα πλαστικά. Πολλά ζώα καταλήγουν να τρώνε τα πλαστικά απορρίμματά με αποτέλεσμα να συσσωρεύονται μέσα στο σώμα τους και να προκαλούν προβλήματα υγείας όπως τρυπημένα όργανα ή θανατηφόρα εντερικά προβλήματα (Lindwall, 2021).

## 2.4 Σχετικές καμπάνιες



**Εικόνα 1:** Αφίσες της Surfrider.

Οι συγκεκριμένες αφίσες δημιουργήθηκαν από την Surfrider. Βρίσκω τη συγκεκριμένη καμπάνια υπερβολικά εύστοχη γιατί δίνει ευθέως την πικρή αλήθεια στον θεατή. Σου δίνει ένα ξεκάθαρο μήνυμα και δεν σου δίνει περιθώριο για να δεις κάτι διαφορετικό από αυτό που δείχνει. Επίσης παίζει με το συναίσθημα του θεατή, προκαλεί μια άμεση συγκίνηση αλλά και συνειδητοποίηση. Μεγάλη δύναμη έχουν και τα σλόγκαν που έχουν χρησιμοποιηθεί.

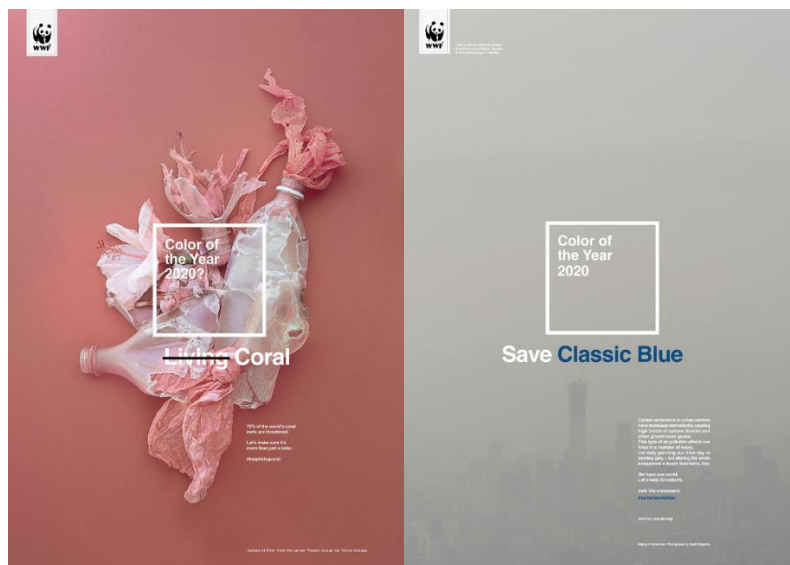


**Εικόνα 2:** Καμπάνια του οργανισμού Zero Co για τα προϊόντα της.



**Εικόνα 3:** Καμπάνια του οργανισμού Zero Co για τα προϊόντα της.

Η Zero Co είναι μια ομάδα που δημιούργησε ένα ηλεκτρονικό κατάστημα (αλλά και κατάστημα στην Αυστρία). Όλα τα προϊόντα τους είναι κατασκευασμένα από ανακυκλωμένο πλαστικό που συνήθως τα μαζεύουν μέσω των εκδηλώσεων που δημιουργούν. Επίσης τα προϊόντα τους είναι reusable συσκευασίες για διάφορους σκοπούς όπως συσκευασίες για σαπούνια, για γάλα, παγουρίνα κ.α. Είναι εντυπωσιακό πως κάτι τόσο μικρό που θα έμενε στην γη για χρόνια μετατρέπεται σε μια πανέμορφη και χρήσιμη συσκευασία. Επίσης το design που τους δίνουν είναι φιλικό και ενδιαφέρον που σου δημιουργούν μια οικία αίσθηση. Πέρα των συσκευών οι αφίσες και τα σλόγκαν τους είναι υπερβολικά εύστοχα και χαρούμενα. Προωθεί την μείωση του πλαστικού αλλά μέσω μιας χαρούμενης προσέγγισης.



**Εικόνα 4:** Αφίσες από την καμπάνια από την WWF για το χρώμα τις χρονιάς.

Η WWF και η White Rabbit έχουν δημιουργήσει δυο αφίσες τα οποία είναι εμπνευσμένα από τα χρώματα της χρονιάς της Pantone (2019, 2020) Living Color και Classic Blue. Μια πολλή έξυπνη προσέγγιση του θέματος με ένα αρκετά διαφορετικό concept και σκεπτικό. Το πρώτο αγωνίζεται για την προστασία των κοραλλιογενών υφάλλων και στο δεύτερο το παγκόσμιο πρόβλημα της ατμοσφαιρικής ρύπανσης (WWF-Hungary wants us to Save Pantone's Colour of the Year. Again, 2020). Δύο αφίσες με απλότητα και δυνατές εικόνες. Πανέξυπνα είναι και τα λογοπαίγνια που έχουν δημιουργήσει στα οποία τα χρώματα από Living Coral γίνεται σκέτο Coral και το Classic Blue γίνεται Save Classic Blue. Βρίσκω τον έμμεσο τρόπο που στέλνει το μήνυμα αρκετά εντυπωσιακό.



**Εικόνα 5:** Αφίσες από την καμπάνια Plastic Ocean της ομάδας Sea Shepherd.

Η Sea Shepherd είναι ένας διεθνής μη κερδοσκοπικός οργανισμός που κύριος της σκοπός είναι η διατήρηση και προστασία των ωκεάνιου κόσμου από την καταστροφή του περιβάλλοντος (Who We Are, 2021). Μέσα από την καμπάνια δημοσίευσε τρεις αφίσες μαζί με ένα βίντεο από την FF New York. Αυτά τα τρία αφίσες είναι φωτεινά, πολύχρωμα και μοντέρνα αλλά όταν το μάτι συγκεντρωθεί πίσω από τα πανέμορφα χρώματα μπορεί να διαπιστώσει ότι υπάρχουν ζώα τα οποία είναι παγιδευμένα μέσα στο πλαστικό. Τα συγκεκριμένα ποστερ είναι αρκετά διαφορετικά από αυτά που έχουμε συνηθίσει να βλέπουμε, πρόσθεσαν μια μοντέρνα ματιά στην δουλειά τους η οποία τα κάνει πρωτότυπα, μοναδικά και εντυπωσιάζουν. Κερδίζουν την προσοχή του θεατή βάζοντας τον να αναζητήσει περισσότερα περί του θέματος.



**Εικόνα 6:** Αφίσες από την καμπάνια Plastic Matters του Syddharth Mate.

Ο φοιτητής Syddharth Mate το 2018 δημιούργησε μια σειρά με αφίσες στα οποία αποτυπώνει με σαρκασμό πως οι κοινωνία ένταξε τόσο βαθιά το πλαστικό στην ζωή της. Τρία από αυτά είναι και τα παραπάνω. Οι χρωματική του παλέτα είναι βασισμένη στα χρώματα που βρήκε από 20 πλαστικές σακούλες τα οποία τροποποίησε ώστε να ταιριάζουν σε digital μορφή (Mate, 2018). Οι αφίσες συνοδεύονται από το μήνυμα “Our food is plastic”, μικρό ξεκάθαρο και εύκολο να αποτυπωθεί στο μυαλό. Η γραμματοσειρά που διάλεξε προσθέτει επίσης μια πλαστικότητα. Όπως και στην καμπάνια Plastic Ocean έτσι και εδώ υπάρχει μια πιο μοντέρνα και ζωντανή προσέγγιση. Στο κάτω μέρος των αφισών υπάρχει η ορολογία του πλαστικού και μια μικρή παράγραφος που μιλά με στατιστικά για πλαστικά που έχουν βρεθεί σε φαγητό. Αυτή η προσέγγιση του μοντέρνου, απλού φωτεινού αλλά και γουστόζικου σχεδιασμού είναι καταπληκτική για την προώθηση της μείωσης των πλαστικών. Παρακινεί την νεολαία να μπει σε μια διαδικασία έρευνας και εκμάθησης.



