



Povzetek projekta Po kreativni poti do znanja 2017 – 2020, 1. odpiranje, za namen objave in predstavitve na spletni strani sklada

1. **Polni naslov projekta: Vizualna komunikacija za izboljšanje uporabniške izkušnje mladih**
 - V katero področje na prvi klasifikacijski ravni KLASIUS-P se uvršča projekt glede na vsebinsko zasnovu (neustrezno področje izbrišite):

3 - Družbene, poslovne, upravne in pravne vede

2. V sodelovanju z:

Poetic Outline, Petra Mittoni Vavtar, s.p.

Mladinski center Zagorje ob Savi

3. Besedilo:

- Opredelite problem, ki se je razreševal tekom izvajanja projekta

Vizualna komunikacija ima velik efekt na naša življenja, saj vpliva na medsebojno interakcijo, pridobivanje in podajanje informacij ter učenje novih stvari. Grafični elementi, ki sestavljajo to komunikacijo so lahko predstavljeni na svetovnem spletu ali izven njega, največkrat pa se navezujejo na interaktivnost, ikonografijo, animacijo, ilustracijo, podporni tekst, grafe in vizualizacijo podatkov. V projektu Vizualna komunikacija za izboljšanje uporabniške izkušnje mladih smo naslavljali problematiko pomanjkljive oz. neustrezne uporabe vizualizacije pri (vsakodnevni) komunikaciji in prikazu podatkov (tipografija, uporaba barv, postavitve ipd.). Glavni cilji projekta so strjeni v brošuri s predlogi inovativnega vizualnega komuniciranja.

- Opisite potek reševanja problema oz. kratek povzetek projekta

Aktivnosti so bile izvajane v sodelovanju s partnerjema iz gospodarstva (Poetic Outline) in negospodarstva (Mladinski center Zagorje ob Savi). Razviti so bili različni načini oz. priporočila za izboljšano vizualno komunikacijo na spletu in izven njega, s čimer želimo prispevati tudi k izboljšani podjetniški kulturi in kvalitetnejšim vsebinam na splošno. Tekom izvajanja projekta smo pomemben poudarek dajali tudi t. i. mehkim vsebinam, npr. delu v timu, predvsem pa interdisciplinarni obravnavi problematike, saj so na projektu sodelovali študenti uporabnih družbenih študij (UNG FUDŠ), medkulturnega menedžmenta (UNG FUDŠ), oblikovanja vizualnih komunikacij (UL ALUO), računalništva in informatike (UL FRI) ter komunikologije (UL FDV). Osrednja problematika je bila nezainteresiranost in pomanjkanje motivacije pri mladih (15 do 29 let) za aktivno participacijo, podjetniško delovanje oz. za uspešnejšo izrabo rešitev s področja vizualnega komuniciranja, ki imajo velik vpliv tudi na trg dela. Izpostaviti velja komunikacijo na svetovnem spletu, do katerega lahko dostopa več kot polovica svetovnega prebivalstva, velja pa za zelo pomemben prodajni dejavnik v gospodarstvu in element družbenih sprememb v javni sferi.

Oblikovali smo tri delovne skupine.

- Študentke FUDŠ so bile zadolžene za iskanje kvalitetnih virov, literature in statističnih podatkov povezanih s temo vizualne komunikacije ter uporabniške izkušnje na področju mladih, ki stopajo na samostojno pot ali pa iščejo zaposlitev (v javni upravi ali v zasebnem sektorju).

- Študentke oblikovanja so bile zadolžene za raziskavo in opredelitev kvalitetnih virov in primerov oblikovanja predstavitvenega materiala (cv, vizitke, plakati idr.) na področju vizualne komunikacije tako v tisku, kot tudi na internetu in v sklopu javnega prostora. Pripravile so prelom brošure. Vnesle besedilo, ki so ga pripravile študente FUDŠ in študent računalništva.

-Študent računalništva je bil zadolžen za raziskavo in opis možnosti, ki jih v navezavi na temo VIKOM ponujajo različni ponudniki cenovno dostopnih spletnih storitev (spletne strani, spletne trgovine, blogi).

Izvedli smo tudi dva prenosa znanja. S pravilno postavljenimi prioritetami do boljših rezultatov in Vizualna komunikacija v turizmu in arhitekturi

- Navedite in opišite rezultate projekta ter njihov doprinos k družbeni koristnosti

V okviru projekta smo raziskali področje vizualnega komuniciranja in uporabniške izkušnje pri mladih, analizirali in ovrednotili uporabnost morebitne praktične aplikacije različnih že obstoječih pristopov, zasnovali nove predloge inovativnih rešitev vizualnega komuniciranja, izdelali komunikacijski načrt v povezavi s t. i. ciljnim vizualnim obveščanjem in poskrbeli za dostopnost v projektu izdelanih rešitev.

Brošura - vodnik po temeljnih načelih vizualne komunikacije oz. smernice – novo predlagane rešitve za izboljšano uporabniško izkušnjo mladih bodo koristne za različne institucije, ki so kakorkoli vpete v delo z mladimi. Pričakujemo, da bo ključen rezultat projekta več inovativnih in dinamičnih pristopov za učinkovitejšo uporabniško izkušnjo mladih z uporabo sodobnih konceptov vizualne komunikacije (navedeno brošuro oz. vodnik dodajamo tudi prilogo temu poročilu). Uporabnost je tudi v prilagodljivosti različnim vsebinam, saj bodo nekatere funkcionalnosti predlaganih rešitev zasnovane generično, ne glede na specifično končno vsebino.

Vključeni študentje so poglobili tekom študija pridobljena znanja, ki jih morda poznajo bolj splošno oz. teoretično in jih aplicirali na konkretne primere, interdisciplinarno ter upoštevajoč specifične poglede različnih strok. Projekt je bil koristen tako za prijavitelja (FUDŠ), kot tudi za oba partnerja (Poetic Outline in MC ZoS), saj vizualna komunikacija spada med področja, ki se nenehno razvijajo ter inherentno zahtevajo nove, inovativne pristope.

4. Priloge:

- Slikovno gradivo: Priložite vsaj dve sliki npr. sliko končnega produkta, sliko študentov pri delu na projektu, sliko s sestankov ipd. Pri pošiljanju slik bodite pozorni, v kolikor gre za končni produkt, da bo zadoščeno zahtevam glede informiranja in obveščanja (ustrezni logotipi itd.).
- Priložena brošura, ki je objavljena na spletni strani: http://www.andrejraspor.com/perfectus_zalozba
- Fotografije iz prenosa znanja:



