

Obrazi starosti: vizualni dialog o starizmu

Raša Urbas in Primož Fijavž

1 Uvod: Starizem kot družbeni izziv

V sodobni družbi, ki se hitro stara, starizem ostaja ena najbolj razširjenih, toda pogosto spregledanih oblik diskriminacije. Gre za pojav, ki se prepleta s stereotipi, predsodki in diskriminatornimi praksami do ljudi na podlagi njihove starosti – tako starejših kot tudi mladih. Čeprav se pogosto kaže v subtilnih oblikah, ima starizem pomembne družbene posledice: vpliva na samopodobo posameznikov, omejuje njihove priložnosti za sodelovanje v družbi in zmanjšuje povezanost med generacijami. Stereotipi – od prepričanja, da so starejši neproduktivni ali tehnološko nepismeni, do predstave, da so mladi površni in nezanesljivi – utrjujejo razlike ter hkrati prikrivajo podobnosti med generacijami. Prav zato je razprava o staranju in dolgoživi družbi danes nujno potrebna. Govoriti o starosti pomeni govoriti o kulturi, medsebojnih odnosih, solidarnosti in o načinu, kako razumemo človeško izkušnjo skozi čas. Projekt **Obrazi starosti** je nastal prav iz te potrebe: z vizualno govorico raziskuje družbene predstave o starosti in mladosti ter odpira prostor za dialog med generacijami.

2 Vloga grafičnega oblikovanja in vizualne komunikacije

Grafično oblikovanje že dolgo presega vlogo zgolj estetskega urejanja vsebine. Je oblika vizualnega mišljenja – način, kako z obliko, strukturo in ritmom vizualnih elementov izražamo pomen, gradimo razumevanje ter usmerjamo pozornost. Kot del širše informacijske in komunikacijske krajine ima izjemno moč pri oblikovanju družbene zavesti, vrednot ter odnosa do sveta. V času, ko se komunikacija vse bolj premika v vizualno sfero, je sposobnost jasnega, empatičnega in etično odgovornega vizualnega sporočanja ključna. Oblikovalci niso več le ustvarjalci podob, temveč posredniki med informacijami in ljudmi – interpretirajo družbene pojave, gradijo mostove med različnimi skupnostmi ter odpirajo prostor za refleksijo. V tem kontekstu grafično oblikovanje pridobiva vlogo orodja družbene spremembe: omogoča prepoznavanje neenakosti, spodbuja kritično mišljenje in krepi občutek pripadnosti skupnosti.

2.1 Vizualna komunikacija kot nosilka pomena

Vsako vizualno sporočilo deluje na več ravneh – informativni, estetski in čustveni. Oblikovalec mora te ravni uskladiti, da forma ne postane sama sebi namen, temveč nosilka pomena. Pri temi, kot je starizem, je to še posebej občutljivo: napačno izbrana metafora ali vizualni ton lahko nehoti utrdita predsodke, namesto da bi jih razgradila. V projektu **Obrazi starosti** so študenti spoznavali, da je vsaka oblikovalska odločitev tudi etična. Barva, tipografija, kompozicija in kontrast niso zgolj vizualni elementi, temveč nosilci sporočil, ki vplivajo na interpretacijo. Tople barve lahko izražajo vitalnost in optimizem, hladne pa, če niso uporabljene z občutkom, vzbujajo distanco. Tipografija lahko simbolizira osebnost – rokopisna človečnost in izkušnjo, geometrijska sodobnost ter racionalnost.

Grafično oblikovanje je tako jezik, ki ga je treba znati brati in prevajati. Študenti so ta jezik uporabili za reinterpretacijo trditev, kot so »*starejši so breme za družbo*« ali »*mladi nimajo spoštovanja*«. Z vizualnimi metaforami, humorjem ali poetično tipografijo so te stereotipe preoblikovali v sporočila, ki vabijo k razmisleku in sočutju.