## 3 Μεθοδολογία

### 3.1 Η έρευνα δράσης

Στην παρούσα πτυχιακή εργασία επιλέχθηκε η μεθοδολογία της έρευνας δράσης. Ο στόχος αυτής της πτυχιακής είναι να συλλέξει δεδομένα που θα μαζευτούν από φοιτητές για την ολοκλήρωση μιας καμπάνιας για την ευαισθητοποίηση κατά των πλαστικών μιας χρήσης. Μπορούμε να βρούμε διάφορους ορισμούς για την έρευνα δράσης μιας και έχουν διατυπωθεί αρκετοί. Σύμφωνα με τον McNiff (1995) το κοινό χαρακτηριστικό που έχουν όλοι οι ορισμοί μεταξύ τους είναι το δικαίωμα όλων των ανθρώπων να μπορούν να εκφράσουν την δική τους άποψη (McNiff, 1995).

Γενικά, η έρευνα δράσης μπορεί να χωριστεί σε τρεις κατηγορίες, τη θετικιστική, την ερμηνευτική και τη κριτική.

- 1 Η θετικιστική προσέγγιση στην έρευνα δράσης, γνωστή και ως «κλασική έρευνα δράσης» αντιλαμβάνεται την έρευνα ως κοινωνικό πείραμα. Αντίστοιχα, η έρευνα δράσης γίνεται αποδεκτή ως μέθοδος δοκιμής υποθέσεων σε πραγματικό περιβάλλον.
- 2 Η ερμηνευτική έρευνα δράσης, γνωστή και ως «σύγχρονη έρευνα δράσης», αντιλαμβάνεται την επιχειρηματική πραγματικότητα ως κοινωνικά δομημένη και εστιάζει σε προδιαγραφές τοπικών και οργανωτικών παραγόντων κατά τη διεξαγωγή της έρευνας δράσης.
- 3 Η έρευνα κριτικής δράσης είναι ένας συγκεκριμένος τύπος έρευνας δράσης που υιοθετεί κριτική προσέγγιση απέναντι στις επιχειρηματικές διαδικασίες και στοχεύει σε βελτιώσεις (Action Research, 2008).

### 3.2 Συνοπτική περιγραφή των εργαλείων συλλογής δεδομένων



**Εικόνα 7:** Αναπαράσταση του κύκλου δράσης για την έρευνα δράσης.

Η υλοποίηση της παρούσας τεχνικής έρευνας δράσης ακολούθησε το κλασικό σπειροειδές μοντέλο (Εικόνα 7) που περιλαμβάνει τα στάδια του σχεδιασμού, της υλοποίησης, της παρατήρησης, του στοχασμού, του επανασχεδιασμού και ούτω καθεξής. Σε αυτό το υποκεφάλαιο θα γίνει η περιγραφή της διαδικασίας όπου θα ακολουθήσει η συλλογή των δεδομένων αλλά και των εργαλείων που θα χρησιμοποιηθούν. Θα εφαρμοστεί η διπλή διασταύρωση διαφορετικών μεθόδων συλλογής δεδομένων, ούτως ώστε να ισχύσει η «τριγωνοποίηση».

Αρχικά το δείγμα θα ληφθεί από έξι άτομα, θα δοθεί χρόνος στα άτομα να παρατηρήσουν και να αναλύσουν τα σχεδιαστικά δείγματα ξεχωριστά και θα γίνεται μια καταγραφή των αντιδράσεων και των σχολίων τους. Στη συνέχεια θα δοθούν ερωτηματολόγια όπου τα άτομα θα έχουν να απαντήσουν ερωτήσεις σχετικά με την σχεδιαστική προσέγγιση οι οποίες καθοδηγούν τους παρατηρητές να σχολιάσουν τα σχεδιαστικά δείγματα. Σκοπός των εργαλείων δεδομένων είναι να διασταυρωθούν δεδομένα που έχουν συλλεχθεί με δυο διαφορετικούς τρόπους.



### **3.3 Περιορισμοί της έρευνας δράσης, εγκυρότητα**

Ένας από τους κύριους περιορισμούς που παρουσιάστηκες στην παρούσα μεθοδολογική προσέγγιση είναι το ότι τα δεδομένα όπου έχουν συλλεχθεί από ένα αρκερά μικρό δείγμα δεν μπορούν να γενικευθούν (Denscombe, 2010). Πέρα αυτού η έρευνα διεξαγόταν σε χώρο όπου η προσοχή του παρατηρητή μπορούσε να αποσπαστεί πολύ εύκολα χάνοντας την συγκέντρωση και την ειλικρινή και αυθόρμητη αντίδραση. Όπως επίσης αντιμετωπίζεται και το θέμα της αντικειμενικότητας των αποτελεσμάτων.

### **3.4 Θέματα Δεοντολογίας - Ηθικά ζητήματα και πως αντιμετωπίστηκαν**

Πριν από κάθε έρευνα τα άτομα που συμμετείχαν έδωσαν την συγκατάθεση τους για να ηχογραφηθεί και βιντεογραφηθεί η στιγμή της παρατήρησης για σκοπούς ευκολίας για την ανάλυση και παρατήρηση των δεδομένων. Τα άτομα επίσης ενημερώθηκαν πως θα διατηρηθεί η ανωνυμία τους και η προστασία των προσωπικών τους δεδομένων για ότι θα ειπωθεί κατά την διάρκεια της παρατήρησης. Το ίδιο και το ερωτηματολόγιο εγγυάται την ανωνυμία και την προστασία των δηλώσεων και των απόψεων των συμμετεχόντων.

### **3.5 Δείγμα**

Μέσω εφτά φοιτητών ηλικίας 18-25 ετών και των δύο φύλων πάρθηκε το δείγμα. Πιο συγκεκριμένα οι φοιτητές που ρωτήθηκαν έρχονται από κλάδους που έχουν να κάνουν με το σχεδιασμό και τις τέχνες ή το περιβάλλον.

### **3.6 Διαδικασία ανάλυσης δεδομένων**

Η διαδικασία ανάλυσης δεδομένων ξεκινά σε πρώτη φάση με την παρατήρηση όπου γίνεται η πρώτη επαφή του σχεδιαστικού κομματιού μαζί με τους συμμετέχοντες. Στο κάθε συμμετέχοντα θα δίνονται 5-10 λεπτά. Η παρατήρηση θα γίνεται από την ερευνήτρια/γράφουσα η οποία θα καταγράφει τις αντιδράσεις και τα σχόλια. Στην δεύτερη φάση εφόσον οι συμμετέχοντες είχαν ήδη το χρόνο να δουν και να επεξεργαστούν το σχεδιαστικό κομμάτι, γίνεται συλλογή δεδομένων μέσω δύο ερωτηματολογίων ένα για την καρέκλα και ένα για τις αφίσες. Τα ερωτηματολόγια για τις αφίσες θα περιέχουν τρεις βασικές ερωτήσεις που θα αφορούν την τον σχεδιασμό, την προσέγγισης και την ευστοχία της καμπάνιας. Συγκεκριμένα οι ερωτήσεις για τις αφίσες είναι:

- 1) Ποιο είναι το μήνυμα που επικοινωνούν οι αφίσες;

- 2) Πως θα μπορούσαν να βελτιωθούν σχεδιαστικά οι αφίσες για να επικοινωνούν καλύτερα το μήνυμα;
- 3) Ποια η γνώμη σας για την σύνθεση των αφισών (χρώμα, τυπογραφία, καλλιτεχνικά/ σχεδιαστικά)

### **3.8 Περιορισμοί και οριοθετήσεις**

Κατά την διάρκεια της παρατήρησης αν και η ερευνήτρια αλλά και γράφουσα είχε ένα πλήρη αντικειμενικό πρόσωπο, υπάρχει η πιθανότητα λόγω της ταυτόχρονης καταγραφής να έχουν διαφύγει κάποια στοιχεία. Στην συγκεκριμένη έρευνα δεν τέθηκαν κάποιες οριοθετήσεις, ο παρατηρητής ήταν ελεύθερος ακόμη και να δοκιμάσεις ή να ακουμπήσει τα αποτελέσματα, μπορούσε να κινηθεί ελεύθερα όπως και να μιλήσει. Δεν χρειάστηκε ούτε να φέρει κάτι μαζί του.

