



FUTURE HAPPINESS CHALLENGE

Rapport HT 2014, aug-dec

Denna rapport redogör för projektaktiviteter under hösten 2014 för projektet Future Happiness Challenge. Projektet är finansierat av Västra Götalandsregionen och Göteborgs Stad miljöförvaltning och drivs av Pedagogiskt Centrum, GR. Projektet är en del av Mistra Urban Futures.



Text av Carolina Dahlberg

Bilder av: Elever från Lindholmens tekniska gymnasium, Uddevalla gymnasieskola och Lerums gymnasium.



Inledning

Höstens huvudsakliga aktivitet har utgjorts av planering inför digital produktion, finna en lämplig utvecklingspartner och genomföra en korrekt direktupphandling av utvecklingsarbetet, samt rekrytera och informera deltagande skolor och lärare om projektets innehåll och omfattning.

Den större delen av arbetet har ägnats åt att lägga en god grund för samarbetet med skolorna och eleverna som deltar.

I november och december genomfördes totalt fem workshops på 4 timmar vardera, med syftet att:

- Samla in relevant information för spelutvecklingen under första halvåret 2015
- Förbereda målgruppen inför speltestning och sprida information om rapporten som kan ligga till grund för fortsatt arbete inom respektive skolas utbildning under våren

Deltagande skolor

Skolorna som deltar i projektet är Lindholmens tekniska gymnasium, Uddevalla gymnasieskola, Lerums gymnasium, samt Viskastandsgymnasiet*.

Lindholmens tekniska gymnasium deltar med två klasser som går teknikprogrammet, varav hälften har inriktningen hållbart samhällsbyggande, gruppen är totalt ca 50 elever. Uddevalla gymnasieskola deltar med fyra klasser, tre som går teknikprogrammet och en som går naturvetenskapliga programmet, totalt ca 90 elever. Lerums gymnasium deltar också med fyra klasser, tre som går samhällsvetenskapliga programmet inriktning journalistik respektive beteendevetenskap, samt en klass som går barn- och fritidsprogrammet, totalt ca 80 elever. Viskastandsgymnasiet deltar med en grupp elever som går estetisk linje med inriktning media, totalt 18 elever*.¹

Totalt involverar projektet alltså 238 elever, samt 9 lärare.

Samtliga skolor och lärare har valt att inkludera workshopen i starten av projektet i olika kurser. Spridning har varit stor. En grupp har genomfört workshopen som en del i en kurs inom miljöteknik, en annan har haft det som en del sociologi. Det tvärvetenskapliga fokuset har därmed varit tydligt framträdande och har också framkommit tydligt under aktiviteterna med eleverna.

Aktiviteter under workshopen

Workshopen var mellan tre och fyra timmar och bestod av momenten:

Interaktiv föreläsning om WISE projektet och hållbar utveckling. Interaktivitet med hjälp av diskussioner i par och mentimeter.

Gruppdiskussioner med teman: A) Vad är viktigt för att du skall vara lyckligt samt B) Vad är viktigt för att du skall tycka ett spel är roligt? För båda tema fick gruppen komma fram till fem gemensamma faktorer och skicka in dessa till oss via Google Form.

Backcastingworkshop där eleverna fick arbeta med slutsatserna i rapporten Klimatomställning 2.0 och komma på hur omställningen gått till från idag till 2050. Varje grupp fick arbeta med ett av fem fokusområden:

- Energi
- Bilen
- Mat
- Konsumtion
- Flyg att arbeta med.

För att få resultaten av workshopen att kännas mer verklighetsanknutna och relevanta, skulle eleverna presentera resultatet från olika årtal på vägen mot 2050, i form av

- En nyhetsrubrik från 2025
- Ett inlägg på sociala medier från 2035
- Samt en reklamannons från 2050.

Eleverna arbetade både med digitala verktyg och papper och pennor för att ta fram materialet. Vi betonade under workshopen att det viktigaste var att de fick fram sin ide - inte utseendet. Ändå var det många elever som la stor möda på att utforma grafiska detaljer till sina presentationer.