2.2 Grafično oblikovanje kot orodje družbenega opolnomočenja

V okviru družbeno angažiranega oblikovanja se vse bolj uveljavlja razumevanje, da ima vizualna komunikacija moč vplivati na vrednote, empatijo in dialog. Projekti, kot je *Obrazi starosti*, dokazujejo, da oblikovanje ni zgolj vizualna praksa, temveč način razmišljanja o družbi. Plakati v projektu ne oglašujejo izdelkov, temveč ideje – enakost, spoštovanje, povezanost. Gledalec, ki v podobah prepozna sebe ali svoje bližnje, postane del sporočila. Takrat vizualna komunikacija preseže raven informacij in postane orodje družbenega razumevanja. Posebna moč grafičnega oblikovanja je v tem, da zna kompleksne teme poenostaviti, ne da bi jih banaliziralo. Z močjo kompozicije, znakov in kontrasta omogoča, da postanejo tudi zahtevne družbene teme, kot so diskriminacija, staranje ali identiteta, razumljive ter dostopne širši javnosti.

2.3 Informacijsko oblikovanje in odgovorna vizualizacija družbenih vsebin

V projektu so imeli študenti priložnost povezati estetsko dimenzijo oblikovanja z analitično in informacijsko. Predmeta Oblikovanje informacij in Oblikovanje medijev sta poudarjala pomen strukture ter jasnosti pri posredovanju podatkov in vsebin. Starizem je kot tema zahteval tudi sposobnost sintetiziranja informacij – kako prikazati predsodke, raziskave, citate ali misli iz gerontološke literature na način, ki je hkrati vizualno učinkovit in spoštljiv. V tem kontekstu se je kot izjemno pomembno vodilo pokazal pristop t. i. razmerja uporabljenega črnila

(angl. data-ink ratio, po E. R. Tufteju), po katerem naj bi bilo »črnilo« – razumeti ga gre kot vse uporabljene vizualne elemente – uporabljeno izključno za prikaz podatkov in za nič drugega. Tak pristop omogoča, da je vsebina predstavljena kar najbolj neposredno, jasno in brez odvečnih oblikovnih elementov. Zaradi uporabe raznolikih grafičnih elementov in izčiščenega besedila se kompleksne vsebine posredujejo jasno, pregledno ter zapomnljivo. Gre za pristop, ki spodbuja bralčevo pozornost s kombinacijo intelektualne jasnosti in vizualne privlačnosti.

V okviru projekta Obrazi starosti so nekateri plakati združevali raziskovalne ugotovitve ter statistične podatke z emocionalnim in simbolnim sporočilom. Tipičen primer je naslovni plakat »**65,289**«, ki izhaja iz raziskave M. Aarona Guesta in sodelavcev z naslovom »Exploring college students' attitudes toward older adults: A description« (slo. Raziskovanje odnosa študentov do starejših odraslih: opis) (*Gerontology & Geriatrics Education*, let. 42, št. 4, 2021), po kateri je to povprečna starost, pri kateri posamezniki menijo, da človek postane »star«. Minimalistična tipografska zasnova deluje hladno in znanstveno, vendar ravno zato gledalca vabi k razmisleku, kaj ta številka v resnici pomeni. Je objektivno dejstvo ali subjektivna meja, ki jo nezavedno postavljamo drugim – in sebi?

Na ta način so študenti spoznali, da informacijsko oblikovanje ni le tehnična, temveč tudi **humanistična praksa**, ki zahteva zavedanje o vplivu vizualnega jezika na družbeno zaznavo. Vsaka odločitev o vključitvi ali izpustu podatka je vedno tudi interpretacija, ki oblikuje javno zaznavo (percepcijo).

2.4 Vizualna sporočilnost kot most med generacijami

Ena od ključnih ambicij projekta Obrazi starosti je bila premostitev vrzeli med generacijami skozi vizualni jezik, ki ga lahko razume vsak. V času, ko so javni prostori pogosto preplavljeni z oglaševalskimi podobami, so ti plakati delovali kot tiha komunikacija o sočutju, spoštovanju in sožitju. Vizualna komunikacija tu ni bila namenjena prepričevanju, temveč vzpostavljanju dialoga. Gledalca ni nago-varjala z moralnim pozivom, temveč ga je povabila k introspekciji. Prav plakat **65,289** s svojo preprosto številko gledalca postavi pred ogledalo: »Kje jaz vidim mejo starosti – in zakaj prav tam?« Tovrstna sporočilnost presega estetski okvir in postane družbeno-psihološki eksperiment v javnem prostoru. Gledalci različnih starosti se znajdejo pred istim vprašanjem, kar ustvarja prostor za pogovor, razumevanje in empatijo. Grafično oblikovanje s tem postane orodje povezovanja, ne le vizualne interpretacije.