### **3.9 Τα ερευνητικά ερωτήματα**

Τα ερευνητικά ερωτήματα τα οποία έχουν τεθεί στην συγκεκριμένη πτυχιακή είναι:

- 1) Ποιες είναι οι σχεδιαστικές προκλήσεις που αντιμετώπισε η ερευνα για την μείωση των πλαστικών μιας χρήσης.
- 2) Πως αξιολογήθηκε η σχεδιαστική παρέμβαση από φοιτητές ηλικίας 18-25 και ποια τα αποτελέσματα της;
- 3) Τι θα μπορούσε να γίνει μελλοντικά για να βελτιωθεί η σχεδιαστική παρέμβαση;

## **4 Πρώτο στάδιο έρευνας δράσης**

Η μέθοδος που θα χρησιμοποιηθεί στο παρών πτυχιακό έργο είναι η μεθοδολογία της έρευνας δράσης. Έχει επιλεγεί η συγκεκριμένη μεθοδολογία λόγω της αναγκαιότητας της παρούσας πτυχιακής. Σκοπός είναι η δημιουργία μιας πετυχημένης καμπάνια για την ενημέρωση, την ευαισθητοποίηση και την μείωση των πλαστικών μιας χρήσης.

Στο πρώτο στάδιο της έρευνας δράσεις έχει ολοκληρωθεί ο πρώτος κύκλος με τα δύο εργαλεία συλλογής δεδομένων, την παρατήρηση και τα ερωτηματολόγια. Τα δεδομένα που έχουν συλλεχθεί θα αναλυθούν παρακάτω περιληπτικά.

### **4.1 Θέματα από την ατομική παρατήρηση**

Το πρώτο εργαλείο συλλογής δεδομένων ήταν η ατομική παρατήρηση. Όλοι οι συμμετέχοντες αντιμετώπισαν την έρευνα με σοβαρότητα. Κοινό στοιχείο των συμμετεχόντων ήταν ότι όλοι πέρα τον εξωτερικών παραγόντων που υπήρχαν στην αίθουσα τα άτομα παρέμειναν συγκεντρωμένα και παρακολούθησαν με σοβαρότητα κατά την διάρκεια της έρευνας. Το χρονικό διάστημα που χρειάστηκε το κάθε άτομο δεν ήταν το ίδιο, ο κάθε ένας πήρε το δικό του χρόνο κατά την παρατήρηση των σχεδιαστικών δειγμάτων.

Αρχικά τοποθετήθηκαν οι τρεις αφίσες σε ένα καθαρό λευκό τοίχο και οι καρτέκλα στα δεξιά. Δόθηκαν στους παρατηρητές 10 με 15 λεπτά για να παρατηρήσουν τις αφίσες, ταυτόχρονα η ερευνήτρια κατέγραφε αντιδράσεις και σχόλια. Αξιοσημείωτο στοιχείο που καταγράφηκε από όλα τα άτομα είναι ότι κατά την είσοδο τους στην αίθουσα υπήρχε ένα επιφώνημα θαυμασμού και κατευθύνοντας προς την καρτέκλα. Τα περισσότερα άτομα στην συνέχεια κατευθύνοντα προς τις αφίσες και διάβαζαν με σειρά τον τίτλο, το σλόγκαν και στην συνέχεια σκάναραν το QR code. Τα άτομα μετά την ανάγνωση συνέχιζαν να παρατηρούν τις αφίσες και στο τέλος ξανά πήγαιναν με ενθουσιασμό να δοκιμάσουν την καρτέκλα δίνοντας τις διάφορα θετικά επίθετα και όλοι με χαμόγελο.

### **4.2 Θέματα από τα Ερωτηματολόγια για τις αφίσες**

Παρακάτω ακολουθούν συνοπτικά οι απαντήσεις από τα ερωτηματολόγια που δόθηκαν στην συνέχεια.

**Ερώτημα Ερωτηματολογίου για αφίσες 1:** Η καμπάνια αυτή επικοινωνεί κάποιο μήνυμα;

**Πίνακας 1:** Οι απαντήσεις των φοιτητών για το μήνυμα των αφισών.

Επικοινωνεί την σπατάλη του πλαστικού και το πόσο κακό κάνει.
Πιστεύω ότι οι αφίσες θέλουν να επικοινωνήσουν την περιττή χρήση πλαστικού και πως επηρεάζει το ζωικό βασίλειο.
Ναι, το πλαστικό επηρεάζει τα ζώα.
Κάνουν αναφορά στην υπερβολική χρήση πλαστικών μιας χρήσης.
Επικοινωνεί το ότι υπάρχει πολλή χρήση των πλαστικών, σε διάφορα αντικείμενα που καταλήγουν πεταμένα και σκοτώνουν την φύση
Ναι το υπερβολικό πλαστικό έχει επιπτώσεις
Δείχνει την μόλυνση του περιβάλλοντος από τα πλαστικά και τις επιρροές που έχουν τα ζώα λόγο των πλαστικών

**Ερώτημα Ερωτηματολογίου για αφίσες 2:** Πως θα μπορούσαν να βελτιωθούν σχεδιαστικά οι αφίσες για να επικοινωνούν καλύτερα το μήνυμα;

**Πίνακας 2:** Οι απαντήσεις για βελτίωση του σχεδιαστικού κομματιού για τις αφίσες.

Να μεγαλώσει το λογότυπο.
Θα πρότεινα την χρήση ενός QR code για το Instagram account. Με αυτό τον τρόπο είναι πιο εύκολο να βρεις τον λογαριασμό.
Η πεταλούδα δεν ταιριάζει αλλά μου αρέσει.
Επαναπροσέγγιση του ύφους.
Νομίζω είναι ξεκάθαρα, αρχικά σε προβληματίζει το σχέδιο, αλλά με την τυπογραφία ολοκληρώνεται.
No comment.
Στες δύο αφίσες εκτός της χελώνας το πλαστικό που επηρεάζεται να αντιστοιχεί με τα ζώα που επηρεάζονται πχ. Σακούλια - χελώνα, κουτάλια – πουλιά.

**Ερώτημα Ερωτηματολογίου για αφίσες 3:** Ποια η γνώμη σας για την σύνθεση των αφισών (χρώμα, τυπογραφία, καλλιτεχνικά/ σχεδιαστικά)

**Πίνακας 3:** Οι απαντήσεις για την γνώμη για την σύνθεση των αφισών.

Η χρωματική παλέτα τραβά το μάτι, η τυπογραφία θέλε λίγη δουλεία αν και σαν σύνολο φαίνεται ωραία αισθητικά.
Πιστεύω πως η επιλογή των συγκεκριμένων χρωμάτων και συνθέσεων βοηθούν στην ενοποίηση της καμπάνιας. Μιας καμπάνιας που είναι διαφορετική από ότι έχουμε δει μέχρι τώρα. Θα τραβήξει το ενδιαφέρον του περαστικού είναι σίγουρο.
Είναι τέλειες.
Αρκετά καλά.
Έντονα χρώματα, παράξενη γραμματοσειρά, παιχνιδιάρικο και έξυπνος τρόπος ανάδειξης.
Ωραία ενδιαφέρων χρώματα και συνδυασμοί χρωμάτων.
Καλή προσέγγιση, ευανάγνωστα, ωραία χρωματική παλέτα γενικά μια χαρά.

#### **4.3Θέματα από τα ερωτηματολόγια για την καρέκλα.**

**Ερώτημα Ερωτηματολογίου για καρέκλα 1:** Ποια η γνώμη σας για το πως έχει γίνει η ανακύκλωση πλαστικών σακουλιών για την καρέκλα;

**Πίνακας 4:** Απαντήσεις για το πως γίνεται η ανακύκλωση πλαστικών σακουλιών για την καρέκλα.

Έξυπνη διαχείριση των σκουπιδιών και δημιουργική.
Η ιδέα είναι εκπληκτική γιατί έτσι θα μειωθεί το η σπατάλη των πλαστικών σακουλιών. Βασικά είναι η ιδέα της επαναχρησιμοποίησης περισσότερο και επίσης το ότι είναι η κλασική ψάθινη καρέκλα που ξέρουμε είναι ακόμα πιο συναρπαστικό.
Πετυχημένη λύση – πρόταση σε Designs Studios
Όσον αφορά την καρέκλα θα το θεωρούσα επαναχρησιμοποίηση περισσότερο από ανακύκλωση. Πιστεύω πως αυτός ο τρόπος παρουσίασης βοηθάει το κοινό και ακόμα καλύτερα το κυπριακό κοινό να ενημερωθεί για τις επιπτώσεις της περιττής χρήσης πλαστικού στην καθημερινότητα μας.

