



**Magiczny
Kraków**

O oszczędzaniu energii z przymrużeniem oka

2025-07-01

- Lej wodę tylko na egzaminie - zachęca Piotr Pryk, student Wydziału Form Przemysłowych ASP, autor trzeciej koncepcji przygotowanej w ramach kampanii „Oszczędź sobie!” prezentowanej w przestrzeni miejskiej w czerwcu. To przewrotne hasło, nawiązujące do znanego przysłowia idealnie wpasowuje się w założenia kampanii edukacyjnej, zachęcając do oszczędzania wody.

- Wierzę, że nie zawsze trzeba być poważnym, żeby mówić o poważnych sprawach. Właśnie dlatego zdecydowałem się podejść do tego tematu z przymrużeniem oka, korzystając z humoru, absurdu i mocnych, wizualnych skojarzeń. Zamiast ostrzeżeń czy apeli, stawiam na wizualne konotacje i zabawne scenki, które zapadają w pamięć – opowiada Piotr Pryk – To nie tylko groteska – to przerysowane odbicie naszych codziennych nawyków.

Przyjęta konwencja plakatów opiera się na przerysowanych grafikach z krótkimi, mocnymi hasłami. Każda ilustracja to mini-historia – śmieszna, ale trafna. Dzięki temu przekaz jest lekki, ale skuteczny. Przekaz skierowany jest do różnych grup odbiorców – od uczniów i studentów, którzy w okresie wiosennych egzaminów odnajdą życzenie pomyślności i zachętę do oszczędzania wody w hasle „Lej wodę tylko na egzaminie”, aż po wszystkich mieszkańców miasta, bo przecież każdy z nas korzysta z wody, prądu i ciepła.

Choć forma kampanii jest żartobliwa, jej przesłanie jest zupełnie poważne. – Marnujemy energię na potęgę – często z przyzwyczajenia albo z lenistwa. A wystarczy naprawdę niewiele: wyłączyć światło, zmniejszyć temperaturę, nie zostawiać sprzętów w trybie czuwania. To proste decyzje, które mają realne znaczenie – podkreśla projektant. – „Oszczędź sobie!” to nie tylko gra słów. To zachęta: oszczędź sobie wysokich rachunków, planecie – nadmiernego zużycia energii, a innym – frustracji z powodu bezsensownego marnotrawstwa. Zamiast pouczać, zapraszam do refleksji. Pokazuję, że wystarczą proste zmiany, by zacząć oszczędzać – bez rewolucji i bez poświęceń.

- Jeśli choć jedna osoba po obejrzeniu przygotowanej przeze mnie kampanii dwa razy się zastanowi, zanim zostawi otwartą lodówkę „na chwilę” – to znaczy, że było warto – podsumowuje Piotr Pryk.

Kampania „Oszczędź sobie!” to wspólna inicjatywa Gminy Miejskiej Kraków, Uniwersytetu Ekonomicznego i Akademii Sztuk Pięknych w Krakowie. Ma na celu zwrócenie uwagi mieszkańców Krakowa na możliwości i korzyści płynące ze zmiany nawyków dotyczących zużywania energii i wody. Jej tytuł wskazuje nie tylko na potencjalne oszczędności finansowe wynikające z zastosowania proponowanych rozwiązań, ale także stanowi przestrożę, że brak podjęcia odpowiednich działań zmniejszających presję na środowisko naturalne może doprowadzić do szeregu katastrofalnych zmian klimatycznych, takich jak dalsze ocieplanie się klimatu czy susze.