2.5 Od estetike k etiki oblikovanja

Projekt Obrazi starosti ponovno kaže, da oblikovanje ne temelji le na estetiki, temveč predvsem na etiki. Estetska kakovost je pomembna, saj pritegne pozornost,

toda prav etična razsežnost ji daje globino in namen. V kontekstu starizma to pomeni zavračanje vizualnih klišejev – izogibanje upodobitvam starosti kot bre-mena, bolezni ali sentimentalne nostalgije. Namesto tega oblikovanje raziskuje, kako prikazati starost kot življenjsko obdobje, polno izkušenj, identitete in dostojanstva. S tem grafično oblikovanje prevzema vlogo kulturnega posrednika, ki ne ustvarja le podob, temveč oblikuje nove družbene pomene. V svojem najboljšem izrazu postane grafično oblikovanje dejanje razumevanja – način, kako z vidnim jezikom pripovedujemo o človeškosti.

3 Projekt Obrazi starosti

Projekt Obrazi starosti je nastal kot del širše interdisciplinarne pobude Univerze v Ljubljani, povezane z mednarodno konferenco »Vključujoča dolgoživa družba – priložnosti za prihodnost«, v sklopu HUD projekta. V središču projekta je bila ideja, da lahko vizualna komunikacija, kadar izhaja iz razmisleka in empatije, postane orodje za razumevanje, povezovanje ter družbene spremembe. V kontekstu hitro starajoče se družbe ostaja diskriminacija na podlagi starosti ena najbolj razširjenih, toda hkrati normaliziranih oblik diskriminacije. Stereotipi, povezani tako s starejšimi kot z mlajšimi generacijami, pogosto oblikujejo javno mnenje, omejujejo socialno vključevanje in ovirajo razvoj vključujoče, dolgožive družbe. Ta razstavni projekt želi izpodbijati takšne stereotipe.

Študenti drugega in tretjega letnika Grafične in medijske tehnike ter Grafičnih in interaktivnih komunikacij na Katedri za informacijsko in grafično tehnologijo Oddelka za tekstilstvo, grafiko in oblikovanje Naravoslovnotehniške fakultete Univerze v Ljubljani so bili pozvani, da raziskujejo ter ustvarjalno interpretirajo predsodke, povezane s starostjo. Projekt je potekal v okviru dveh dodiplomskih študijskih predmetov – Oblikovanje medijev in Oblikovanje informacij – pri katerih so študenti preučevali stereotipe, izbrali najprimernejše elemente ter jih grafično oblikovali.

Pod vodstvom mentorjev s področij grafičnega oblikovanja – izr. prof. Primoža Fijavža, grafične tehnologije – prof. dr. Raše Urbas, in socialnega dela – doc. dr. Anamarije Kežar – so študenti kritično pogledali na dinamiko med generacijami. Rezultat je serija plakatov, ki obravnavajo štirinajst najpogostejših stereotipov – sedem namenjenih starejšim odraslim in sedem mladim – pri čemer so vsi na novo zasnovani, da bi spodbudili razmišljanje, navdihnili sočutje in spodbudili spremembe v družbi.

Plakati niso le oblikovni izdelki, temveč vizualne pripovedi, ki nas vabijo k razmisleku o tem, kako vsak izmed nas dojema starost in mladost. Študenti so se s stereotipi soočili na različne načine – nekateri s humorjem in ironijo, drugi z

občutljivo, poetično vizualno govorico ali s kontrastom med predstavo ter realnostjo. Vsem je skupno, da nagovarjajo gledalca kot soudeleženca v razmisleku o tem, kaj pomeni starati se in kaj pomeni biti mlad v sodobni družbi. Njihova dela dokazujejo, da grafično oblikovanje lahko preseže estetsko raven in postane orodje družbene spremembe. Kot je bilo izpostavljeno tudi ob otvoritvi razstave:

»Razstava ni le zbirka plakatov, temveč povabilo k razmišljanju, soočanju in dialogu – med generacijami, med stereotipi in resničnostjo, med podobo in resnico.«

Ta razstava je hkrati hommage človeškosti ter most med izkušnjami starejših in energijo mladih. V govoru ob odprtju je bilo poudarjeno, da *»staro in novo ne tekmujeta – skupaj gradita prihodnost«*. To sporočilo je postalo vodilo tudi pri oblikovanju celotnega projekta: kako lahko z ustvarjalnostjo, znanjem in sodelovanjem spodbujamo bolj vključujočo družbo.