Πολύ πρωτότυπο και ενδιαφέρον.
Πρόκειται για μια πρωτόγνωρη ιδέα η οποία επαναφέρει τεχνοτροπίες τετριμμένες σε νέα πλαίσια.
Πολύ έξυπνος τρόπος!

**Ερώτημα Ερωτηματολογίου για καρέκλα 2:** Πόσες σακούλες πιστεύεις χρησιμοποιήθηκαν για την δημιουργία τις καρέκλας;

Στην συγκεκριμένη ερώτηση 75.1% έχουν απαντήσει 70, 28.6% έχουν απαντήσει 50, 14.3% 100 και κανένας δεν διάλεξε τις 30.

**Ερώτημα Ερωτηματολογίου για καρέκλα 3:** Αν σκεφτείτε ότι χρησιμοποιήθηκαν περίπου 50 σακούλες για αυτή την καρέκλα σας προβληματίζει η πληθώρα πλαστικών σακουλιών στα σκουπίδια;

Οι 6 απαντήσεις ήταν ναι και η μία όχι, πιο συγκεκριμένα κάποιος έγραψε ότι λείπει η ενημέρωση για το θέμα αυτό.

**Ερώτημα Ερωτηματολογίου για καρέκλα 4:** Τι άλλο θα μπορούσε να γίνει για να βελτιωθεί η καρέκλα και να επικοινωνήσει το πρόβλημα ότι υπάρχουν πολλές πλαστικές σακούλες πεταμένες στα σκουπίδια και στο περιβάλλον;

**Πίνακας 5:** Απαντήσεις για βελτίωση της καρέκλας.

Είναι ξεκάθαρο το μήνυμα.
Η καρέκλα δεν πιστεύω πως πρέπει να βελτιωθεί, πιστεύω κιόλας πως είναι η λύση. Μάλλον θα ήταν να δούμε άλλες κατασκευές παρόμοιες με την καρέκλα
Τίποτα να παραμείνει έτσι η καρέκλα
Θα πρότεινα την χάραξη του ονόματος του Instagram account πάνω στην καρέκλα έτσι ώστε ο θεατής να μπορεί να ανοίξει το τηλέφωνο να δει τον λογαριασμό και να μάθει περισσότερες πληροφορίες για το θέμα.
Με κάποιο τρόπο να γίνει όλη η καρέκλα από πλαστικές σακούλες
Τίποτε να συνεχιστεί η προσπάθεια να μαζεύονται οι σακούλες που θα πετάγονταν και να

δημιουργηθούν ως κάτι άλλο παρά να μείνουν να μολύνουν. Επίσης πρέπει να σταματήσει η παραγωγή τους.

#### 4.4 Ατομική παρατήρηση

Στην ατομική παρατήρηση συμμετείχαν επτά (7) φοιτητές. Από την ατομική παρατήρηση διαπιστώθηκε πως όλοι μπήκαν σε σκέψεις και προσπάθησαν να αντιληφθούν πόσο πολύ επηρεάζουν την ζωή μας τα πλαστικά, συμφώνησαν ομόφωνα πως είναι εύστοχο το μήνυμα. Οι συμμετέχοντες από μόνοι τους ξεκίνησα συζήτηση μαζί μου και προσπάθησαν να ενημερωθούν περισσότερο του θέματος. Εντύπωση επίσης μου έκανε ότι τα έξι (6) άτομα ενθουσιάστηκαν με τον πιο παιδικό σχεδιασμό ενώ μόνο το ένα (1) άτομο σχολίασε ότι κάνει περισσότερο για παιδιά. Ιδιαίτερα σχόλια υπήρξαν για τα χρώματα που έχουν επιλεχτεί.

#### 4.5 Αλλαγές στις εφαρμογές

Μέσω της ανάλυσης δεδομένων της πρώτης κυκλικής ακολουθίας παρατηρήθηκαν τα εξής:

1. Στην ατομική παρατήρηση δύο άτομο ανέφεραν να μεγεθυνθεί το λογότυπο αλλά και να αλλάξει η πεταλούδα και να γίνει πουλί ή κάποιο άλλο ζώο.
2. Από τα ερωτηματολόγια για την καρέκλα το συμπέρασμα ήταν ότι δεν χρειάζεται κάποια αλλαγή όμως ένα άτομο πρότεινε να προστεθεί το όνομα ή το qr code και ένα άλλο να δημιουργηθούν έξτρα αντικείμενα από τις σακούλες.
3. Για τις αφίσες το μήνυμα ήταν ξεκάθαρο αλλά υπήρχαν παρατηρήσει για το σχεδιαστικό κομμάτι. Μερικές αλλαγές που πρότειναν οι συμμετέχοντες είναι να προστεθεί το QR code του instagram.
4. Η ζώο της εικονογράφησης να έχει σχέση με το πλαστικό που έχει η αφίσα
5. Το γραπτό κομμάτι να σχετίζεται με την εικονογράφηση.
6. Περιποίηση της τυπογραφίας.

Μέσω των παραπάνω παρατηρήσεων έγινα οι ακόλουθες αλλαγές για το δεύτερο στάδιο της έρευνας:

1. Στο λογότυπο έχει μεγεθυνθεί το σχεδιαστικό μέρος ούτος ώστε να φαίνεται ξεκάθαρο και σε μικρό μέγεθος.
2. Έγινε αντικατάσταση της μια εικονογράφησης, από πεταλούδα έγινε πουλί. Έτσι φαίνεται πιο άμεσα ένα ζώο που επηρεάζεται από τα πλαστικά κουτάλια.
3. Έγινε αλλαγή στα κείμενα με τις πληροφορίες, προστέθηκαν ποσοστά που έχουν σχέση με την εικονογράφηση.
4. Επίσης “περιποιήθηκε” η τυπογραφία.
5. Στην καρέκλα προστέθηκε το όνομα και το QR code.

Οι εισηγήσεις που δεν υλοποιήθηκαν είναι οι εξής:

1. Δεν δημιουργήθηκαν διαφορετικά προϊόντα από τις σακούλες.



## **5 Δεύτερο στάδιο έρευνας δράσης.**

Στο δεύτερο κύκλο της τεχνικής έρευνας δράσης, ολοκληρώθηκε με τον ίδιο τρόπο και με τα ίδια άτομα όπως και στον πρώτο κύκλο. Συγκεκριμένα ξανά ολοκληρώθηκε η ατομική παρατήρηση, και τα ερωτηματολόγια με επτά (7) άτομα. Ακολουθούν περιληπτικά τα αποτελέσματα από τα δύο (2) εργαλεία συλλογής δεδομένων.

### **5.1 Θέματα από την ατομική παρατήρηση κατά το δεύτερο στάδιο της έρευνας δράσης**

Για ακόμη μία φορά όλοι οι συμμετέχοντες αντιμετώπισαν την έρευνα με συγκέντρωση και σοβαρότητα. Εντυπωσιακό ότι και κατά το δεύτερο στάδιο υπήρχαν ξανά τα επιφωνήματα ενθουσιασμού για την καρέκλα. Αυτή την φορά έδωσαν περισσότερο χρόνο στις αφίσες παρατηρώντας τις για αρκετά λεπτά. Όλοι οι συμμετέχοντες σχολίασαν και με λόγια, μερικά σχόλια ήταν το ότι δουλεύουν καλύτερα με το χρωματικό φόντο και όχι το λευκό και ότι το QR code ήταν πολλή χρήσιμη αλλαγή.