Förväntningar kring spelet: Frågeställning kring vad som var viktigt för att projektet med att ta fram ett spel skulle lyckas: Eleverna fick individuellt skriva 1-3 lappar med saker de tyckte var viktiga för dem. Lapparna samlades sedan in och alla svar dokumenterades.

¹ *Viskastandsgymnasiet deltar endast i speltesterna VT 2015, men då på ett något längre pass jämfört med de övriga.



Syfte med workshopen

I syfte att använda workshopen som en grund för spelutvecklingen formulerades följande frågeställningar som grund för designen av övningarna i workshopen:

- Vad är målgruppens (16-19 år) **kunskapsnivå** i fråga om hållbar utveckling? Hur långt klarar de av att generalisera, problematisera och problemlösa utifrån sina nuvarande kunskaper?
- Vad **föreställer** sig målgruppen som en möjlig framtid där vi ställer om samhället? Hur formulerar de dessa idéer?
- Vad är viktigt att adressera som viktiga delar i **livskvalitet** för målgruppen?
- Vilka **förväntningar** har målgruppen på spelet som ska tas fram?

Analysen av materialet är strukturerad enligt dessa frågeställningar.

Kunskapsnivå

Kunskapsnivån hos målgruppen varierar mellan olika grupper, fast ännu mer mellan individer i en grupp. Eleverna *upplever* i de flesta fall att de inte har pratat mycket om hållbar utveckling i skolan. Även om de kanske har mer kunskaper än vad de är medvetna om, upplevs kunskapen om ämnet som låg.

Koncept som eleverna tycks ha relativt dålig kunskap om:

EROEI: Förståelsen för energy return on energy invested. Att olika energislag är olika kostsamma för samhället (och innebär andra negativa konsekvenser), har olika täthet och gengäldar olika mängd energi per investerad energienhet.

Demokratiska beslutsprocesser. Förtroendet för och stödet för sittande politiker är mycket lågt i förhållande till frågan om hållbar utveckling. Möjligen kan detta hänga samman med en låg kunskap om hur politiska beslutsprocesser ser ut i Sverige idag. Vägen till hållbara beslut är lång och snarig, och när skillnaden mellan det som behöver göras och de beslut som politikerna tar i verkligheten är för stor, så minskar förtroendet.

(Över)konsumtionens fulla påverkan på naturen i form av exploatering av ändliga naturresurser och planetära gränser. Glappet ligger främst mellan sambandet mellan den våldsamma resursexploatering som idag sker (det råmaterial som behövs för tillverkning) - till prylarna som köps i våra affärer.

Koncept som eleverna tycks ha relativt god kunskap om:

Normer och sociala faktorer som påverkar människans beteende.

Viktiga faktorer för att skapa lycka i livet.

Sammanfattningsvis verkar de teoretiska kunskaperna om planetära gränserna för hållbar utveckling vara dåliga. De är införstådda med orimligheten i vår livsstil, men saknar kunskaper för att kunna göra informerade val och se alternativ.

Det finns en ganska stor övertro på orimliga tekniska lösningar. Dock var min uppfattning att eleverna själva verkade se lösningarna som otroliga, men att det var det bästa de kunde prestera, i brist på perspektiv och kunskap om alternativen.

Det finns ingen anledning att tro att ungas kunskaper på området skulle vara sämre än gemene person ute i samhället. Tvärtom är sannolikt målgruppens kunskaper något högre än snittet, och deras syn på stora gemensam investeringar är inte påverkad av parallella önskingar om att t.ex. betala lägre skatt för egen del. Unga i målgruppen tycks anse att ekonomiska styrmedel – om de investeras rätt – kan vara något positivt och nödvändigt. Samtidigt är deras tilltro till politikernas vilja och förmåga att göra skillnad på området låg - detta ser vi även återspeglat i de årliga rapporterna från Demokratitorg.

Målgruppen är fantasifull, kreativ och villiga att testa och experimentera med nya lösningar när de väl ges tid och möjlighet att göra detta inom tydliga ramar.'