Postavitev razstave na Novem trgu v Ljubljani, ki je bila na ogled med 2. in 20. oktobrom 2025, je imela simbolni pomen – odprt mestni prostor, kjer se vsakodnevno srečujejo različne generacije, je postal prostor dialoga ter prepoznavanja skupnega. Razstava je bila del spremljevalnega programa konference Vključujoča dolgoživa družba – priložnosti za prihodnost, s čimer se je umetniški izraz neposredno povezal z znanstvenoraziskovalnim diskurzom o staranju ter medgeneracijskih odnosih. Tako je projekt Obrazi starosti postal več kot razstava – postal je proces učenja, izmenjave in ozaveščanja, ki povezuje akademsko okolje z javnim prostorom ter vsem generacijam ponuja priložnost, da se ozrejo druga v drugo – ne skozi predsodke, temveč skozi podobe, zgodbe in spoštovanje.

4 Proces in pristop

Študenti so v okviru praktičnega dela predmeta najprej raziskovali teoretično ozadje starizma, analizirali literaturo in obstoječe raziskave o starostnih stereotipih ter nato razvijali lastne interpretacije. Vsaka skupina je oblikovala svoj koncept, ki je temeljil na prepoznavnem sporočilu in vizualni ideji. Pri tem so uporabili različne strategije:

- kontrast med realnostjo in stereotipom,
- humor in ironijo,
- empatične vizualne metafore (npr. preplet rok različnih generacij, sence, ki se stikajo),
- tipografske poudarke citatov iz literature, npr. Simone de Beauvoir: »Starost ni nujni zaključek človeškega bivanja.«

Nekateri plakati so prepoznavne predsodke nadomestili z močnimi pozitivnimi sporočili, kot so »*Polna leta, polno življenje*«, »*Starost uči, mladost sliši*« ali »*Spoštovanje ne pozna let*«. Pri pripravi razstave so študenti razmišljali tudi o različnih medijih in kontekstih prikaza – od tiskane postavitve na panojih v javnem prostoru do digitalnih različic, namenjenih širjenju po družbenih omrežjih. S tem je projekt pridobil dvojno dimenzijo: fizično prisotnost v javnem prostoru, kjer nagovarja mimoidoče, in virtualno prisotnost, ki omogoča širši doseg.

5 Sporočilnost in družbeni učinek

Projekt *Obrazi starosti* želi spodbuditi razmislek o tem, kako vsak posameznik – ne glede na starost – prispeva k skupnosti. Plakati nagovarjajo gledalca, naj se ustavi in prepozna lastne predsodke, hkrati pa pokažejo, da staranje ni proces izgube, temveč preobrazbe, rasti ter izkušenj.

5.1 Medgeneracijski odnosi in pomen dialoga

Eno ključnih sporočil razstave je bilo, da so predsodki o starosti in mladosti pogosto globlje povezani, kot se zdi na prvi pogled. Ne govorijo le o »drugih«, temveč tudi o tem, kako vsak posameznik razume sebe – svojo preteklost, sedanost in prihodnost. Mladi pogosto izražajo tople občutke do svojih starih staršev, vendar se hkrati sami soočajo s predsodki o domnevni nezrelosti ali neodgovornosti. Raziskave in odzivi po odprtju razstave potrjujejo, da starizem deluje vzajemno in krožno – prizadene mlade in starejše, ampak na različne načine. S tem projekt *Obrazi starosti* neposredno posega v občutljivo področje: plakati so zasnovani kot povabilo k empatiji in razumevanju, kot prostor, kjer se starejši in mlajši ne opazujejo skozi prizmo razlik, temveč skozi skupno človeško izkušnjo.

5.2 Tehnologija in sodobni izzivi medgeneracijskega sožitja

Tehnologija ima v sodobni družbi dvojno vlogo: po eni strani lahko pogloblja od-tujenost med generacijami, po drugi pa postaja močno orodje za povezovanje in solidarnost. Prav ta dvoslojnost je bila pomemben del razstavnega koncepta. Plakati so bili zasnovani tako, da delujejo tako v javnem prostoru kot v digitalnem okolju – kar simbolizira dialog med fizičnim in virtualnim svetom, med tradicionalnimi in sodobnimi oblikami komuniciranja.