### **5.2 Θέματα από τα ερωτηματολόγια κατά το δεύτερο στάδιο της έρευνας δράσης**

Ακολουθούν συνοπτικά οι απαντήσεις των συμμετεχόντων στα τρία προ - επιλεγμένα ερωτήματα για το ερωτηματολόγιο κατά το δεύτερο στάδιο της έρευνας δράσης.

**Ερώτημα ερωτηματολογίου 1:** Ποιο είναι το μήνυμα που επικοινωνούν οι αφίσες;

Στο συγκεκριμένο οι συμμετέχοντες επανέλαβαν την απάντηση που είχα δώσει και στο πρώτο στάδιο της έρευνας δράσης.

**Ερώτημα Ερωτηματολογίου 2:** Πως θα μπορούσαν να βελτιωθούν σχεδιαστικά οι αφίσες για να επικοινωνούν καλύτερα το μήνυμα;

Οι 6 απαντήσεις υποστηρίζουν ότι πλέον οι αφίσες είναι πολύ καλύτερες από τις αρχικές και δεν χρειάζονται αλλαγές. Ένα (1) άτομο αναφέρει ότι μπορεί να γίνει προσδιορισμός του ύφους των αφισών.

Στα επόμενα ερωτήματα που αναφέρονται στον σχεδιαστικό τομέα έχουν δοθεί οι απαντήσεις ότι η αλλαγή της των φόντων με έντονα χρώματα βοηθάει την τυπογραφία να να ενοποιηθεί

με την εικόνα. Μια άλλη απάντηση λέει ότι τα κείμενα με τα ποσοστά που έχουν προστεθεί δίνουν πιο έντονο και ξεκάθαρο μήνυμα στον θεατή για το πόσο μεγάλο είναι το πρόβλημα.

**Ερωματολογία για τις καρέκλες:** Οι συμμετέχοντες στήριξαν την άποψη ότι πρέπει να συνεχιστεί η δημιουργία καρεκλών από πλαστικές σακούλες που συλλέγονται από το περιβάλλον και τα σκουπίδια και να αντικαταστήσουν καρέκλες σε καφετέριες. Σκοπός αυτού είναι να μειωθεί και η παραγωγή πλαστικών καρεκλών αλλά και για να χρησιμοποιηθούν οι σακούλες που βρίσκονται ήδη πεταμένες στο περιβάλλον.

Μέσω της ανάλυσης των δεδομένων από το δεύτερο στάδιο της έρευνας δράσης παρατηρήθηκαν τα εξής:

1. Όλες οι αλλαγές έγιναν εύστοχα.
2. Το δεύτερο στάδιο κατάφερε να μεταφέρει το μήνυμα της καμπάνιας με επιτυχία.

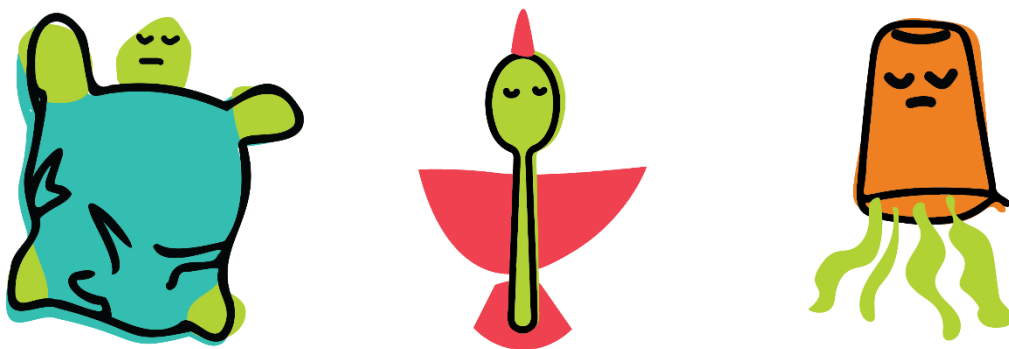
## 6 Περιγραφή της ανάπτυξης του έργου.

### 6.1 Σχεδιασμός και ανάπτυξη έργων μέσα από την έρευνα.

Σε αυτό το κεφάλαιο δίνεται η περιγραφή της πρακτικής ανάπτυξης του έργου, συγκεκριμένα θα παρουσιαστεί η σημειωτική ανάπτυξη και σχεδιαστική σκέψη των εφαρμογών της παρούσας πτυχιακής εργασίας. Σημαντικό να αναφερθεί πως ο κύριος στόχος αυτής της πτυχιακής εργασίας είναι η ανάπτυξη μιας οπτικής καμπάνιας ευαισθητοποίησης για την μείωση χρήσης πλαστικών μιας χρήσης.

#### 6.1.1 Σχεδιαστική απεικόνιση.

Κατά την πρώτη φάση της έρευνας έγινε η σχεδιαστική προσέγγιση και ολοκληρώθηκε κατά την δεύτερη φάση. Ξεκίνησε με την εικονογράφηση τριών (3) διαφορετικών φιγούρων οι οποίες απεικονίζουν ένα πλαστικό μιας χρήσης το οποίο μεταμορφώνεται σε ένα ζώο. Συγκεκριμένα υπάρχει μια φιγούρα από σακούλα οι οποία μετατρέπεται σε χελώνα, ένα πλαστικό κουτάλι το οποίο μετατρέπεται σε πουλί και ένα πλαστικό ποτήρι το οποίο μετατρέπεται σε μέδουσα. Οι εικονογραφήσεις έχουν ένα πιο παιδικό ύφος, κάτι που κάνει τις αφίσες να διαφοροποιούνται από τις κλασικές αφίσες που βλέπουμε με παρόμοιο θέμα. Τα πρόσωπα των ζώων έχουν λυπημένο ύφος σε αντίθεση με όλη την σύνθεση που είναι αρκετά χαρούμενη.



Εικόνα 8: Δείγματα από την εικονογράφηση.

### 6.1.2 Χρωματική παλέτα.

Η χρωματική παλέτα των αφισών αποτελείται από τέσσερα φωτεινά χρώματα. Συγκεκριμένα το πράσινο και το γαλάζιο φανερώσουν την φύση, την θάλασσα και το περιβάλλον, γενικά είναι δύο χρώματα που παραπέμπουν στον πλανήτη μας. Σαν σύνολο τα χρώματα προέρχονται από διάφορες πλαστικές σακούλες που υπάρχουν και μεταμορφώθηκαν σε digital μορφή. Η έμπνευση αυτή της ιδέας προέρχεται από την καμπάνια Plastic Matters η οποία αναλύεται και στην βιβλιογραφική ανασκόπηση. Η επιλογή των χρωμάτων επίσης βοηθάει στο να κερδίσει την προσοχή του θεατή. Η επιλογή των χρωμάτων που έχει γίνει κάνει την καμπάνια να διαφέρει από τις υπόλοιπες που υπήρξαν μέχρι τώρα στην Κύπρο μιας και βασικός της στόχος είναι να ενημέρωση και όχι να προκαλέσει συγκίνηση.



Εικόνα 9: Η παλέτα χρωμάτων που χρησιμοποιήθηκε κατά την προσέγγιση της καμπάνιας.

### 6.1.3 Γραμματοσειρά.

Για τις αφίσες έχουν επιλεγθεί οι γραμματοσειρές “DoubleBass ” στο τίτλο και το σλόγκαν και η “Berlin Sans FB Demi Bold” στο κείμενο. Για τον τίτλο και το κείμενο χρησιμοποιήθηκε μια γραμματοσειρά αρκετά παιχνιδιάρικη όπου τα γράμματα δεν είναι σε μια ευθεία, είναι πιο “σκορπισμένη” όπως τα πλαστικά στον πλανήτη. Και οι δύο γραμματοσειρές είναι αρκετά καθαρές ευανάγνωστες στρογγυλές χωρίς προεξοχές και φιλικές.