Föreställningar

I backcasting-delen av workshopen lät vi eleverna ta del av några kortfattade och förenklade slutsatser av rapporten Klimatomställning 2.0.

I övningen fick eleverna arbeta med olika områden och förutsättningar som behövde uppfyllas till 2015.

- Mat. Konsumtionen av kött måste minska med 50% och all produktion vara fossilfri
- Bilen. Bilismen måste minska med 20% och inga bilar får drivas med fossila bränslen.
- Konsumtion. Konsumtionen av prylar måste minska med 2/3 och konsumtion av tjänster kan istället öka.
- Energi. Bostadsyta per person inte får öka i fortsättningen, samt att all elenergi måste bli klimatneutral och isoleringen i nya bostäder förbättras.
- Flyg. Vi måste minska vårt flygande med 25% och dessutom beräknas flygplanen blir effektivare energimässigt.

Här följer elevernas idéer:

Mat

Köpstopp för köttprodukter 2025

Kändisar uppmanar till mer vegetarisk mat, #nometissweet 2035

Matkedjor gör reklam genom att vara klimatsmarta 2050

Kött blir dyrare pga. ökade bränslepriser 2025

Närodlat blir standard 2050

Fler och fler blir vegetarianer/veganer 2035

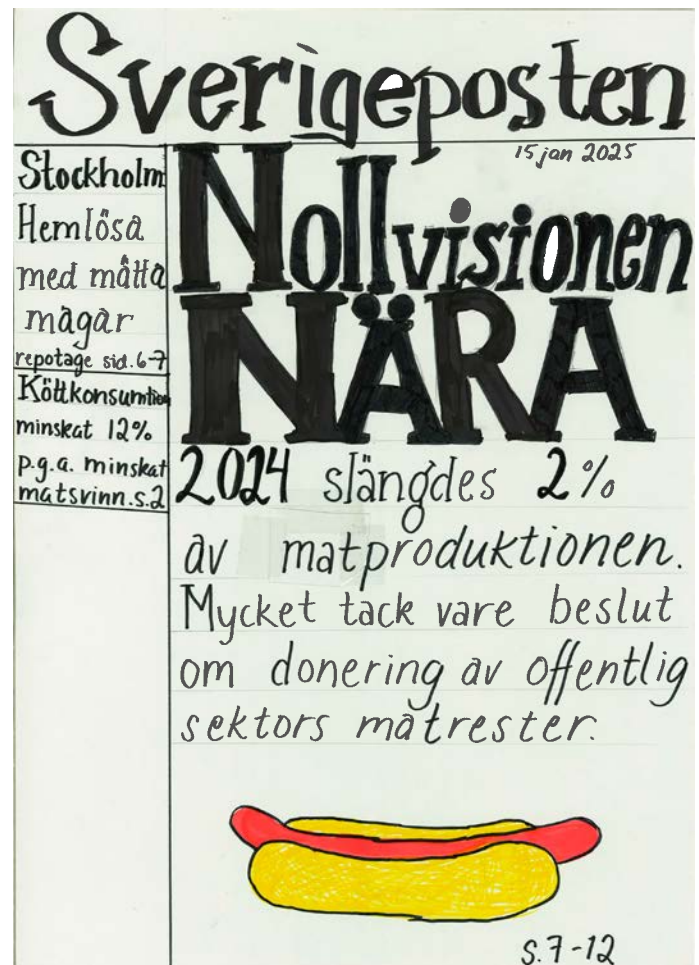
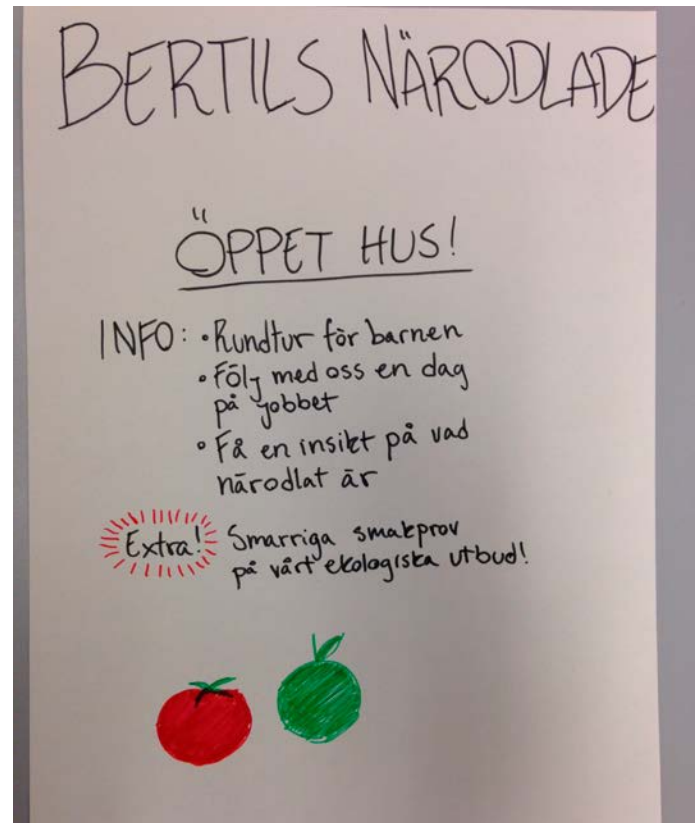
Nollvision för matsvinn, bara 2% kastas år 2025