5.3 Učenje skozi izkušnjo in vizualno osveščanje

Izobraževanje o starosti in staranju ne more biti omejeno zgolj na učne vsebine ali institucije. Gre za proces, ki mora biti življenjski in izkustven – nekaj, kar se

prenaša skozi zgled, odnos ter sočutje. Študenti v projektu niso oblikovali plakatov le kot akademsko nalogo, temveč kot osebno izkušnjo učenja in opazovanja družbe. Razstava je bila zanje priložnost, da v oblikovalski proces vključijo raziskovalno, družbeno in čustveno dimenzijo. Tako so odkrili, da vizualno sporočanje ni le orodje za predstavitev informacij, ampak tudi medij razumevanja in družbene refleksije.

5.4 Družbeni učinek in trajnost sporočila

Z razstavo Obrazi starosti smo želeli ustvariti javni prostor za razmislek – ne le postaviti plakate, temveč vzpostaviti prostor, kjer se mimoidoči ustavijo, pogovarjajo in prepoznajo lastne predstave o starosti. Novi trg v Ljubljani, kjer je bila razstava postavljena, je s svojo odprtostjo in pretokom ljudi različnih generacij postal simbolni kraj tega dialoga. Vendar pomen razstave presega njeno fizično postavitev. Digitalne različice plakatov, objave na družbenih omrežjih in vključitev projekta v mednarodno konferenco so omogočile, da se je sporočilo razširilo tudi zunaj meja univerze. Projekt tako živi naprej – kot primer dobre prakse, ki povezuje umetnost, izobraževanje in družbeno odgovornost. **»Spoštovanje med generacijami ni rezultat pravil, ampak rezultat pogleda, ki ga izostrimo, ko v drugem prepoznamo sebe«** – ta misel povzema bistvo celotnega projekta: staranje je del naše skupne zgodbe, sočutje pa temelj resnično vključujoče družbe.

6 Zaključek: starost kot skupna zgodba

Projekt Obrazi starosti je pokazal, da vizualna komunikacija lahko preseže meje oblikovalskega izraza in postane prostor za družbeno razumevanje. Študenti so v ustvarjalnem procesu spoznavali, kako kompleksno je vprašanje staranja ter kako pomembno je, da ga ne obravnavamo le kot biološko, temveč tudi kot kulturno in komunikacijsko dejstvo. Vsak plakat je zato zgodba – o času, spoštovanju, sodelovanju in življenju. Skupaj tvorijo vizualno pripoved, ki gledalca vabi, da se zazre v »obrazce starosti« in v njih prepozna sebe.

Pomen projekta in vloga študentov. Obrazi starosti potrjujejo, da je vključevanje študentov v družbeno, sociološko in psihološko pomembne projekte ključno za razvoj odgovornih oblikovalcev. Takšne izkušnje krepijo razumevanje javnega prostora, etike sporočanja in vpliva vizualnih odločitev na družbo. Obenem razvijajo **interdisciplinarno držo** (sodelovanje z družboslovjem, gerontologijo, socialnim delom), **raziskovalni pristop** (od izbire virov in interpretacije podatkov do preverjanja sporočilnosti z uporabniki) ter **etično zasnovano oblikovanje** (angl. ethics by design), ki spodbuja spoštljiv jezik podob, vključujoče komuniciranje in odgovoren odnos do občinstva. Študenti pri tem ne razvijajo le estetske

senzibilnosti in tehnoloških veščin, temveč tudi zmožnost kritične refleksije ter empatije – kompetence, ki so bistvene za sodobno vizualno pismenost. Poleg tega krepijo **informacijsko in tehnološko pismenost**, saj premišljeno povezujejo oblikovalske odločitve z rabo digitalnih orodij, barvnih profilov, tiskarskih postopkov ter spletnih formatov. Tako njihovo delo presega meje učilnice – postane del javnega prostora, raziskovalne prakse in kulturnega dialoga.