### 6.1.4 Γλωσσολογικό μήνυμα των αφισών.

Το γλωσσικό μήνυμα της καμπάνιας είναι το “This is what is gonna stay” και το σλόγκαν αλλάζει ανάλογα με την αφίσα πχ. “This is a bag a plastic bag”, “This is a spoon a plastic spoon” και “This is a cup a plastic cup”. Το γλωσσικό μήνυμα θέλει να προκαλέσει τον θεατή

να σκεφτεί “ποια θα μείνουν;” και να συνεχίσει την ανάγνωση στην αφίσα όπου μπορεί να βρει την απάντηση ποιο κάτω. Συγκεκριμένα βρίσκει απάντηση μέσα από τα σλόγκαν τα οποία σου λένε ότι αυτό είναι ένα κουτάλι αλλά συγκεκριμένα ένα πλαστικό κουτάλι. Άρα το πρόβλημα δεν είναι το ότι είναι κουτάλι αλλά ότι είναι πλαστικό κουτάλι. Στο κάτω μέρος των αφισών υπάρχει ένα μικρό κείμενο όπου αναφέρει με ποσοστά πόσο επηρεάζουν την ζωή μας τα πλαστικά που απεικονίζονται. Σκοπός για ακόμη μια φορά είναι η ενημέρωση,



**Εικόνα 10:** Το γλωσσολογικό μήνυμα και το σλόγκαν των αφισών.

### 6.1.5 Ιεραρχία των αφισών

Η ιεραρχία των αφισών είναι δομημένη ούτω .ώστε ο θεατής να κατευθύνεται πρώτα στην εικονογράφηση στην συνέχεια στον τίτλο, στο σλόγκαν, στο κείμενο και στο τέλος στο QR code για περισσότερες πληροφορίες.

### 6.1.6 Η καρέκλα

Για την καρέκλα συλλεκτικά διάφορες σακούλες οι οποίες προορίζονταν για τα σκουπίδια. Συγκεκριμένα χρησιμοποιήθηκαν 50 πλαστικές σακούλες και μία παλιά σπασμένη ψάθινη κυπριακή καρέκλα. Η σακούλες κόπηκαν και ενώθηκαν με ένα τρόπο δεσίματος και με μια έξτρα διαδικασία δημιουργήθηκε ο τόνος που κανονικά γίνεται από καλάμια. Το ξύλο επιλέχθηκε να γίνει μοβ, μιας και οι πλαστικές σακούλες που μαζεύτηκαν ήταν και αυτές μοβ έτσι δημιουργήθηκε και η αίσθηση ότι το ξύλο είναι πλαστικό. Στην συνέχεια με τον πλαστικό τόνο ακολούθησε ο παραδοσιακός κυπριακός τρόπος που μπλέκετε επάνω στην καρέκλα. Η καρέκλα μπορεί να θεωρηθεί και ως μια λύση για τις ήδη πετάμενες σακούλες.

Σκοπός της όμως είναι να τραβήξει την προσοχή του θεατή και να του δημιουργήσει ανάμιχτα συναισθήματα χαράς μαζί με τύψεις. Ακριβώς όπως έγινε και στο πρώτο στάδιο έρευνας δράσης όπου στην αρχή ενθουσιάζονταν αλλά στην συνέχεια συνειδητοποιούσαν ότι ήταν πλαστικές σακούλες και το ύφος τους από χαρούμενο μετατρεπόταν σε σοβαρό συνοδευόμενο από ερωτήσεις.

### 6.1.7 Λογότυπο

Το λογότυπο της καμπάνιας απεικονίζει ένα κύκλο οπού μέσα περιέχει μια σακούλα. Αυτό συμβολίζει τον πλανήτη μας ο οποίος έχει γεμίσει από πλαστικές σακούλες. Κάτω από το εικονίδιο υπάρχει η λέξη σακούλα με αγγλικούς χαρακτήρες και με την ίδια γραμματοσειρά που χρησιμοποιήθηκε στις αφίσες. Έχει γίνει έμφαση στην σακούλα αφού ήταν το κύριο υλικό που χρησιμοποιήθηκε για να δημιουργηθεί η καρέκλα.



Εικόνα 11: Το λογότυπο της καμπάνιας.

### 6.1.8 Χρήση Λογισμικών

Για την ολοκλήρωση της σχεδιαστικής καμπάνια έχει χρησιμοποιηθεί το λογισμικό Adobe Illustrator 2020.

## 6.2 Δείγματα πρακτικού έργου στον πρώτο κύκλο της έρευνας

Σχεδιαστικά δείγματα τις καμπάνιας του πρώτου κύκλου της έρευνας δράσης.



Εικόνα 12: Δείγμα από τις αφίσες στο πρώτο κύκλο της έρευνας



Εικόνα 13: Η καρέκλα στο πρώτο κύκλο της έρευνας.

### 6.3 Ολικό πρακτικό έργο δευτέρου κύκλου της έρευνας/τελικής καμπάνιας

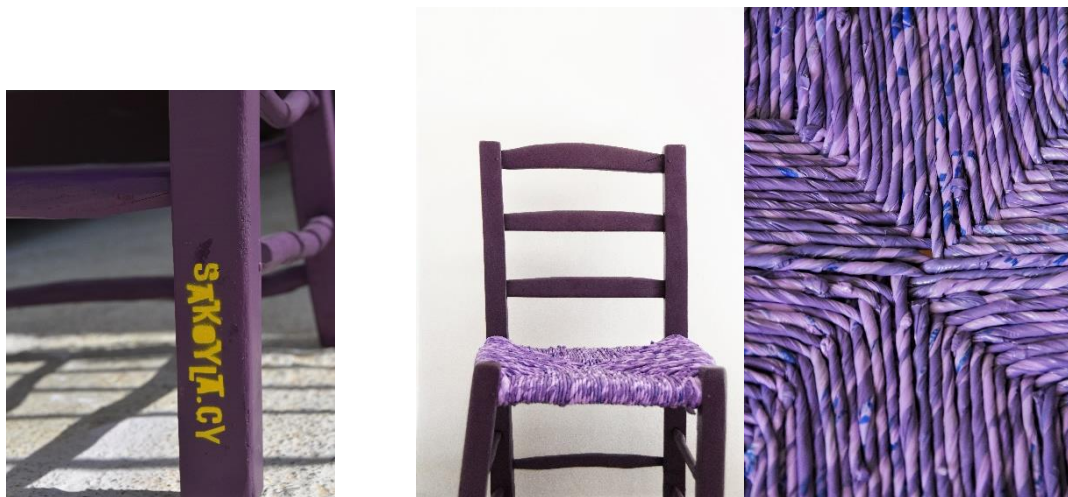
Ακολουθεί σύνδεσμος σε ιστοσελίδα με το ολικό αποτέλεσμα της καμπάνιας:

<https://www.behance.net/gallery/141834677/Thesis>

Και του Instagram της καμπάνιας: <https://www.instagram.com/sakoula.cy/>



Εικόνα 14: Δείγμα από τις αφίσες στο δεύτερο κύκλο της έρευνας.



Εικόνα 15: Δείγμα από την καρέκλα στο δεύτερο κύκλο της έρευνας.



## Επίλογος

Η παρούσα πτυχιακή εργασία μέσα από τον σχεδιασμό και την οπτική επικοινωνία είχε σκοπό την δημιουργία μιας καμπάνιας για την ευαισθητοποίηση κατά τον πλαστικών μιας χρήσης. Στην συνέχεια ακολουθούν τα ερευνητικά ερωτήματα όπως και οι απαντήσεις σε αυτά όπως διαμορφώθηκαν μέσα από την εφαρμογή της μεθοδολογίας της έρευνας δράσης.

Ερευνητικό ερώτημα 1: Ποιες είναι οι σχεδιαστικές προκλήσεις που αντιμετώπισε η έρευνα για την μείωση των πλαστικών μιας χρήσης;

Κατά την διάρκεια και στο τέλος της διαδικασίας της ανατροφοδότησης από τους συμμετέχοντες του πρώτου κύκλου της έρευνας δράσης για την καμπάνια εντοπίστηκαν οι σχεδιαστικές προκλήσεις. Οι προκλήσεις που εντοπίστηκαν κυρίως αφορούσαν το σχεδιαστικό κομμάτι ούτως ώστε να βελτιωθεί αισθητικά και να γίνει ποιο στοχευμένη και αποτελεσματική στην ευαισθητοποίηση για την μείωση των πλαστικών μιας χρήσης. Τέλος του πρώτου κύκλου με την βοήθεια αυτών το δεδομένων έγιναν εμφανείς αλλαγές στην πληροφορία που είχαν τα κείμενα, τα χρώματα και στο σχεδιαστικό κομμάτι. Κύρια αλλαγή ήταν ο επανασχεδιασμός της μίας εικονογράφηση την οι οποία οι συμμετέχοντες σχολίασαν ως “άκυρη” και όχι τόσο έμμεση. Η φιγούρα αρχικά απεικόνιζε μια πεταλούδα και στις συνέχεια αντικαταστάθηκε με πουλί.