Nya bönsorter med extra högt proteininnehåll 2035

Andra sorters kött ökar i produktion, tex kanin och kyckling, 2050

Soyabullar och soyabullar rabatt 2050

Omställning till mer miljövänliga livsmedel håller i sig – Livsmedelsverket är nöjda, 2035





Bilen

Eltraktorer – nya moderna säljs 2050
 Regeringsbeslut om 10 000 nya laddstationer för elbilar i landet 2025
 Mopeden skrotas och istället köper konsumenter ecoride 2050
 ”Äntligen fungerar Västtrafik” Skatter finansierar förbättrad kollektivtrafik. 2025
 Zlatan gör reklam för elbilar på Twitter, 2035
 Reklam för elbilar 2050
 Kraftig utbyggnad av kollektivtrafiken 2025
 Höjd skatt på fossila bränslen 2025
 Elbilen blir helt skattebefriad 2035, Barack Obama uttalar sig om att den är framtiden.
 Uttalat mål 2025 om hur biltrafiken skall bli fossilfri om 25 år.
 Reklam 2050 om hur den senaste Tesla bilen kör 200 mil på en laddning, med bara 30 min laddningstid.
 Sociala inlägg om att elbilar är det nya svarta, 2035 #fuckCO2
 Skönt att slippa bilköerna 2035
 Oljeransonering 2025
 Zlatan gör reklam för kollektivtrafik, 2050
 Kollektivtrafiken inom EU är nu gratis! 2025
 Mitt favoritämne i skolan är helt klart Miljö- och Hållbarhetskunskap, #wolo (world only lives once) – 2035
 Have you ever tried public transport! Saves gas and money! #DareToZlatan – Zlatan, twitter, 2035



DAGENS BLAD

Höjd skatt



Regeringen höjer skatten på fossildrivna bilar

Samtidigt fortsätter kollektivtrafiken att bli billigare

 **Karl Svensson**
5 juni 2035 - Göteborg

Har precis köpt min första bil!!! Hade inte råd med en energisnål men fick tag i en riktigt gammal goding - Bently Continental GT årsmodell 2014. En riktig pärla! Så nöjd!

Gilla · Kommentera · Dela

0 personer gillar detta.

 **Oskar Wallner** Din idiot! fattar du inte hur mycket bensen den drar? Tänker du inte på miljön?!
Alldeles nyss · Gilla

 **Anders Lind** Trodde vi hade kommit längre än såhär...

 **Karl Svensson** Ni överdriver så himla mycket, så farligt kan det ju inte vara om EN ynka människa kör bensen... Lunga er, världen går inte under...
Alldeles nyss · Gilla

 Skriv en kommentar...