Sporočilnost, grafično oblikovanje in tehnologija. Razumevanje sporočilnosti z vidika grafičnega oblikovanja in tehnologije je temelj sodobne vizualne komunikacije. Informacijsko oblikovanje, infografika ter premišljena raba tipografije, barve in kompozicije omogočajo, da so kompleksne vsebine predstavljene jasno, pregledno in estetsko prepričljivo. V teh procesih ima tehnologija vlogo orodja in partnerja ustvarjalnega razmišljanja – omogoča eksperimentiranje z novimi mediji, dinamičnimi formati ter načini vizualne pripovedi, ki presegajo klasični plakatni izraz.

Takšen pristop krepi **vizualno in tehnološko pismenost**, ki sta danes ključni za razumevanje družbenih sporočil. Uporaba sodobnih digitalnih orodij, preizkušanje različnih produkcijskih tehnik ter razumevanje tehničnih omejitev tiskarskih in spletnih medijev omogočajo, da oblikovalci načrtujejo komunikacijo bolj zavestno in učinkovito. Hkrati pa projekt *Obrazi starosti* pokaže, da tehnologija sama po sebi ni cilj, temveč **sredstvo za širjenje sporočila** – za gradnjo mostov med različnimi generacijami in za spodbujanje razumevanja v družbi, ki jo vse bolj zaznamuje vizualni jezik.

V času, ko podobe vse bolj oblikujejo naše vsakdanje izkušnje, je prav znanje o sporočilnosti tisto, ki loči površno vizualno informacijo od premišljenega sporočila z resničnim družbenim učinkom. *Obrazi starosti* so zato več kot razstava – so pedagoški in družbeni laboratorij, v katerem se srečata oblikovanje ter človeškost. Projekt jasno kaže, kako lahko univerzitetno okolje s premišljenim mentorstvom in interdisciplinarnim sodelovanjem spodbuja ustvarjalnost, krepi medgeneracijski dialog ter prispeva k bolj vključujoči, razumevajoči družbi.

Kolofon projekta

Študentke in študenti – avtorice in avtorji plakatov:

Ema Ambrožič, Zala Arič, Tara Baumgarten, Tine Bertole, Hana Bostner, Jerca Bužga, Klara Manca Čanžek, Lan Mark Čerkez, Maša Dacar, Gaja Dornik, Kaja Dovečar, Tia Flisar, Maša Florjančič, Špela Goričan, Jakob Grm, Klara Grmek, Nuša Horvat, Jovan Ilkovski, Tjaša Jeras, Neja Jug, Laura Jugovac, Blanka Lanišek, Lucija Lunar, Eva Kastelic, Marja Kodermac, Anže Kotnik, Zarja Kravanja, Nejc Kregar, Lana Krušič, Vesna Malnarič, Katarina Mitevski, Živa Može, Anika Nanut, Klementina Peternel, Rina Petričević, Špela Piškur, Matic Plantan, Špela Polak, Nika Povše, Petja Premru, Nika Repija, Anja Resnik, Ema Rom Zupanc, Ana-Marija Rizmal, Nina Rugole Đogić, Maša Simonič, Karin Solar, Tinkara Stanonik, Nina Starman Gombač, Sofija Stojanovska, Gregor Štangar, Maks Tomše, Laura Vitežnik, Nejc Vrtin, Marcel Žgajnar, Anika Živec

Avtor in mentor razstave: izr. prof. Primož Fijavž

Mentorji projekta: izr. prof. Primož Fijavž, doc. dr. Anamarija Kejžar, prof. dr. Raša Urbas

Recenzijski odbor: izr. prof. Primož Fijavž, prof. dr. Raša Urbas, doc. dr. Anamarija Kejžar, asist. dr. Gregor Franken

Izvedba razstave: izr. prof. Primož Fijavž, prof. dr. Raša Urbas

65



Quest, M.A., Nakaya-Tamayo, K., Rogers, T.M. and Banks, G.D. (2023) Exploring college students' attitudes toward older adults: A description of methods used by the gerontological literacy network in secondary & tertiary education. *AGS*, pag. 578–588. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.agis.2023.05.007>

je povprečna starost, ki jo posameznik dojema kot »staro«.*

Obrazi starosti

V kontekstu hitro starajoče se družbe ostaja diskriminacija na podlagi starosti ena najbolj razširjenih, a hkrati normaliziranih oblik diskriminacije. Stereotipi, povezani tako s starejšimi kot z mlajšimi generacijami, pogosto oblikujejo javno mnenje, omejujejo socialno vključevanje in ovirajo razvoj vključujoče, dolgožive družbe. Ta razstavni projekt želi izpodbijati takšne stereotipe.