Ερευνητικό Ερώτημα 2: Πως αξιολογήθηκε η σχεδιαστική παρέμβαση από φοιτητές ηλικίας 18-25 ετών και ποια τα αποτελέσμα της;

Υπήρξε μεγάλη εγκυρότητα στα δεδομένα λόγο της βιντεοσκόπησης της όλης διαδικασίας. Με αυτό τον τρόπο η γράφουσα – ερευνήτρια ανέλυσε τα δεδομένα με ιδιαίτερη προσοχή.

Η όλη διαδικασία κύλησε ομαλά εφόσον η γράφουσα εστίασε την προσοχή της στο να παρατηρήσει του συμμετέχοντες και όχι στην μηχανική καταγραφεί τους. Η σχεδιαστική παρέμβαση από τους φοιτητές ήταν σημαντική και επιτυχής με αποτελέσματα. Οι εισηγήσεις και οι παρατηρήσεις έχουν κάνει το αποτέλεσμα της καμπάνια ακόμη ποιο εύστοχο προς την θεματολογία. Αυτό έχει επιβεβαιωθεί μέσο του δεύτερου κύκλου της έρευνας δράσης όπου οι συμμετέχοντες έδειξαν ακόμα πιο μεγάλο ενθουσιασμό από τα πρώτα δείγματα.

Ερευνητικό ερώτημα 3: Τι θα μπορούσε να γίνει μελλοντικά για να βελτιωθεί η σχεδιαστική παρέμβαση;

Μέσω των απαντήσεων από το ερωτηματολόγιο κάποιοι συμμετέχοντες ζήτησαν να δημιουργηθούν περισσότερα αντικείμενα από παλιές σακούλες. Μελλοντικά θα μπορούσε να γίνουν workshop όπου οι συμμετέχοντες αρχικά θα καθαρίζουν μια περιοχή και με τις σακούλες και τα πλαστικά θα διδάσκονται πως μπορούν να φτιάχνουν την καρέκλα ή κάτι παρόμοιο. Επίσης στο Instagram της καμπάνιας έχουν ήδη αναρτηθούν ορισμένα από τα βήματα που ακολουθήθηκαν για την δημιουργία της καρέκλας, ούτως ώστε να μπορούν και άλλοι να την δημιουργήσουν και να μην πετάξουν τις σακούλες. Επίσης με βάση μερικών σχολίων από την ατομική παρατήρηση στο δεύτερο μέρος της έρευνας θα βελτίωνα τις γραμμές στην εικονογράφηση.

## **Βιβλιογραφία**

Denscombe, M., (2010). The Good Research Guide for small - scale social research projects (4th edition), Open University Press, England

European Union: Ban on Single-Use Plastics Takes Effect. (2021, July 18). The Library of Congress. <https://www.loc.gov/item/global-legal-monitor/2021-07-18/european-union-ban-on-single-use-plastics-takes-effect/>

History and Future of Plastics. (2019, November 20). Science History Institute. <https://www.sciencehistory.org/the-history-and-future-of-plastics>

History of Plastics. (2021, February 12). Plastics Industry Association. <https://www.plasticsindustry.org/history-plastics>

Lindwall, C. (2021, April 20). Single-use plastics 101. NRDC. Retrieved April 17, 2022, from <https://www.nrdc.org/stories/single-use-plastics-101#pollution>

Mate, S. (2018, March 3). Plastic Matters. Behance. <https://www.behance.net/gallery/60235019/Plastic-Matters>

Parker, Laura. “Plastic Pollution Facts and Information.” Environment, National Geographic, 3 May 2021, <https://www.nationalgeographic.com/environment/article/plastic-pollution>.

Plastic Oceans International. (2021, March 1). Visualizing Data: Plastic Oceans Infographics • PlasticOceans.org. <https://plasticoceans.org/infographics/>

Plastics in the Environment (2019, February 2). Let's Make Cyprus Green. Let's Make Cyprus Green. <https://www.letsmakecyprusgreen.com/el/blog/plastics-in-the-environment/>

Who We Are. (2021, December 6). Sea Shepherd Global. <https://www.seashepherdglobal.org/who-we-are/>

WWF-Hungary wants us to Save Pantone's Colour of the Year. Again. (2020, January 10).

WWF. [https://wwf.panda.org/wwf\\_news/?357896/WWF-HU-Pantone-2020](https://wwf.panda.org/wwf_news/?357896/WWF-HU-Pantone-2020)

ΑΚΤΗ. (2018, May). ΚΑΤΑΠΟΛΕΜΩΝΤΑΣ ΤΑ ΠΛΑΣΤΙΚΑ ΑΠΟΒΛΗΤΑ ΣΤΗΝ ΚΥΠΡΟ (No. 20). [http://www.akti.org.cy/wp-content/uploads/2017/07/Guide\\_Web\\_2MB.pdf](http://www.akti.org.cy/wp-content/uploads/2017/07/Guide_Web_2MB.pdf)

Πλαστικά στους ωκεανούς: στοιχεία, επιπτώσεις και νέοι κανόνες. (2021, March 26).

Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο.

<https://www.europarl.europa.eu/news/el/headlines/society/20181005STO15110/plastika-stous-oceanous-stoicheia-epiptoseis-kai-neoi-kanones>

## Παράρτημα 1

Τα ερωτηματολόγια δημιουργήθηκαν μέσω της google form.

Το πρώτο ερωτηματολόγιο για τις αφίσες αποτελείται από τρεις (3) ερωτήσεις.

- 1) Ποιο είναι το μήνυμα που επικοινωνούν οι αφίσες;
- 2) Πως θα μπορούσαν να βελτιωθούν σχεδιαστικά οι αφίσες για να επικοινωνούν καλύτερα το μήνυμα;
- 3) Ποια η γνώμη σας για την σύνθεση των αφισών (χρώμα, τυπογραφία, καλλιτεχνικά/ σχεδιαστικά);

Το δεύτερο ερωτηματολόγιο απευθύνεται στην καρέκλα και αποτελείται από 4 ερωτήσεις.

- 1) Ποια η γνώμη σας για το πως έχει γίνει η ανακύκλωση πλαστικών σακουλιών για την καρέκλα;
- 2) Πόσες σακούλες πιστεύεις χρησιμοποιήθηκαν για την δημιουργία τις καρέκλας;
- 3) Αν σκεφτείτε ότι χρησιμοποιήθηκαν περίπου 50 σακούλες για αυτή την καρέκλα σας προβληματίζει η πληθώρα πλαστικών σακουλιών στα σκουπίδια;
- 4) Τι άλλο θα μπορούσε να γίνει για να βελτιωθεί η καρέκλα και να επικοινωνήσει το πρόβλημα ότι υπάρχουν πολλές πλαστικές σακούλες πεταμένες στα σκουπίδια και στο περιβάλλον;

## Παράρτημα 2

Οι απαντήσεις από τα ερωτηματολόγια. Στις δύο ενότητες συμμετείχαν 7 άτομα.'

1) Απαντήσεις πρώτης ερώτησης για αφίσες πρώτου κύκλου.

Επικοινωνεί την σπατάλη του πλαστικού και το πόσο κακό κάνει.
Πιστεύω ότι οι αφίσες θέλουν να επικοινωνήσουν την περιττή χρήση πλαστικού και πως επηρεάζει το ζωικό βασίλειο.
Ναι, το πλαστικό επηρεάζει τα ζώα.
Κάνουν αναφορά στην υπερβολική χρήση πλαστικών μιας χρήσης.
Επικοινωνεί το ότι υπάρχει πολλή χρήση των πλαστικών, σε διάφορα αντικείμενα που καταλήγουν πεταμένα και σκοτώνουν την φύση
Ναι το υπερβολικό πλαστικό έχει επιπτώσεις
Δείχνει την μόλυνση του περιβάλλοντος από τα πλαστικά και τις επιρροές που έχουν τα ζώα λόγω των πλαστικών

2) Απαντήσεις Δεύτερης ερώτησης για αφίσες πρώτου κύκλου.