Konsumtion

Uppgradering av gamla datorer till nya, 2050

Olyckliga inlägg på sociala medier pga svag privat-ekonomi

Ökning av skatten på varur

Det har blivit billigare att reparera än att köpa nytt, 2035

Avgifter på avfall, 2025

Tjänstebyrån, reklam för reparationer, 2050

Secondhand-kläder är det vanligaste klädköpet, 2035

Höjd moms på miljöfarliga varor, 2025

Olyckliga medborgare skriver inlägg om hur besvärligt det är med avgifter på importerade och miljöskadliga varor, 2035.

Kraftiga prissänkningar på tjänster 2050. Tex biobesök och romantisk middag.

Upplevelser är vanligaste presenten, 2050 "Upplev krukmakeri"

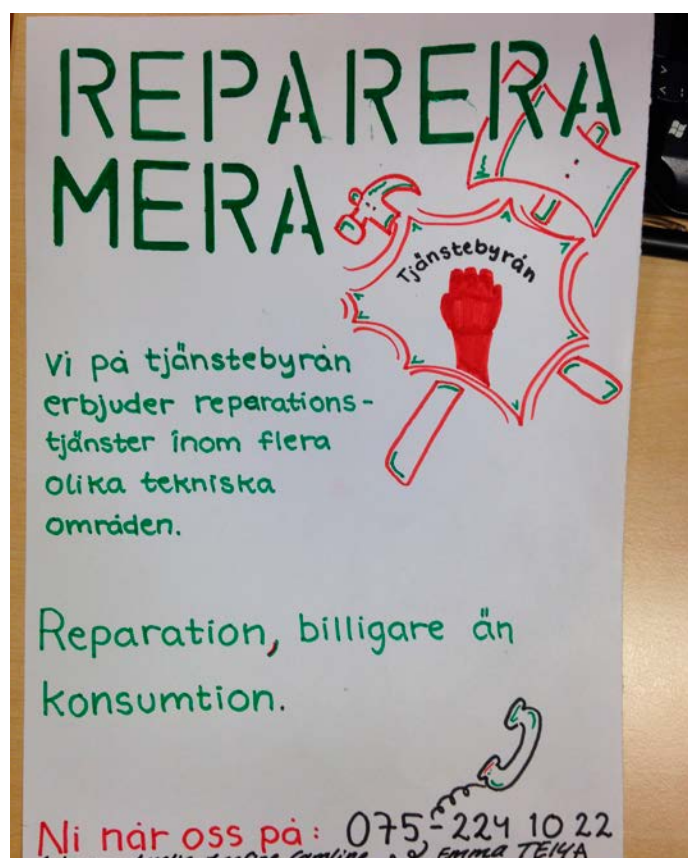
Låneekonomi där flera dyrare hushållsmaskiner ägs gemensamt alternativt hyrs för en billig penning, tex att städhjälpen har med sig egen dammsugare och städgrejer. 2035

Stor nyhet 2025: Nytt secondhand köpcenter.

Stadsministern twittrar 2035: Kan varva dagen med distansmöten, barnhämtning på dagis, tvätt och andra vardagssysslor samt hinna ta alla viktiga jobbmöten med hjälp av distansmötesteknik.

Många hoppas på jobb direkt efter studenten, 2035.

Reklam för produkter förklarar att elen som använts vid tillverkning är klimatneutral, 2050.





Energi

Nya revolutionerande solceller 2025
 Värme-effektivare bostäder introduceras som standard, 2025
 Tävling nationellt: årets miljövänligaste hushåll, #miljofam 2050

"Prylar är inte längre viktigt - det är tjänsten som är på riktigt."

MILJÖ EL

Vår produkt har minskat utsläppen från industrin med 65%.

Låt din el bli miljöel!

Tävla om att bli årets miljöfamilj!

gå in på www.miljofam.se för att läsa reglerna.

1:a pris:
 100% klimatkompenserad, energieffektiv villa från Skårgårdsvillan.

Lycka till!