Να μεγαλώσει το λογότυπο.
Θα πρότεινα την χρήση ενός QR code για το Instagram account. Με αυτό τον τρόπο είναι πιο εύκολο να βρεις τον λογαριασμό.
Η πεταλούδα δεν ταιριάζει αλλά μου αρέσει.
Επαναπροσέγγιση του ύφους.
Νομίζω είναι ξεκάθαρα, αρχικά σε προβληματίζει το σχέδιο, αλλά με την τυπογραφία ολοκληρώνεται.
No comment.
Στες δύο αφίσες εκτός της χελώνας το πλαστικό που επηρεάζεται να αντιστοιχεί με τα ζώα που επηρεάζονται πχ. Σακούλια - χελώνα, κουτάλια – πουλιά.

3) Απαντήσεις τρίτης ερώτησης για αφίσες πρώτου κύκλου.

Η χρωματική παλέτα τραβά το μάτι, η τυπογραφία θέλε λίγη δουλεία αν και σαν σύνολο φαίνεται ωραία αισθητικά.
Πιστεύω πως η επιλογή των συγκεκριμένων χρωμάτων και συνθέσεων βοηθούν στην ενοποίηση της καμπάνιας. Μιας καμπάνιας που είναι διαφορετική από ότι έχουμε δει μέχρι τώρα. Θα τραβήξει το ενδιαφέρον του περαστικού είναι σίγουρο.
Είναι τέλειες.
Αρκετά καλά.
Έντονα χρώματα, παράξενη γραμματοσειρά, παιχνιδιάρικο και έξυπνος τρόπος ανάδειξης.
Ωραία ενδιαφέρον χρώματα και συνδυασμοί χρωμάτων.
Καλή προσέγγιση, ευανάγνωστα, ωραία χρωματική παλέτα γενικά μια χαρά.

Οι απαντήσεις από το ερωτηματολόγιο για τις καρέκλες.

1) Απαντήσεις πρώτης ερώτησης για την καρέκλα πρώτου κύκλου.

Έξυπνη διαχείριση των σκουπιδιών και δημιουργική.
Η ιδέα είναι εκπληκτική γιατί έτσι θα μειωθεί το η σπατάλη των πλαστικών σακουλιών. Βασικά είναι η ιδέα της επαναχρησιμοποίησης περισσότερο και επίσης το ότι είναι η κλασική ψάθινη καρέκλα που ξέρουμε είναι ακόμα πιο συναρπαστικό.
Πετυχημένη λύση – πρόταση σε Designs Studios
Όσον αφορά την καρέκλα θα το θεωρούσα επαναχρησιμοποίηση περισσότερο από ανακύκλωση. Πιστεύω πως αυτός ο τρόπος παρουσίασης βοηθάει το κοινό και ακόμα καλύτερα το κυπριακό κοινό να ενημερωθεί για τις επιπτώσεις της περιττής χρήσης πλαστικού στην καθημερινότητα μας.
Πολύ πρωτότυπο και ενδιαφέρον.
Πρόκειται για μια πρωτόγνωρη ιδέα η οποία επαναφέρει τεχνοτροπίες τετριμμένες σε νέα πλαίσια.
Πολύ έξυπνος τρόπος!

Επικοινωνεί την σπατάλη του πλαστικού και το πόσο κακό κάνει.
Πιστεύω ότι οι αφίσες θέλουν να επικοινωνήσουν την περιττή χρήση πλαστικού και πως επηρεάζει το ζωικό βασίλειο.
Ναι, το πλαστικό επηρεάζει τα ζώα.
Κάνουν αναφορά στην υπερβολική χρήση πλαστικών μιας χρήσης.
Επικοινωνεί το ότι υπάρχει πολλή χρήση των πλαστικών, σε διάφορα αντικείμενα που καταλήγουν πεταμένα και σκοτώνουν την φύση
Ναι το υπερβολικό πλαστικό έχει επιπτώσεις
Δείχνει την μόλυνση του περιβάλλοντος από τα πλαστικά και τις επιρροές που έχουν τα ζώα λόγω των πλαστικών

2) Απαντήσεις Δεύτερης ερώτησης για την καρέκλα πρώτου κύκλου.

Να μεγαλώσει το λογότυπο.
Θα πρότεινα την χρήση ενός QR code για το Instagram account. Με αυτό τον τρόπο είναι πιο εύκολο να βρεις τον λογαριασμό.
Η πεταλούδα δεν ταιριάζει αλλά μου αρέσει.
Επαναπροσέγγιση του ύφους.
Νομίζω είναι ξεκάθαρα, αρχικά σε προβληματίζει το σχέδιο, αλλά με την τυπογραφία ολοκληρώνεται.
No comment.
Στες δύο αφίσες εκτός της χελώνας το πλαστικό που επηρεάζεται να αντιστοιχεί με τα ζώα που επηρεάζονται πχ. Σακούλια - χελώνα, κουτάλια – πουλιά.



3) Απαντήσεις τρίτης ερώτησης για την καρέκλα πρώτου κύκλου.

<p>Ναι δεν μπορώ να πιστέψω ότι τόσο πλαστικό καταλήγει στα σκουπίδια ενώ υπάρχουν άλλοι εναλλακτικοί τρόποι πιο φιλικοί προς το περιβάλλον. Απλά λείπει η ενημέρωση για το θέμα αυτό. Κάτι που κάνει αυτήν η καμπάνια.</p>
<p>Ναι εννοείται! Με αναστατώνει το γεγονός ότι υπάρχουν τόσες σακούλες σκορπισμένες στο περιβάλλον.</p>
<p>Όχι.</p>
<p>Ναι φυσικά, γιατί στο σουπερμάρκετ ο κάθε ένας από εμάς στο ψώνισμα μας θα φύγουμε με τουλάχιστον 1-2 άρα ανά το Παγκύπριο φαντάζομαι πόσες καρέκλες θα μπορούσαμε να φτιάξουμε.</p>
<p>Ναι.</p>
<p>Εννοείται.</p>
<p>Ναι αρκετά.</p>

4) Απαντήσεις τέταρτης ερώτησης για την καρέκλα πρώτου κύκλου.

<p>Θα πρότεινα την χάραξη του ονόματος του Instagram account πάνω στην καρέκλα έτσι ώστε ο θεατής να μπορεί να ανοίξει το τηλέφωνο να δει τον λογαριασμό και να μάθει περισσότερες πληροφορίες για το θέμα.</p>
<p>Τίποτε να συνεχιστεί η προσπάθεια να μαζεύονται οι σακούλες που θα πετάγονταν και να δημιουργηθούν ως κάτι άλλο παρά να μείνουν να μολύνουν. Επίσης πρέπει να σταματήσει η παραγωγή τους.</p>
<p>Ο αποτελεσματικότερος τρόπος ενίσχυσης του επιχειρήματος βρίσκεται στην συχνότητα με την οποία εμφανίζονται οι καρέκλες. Άλλο μια καρέκλα και άλλο μια ταβέρνα που αξιοποιεί τέτοιες καρέκλες. Επίσης το παραδοσιακό μοτίβο θα μπορούσε να εφαρμοστεί σε διάφορα καινούργια σχέδια καρεκλών εξυπηρετώντας ταυτόχρονα την αγορά και το μήνυμα.</p>
<p>Η καρέκλα δεν πιστεύω πως πρέπει να βελτιωθεί, πιστεύω κιάλας πως είναι η λύση. Μάλλον θα ήταν να δούμε άλλες κατασκευές παρόμοιες με την καρέκλα.</p>

Νομίζω είναι ξεκάθαρο ότι είναι από σακούλες.

Τίποτα να παραμείνει έτσι η καρέκλα.

Με κάποιο τρόπο να γίνει όλη η καρέκλα από πλαστικές σακούλες.