#miljofam 2050



Flyg

Fungerande, ekonomiska snabbtåg, 2025
Semesteranläggningar med tropisk värme, sol och bad inomhus i norden (också energikrävande, men ej lika mycket som att flyga personer fram och tillbaka). 2050

”Företaget följer miljötrenden – slopar inrikesflyg helt, testar nya mötestekniken” – 2025

”Åk smidigt och snabbt med Future Magnet” – nya magnetiska snabbtåg, 2050

Kraftigt höjda skatter på flygresor i Europa – pengarna går till investeringar i ny kollektivtrafik.

”Efter höjningen av flygskatter, 25% prissänkning på tågresor” – 2050

Personer kommenterar ilsket politikernas beslut att avgiftsbelägga alla flygresor – ”hur skall jag nu ha råd med weekendresorna!” -2035

Flygbladet – ”inrikesflygen har minskat!” – 2025

”Satt nyss på tåget och tänkte tillbaka på den gamla tiden då man använde sig av inrikesflyg” #nostalgi – 2035

Bostäder! – Nya bostäder på området Gamla Flygplatsen, 2050





Förväntningar

Målgruppen för projektet lever i en verklighet där svenska reklambranschen omsätter ca 32 miljarder per år, och siffran ökar. I jämförelse kostar hela svenska gymnasieskolan ca 38 miljarder per år. Ett medelmåttigt AAA spel som konsumeras av målgruppen kostar mellan 10 och 12 miljoner dollar att ta fram, utöver marknadsföringen.

Det innebär att målgruppen är vana vid:

- Aggressiv, riktad marknadsföring
- Professionella, snygga och kompletta produkter

Med detta är det inte sagt att produkter som inte kostar tillräckligt inte går hem hos målgruppen. Vi skall dock inte tro att något annat än ett helt, tillgängligt, och polerat spel kommer ha minsta chans att leva upp till projektets målsättning.

Emedan det är svårt att förklara för målgruppen under workshops vad skillnaden mellan denna spelproduktion och de spel de är vana att spela är, så är det av största vikt att få en bild av vad målgruppen anser är viktigt för att det projekt de blivit introducerade till skall lyckas.

I slutet av workshopen fick eleverna individuellt skriva på post-its vad de själv ansåg var viktigt för att projektet skulle lyckas.

Samtliga skolor, grupperat efter förekomst bland exakt samma eller snarlika svar:

>10

Grafik
Utmaningar
Verklighetstroget
Relevant fakta
Handling/story
Online
Målgruppsfokus
Spela tillsammans
Levels/gradvis svårighet
Marknadsföring

4-10

Hög kvalitet
Action
Problemlösning
Tydliga konsekvenser
Belöningar
Vinna
Låg ingångströskel
Allvarligt tema
Tekniska lösningar
Fiender
Pvp (player versus player)
Tillgänglighet
Väcka känslor
Normförändringar
Originalitet
Många val/möjligheter
Makt att påverka världen

3-1

Påverkbar Avatar
Musik
Gemensamma lösningar
Rankning
Högt tempo
Perspektiv
Humor
Single player
Politiska beslut
Open world
Helhetsfokus/röd tråd
Enkelt språk
Bilar
Nya idéer
Gameplay > Grafik
Variation
Ej långa texter
Verklighetsflykt
Strategispel realtid/turbaserad
Omvänt perspektiv

Sannolikt kan flera av dessa svar likställas med varandra. Inom grupperna är de mest förekommande svaren överst.

Även om den individuella variationen är stor mellan olika elever, så är det glädjande att deras främsta preferens utöver grafisk finish, var verklighetstroget, utmaningar och att det skulle innehålla relevant fakta. Min förhoppning i skrivande stund är att vi mycket väl kommer kunna motsvara de översta fyra förväntningarna.

Social dimension viktig

En viktig sak att lägga märke till är hur vanligt det är med önskemål om funktioner som bidrar med en social dimension till spelandet – att kunna tävla med varandra, ranka resultat och spela online är alla vanligt förekommande svar och om dessa sammanställs hamnar de tre gemensamt bland top 3 svaren.