Študentje drugega in tretjega letnika na Katedri za informacijsko in grafično tehnologijo, Oddelka za tekstilstvo, grafiko in oblikovanje, Naravoslovnotehniške fakultete, Univerze v Ljubljani, so bili pozvani, da raziskujejo in ustvarjalno interpretirajo predsodke, povezane s starostjo. Projekt je potekal v okviru dveh dodiplomskih študijskih programov – Oblikovanje medijev in Oblikovanje informacij, v katerih so študenti preučevali stereotipe, povezane s starostjo, izbrali in ustvarili po njihovem mnenju najprimernejše elemente ter jih grafično oblikovali. Pod vodstvom mentorjev s področji grafičnega oblikovanja, grafične tehnologije in socialnega dela so študenti kritično pogledali dinamiko med generacijami. Rezultat: serija plakatov, ki obravnavajo štirinajst najpogostejših stereotipov – sedem namenjenih starejšim in sedem mladim, ki so bili na novo zasnovani, da bi spodbudili razmišljanje, navdihnili sočutje in spodbudili spremembe v družbi.

Razstava je del mednarodne znanstvene konference »Vključujoča dolgoživa družba: priložnosti za prihodnost«, ki je v organizaciji Univerze v Ljubljani, potekala med 1. in 2. 10. 2025.

Študentke in študenti – avtorice in avtorji plakatov:

Ena Ambrožič, Zala Anč, Tara Baumgartner, Tine Bertolo, Meta Boštner, Jecica Broduj, Klara Marica Čandek, Lina Mark Čraker, Maja Discar, Gaja Dornik, Kaja Dovečar, Tia Filisar, Maja Florjancič, Špela Gorican, Jakob Grm, Klara Grmek, Nulfa Horvat, Jovan Ikovski, Tjaša Jeraš, Neja Jug, Laura Jugovic, Blanka Lanilek, Luelija Lunar, Eva Kantelec, Marija Kodermas, Anže Koltnik, Zorija Kozavija, Nejc Kregar, Lana Krudič, Vesna Mainardi, Katarina Mitovski, Živa Može, Anika Nanut, Klementina Peternel, Rina Petričević, Špela Pliskur, Matic Plantan, Špela Poljak, Nika Povše, Petja Premru, Nika Repija, Anja Resnik, Ena Rom Zupanc, Ana Mirja Rimek, Nina Rogač Degič, Maja Simonič, Kari Solter, Tinkara Stanonik, Nina Starman Gombac, Sofija Stojanovska, Gregor Štangar, Maki Tomšič, Laura Vitežnik, Nejc Vitin, Marcel Zgajnar, Anika Zveč.

Avtor in mentor razstave:

izr. prof. Primož Fijavž

Mentorji projekta:

izr. prof. Primož Fijavž,
doc. dr. Anamarija Kežar,
prof. dr. Raša Urbas

Recenzirajski odbor:

izr. prof. Primož Fijavž,
prof. dr. Raša Urbas,
doc. dr. Anamarija Kežar,
asist. dr. Gregor Frankon

Izvedba razstave:

izr. prof. Primož Fijavž,
prof. dr. Raša Urbas



UNIVERZA
V LJUBLJANI

HUD
SKLAD





STARO IN NOVO NE TE SKUPAJ GRADITA PRIH

Vrednote niso vezane na leta, temveč na ljudi. Mladi pogosto nosijo enake temeljne vrednote kot starejši – le izražajo jih v jeziku svojega časa.

Tako kot arhitektura prepleta preteklost in sodobnost, tudi družba raste iz izkušenj starejših in poguma mladih. Ko namesto razkola izberemo dialog med generacijami, ustvarjamo prostor, kjer se spoštovanje tradicije sreča z inovacijami. Tako gradimo bolj vključujočo, povezano in pravično prihodnost za vse.

KMUJETA – HODNOST

Mladi danes nimajo vrednot
Young people today have no values

Marja Kodernac

ŠE VEDNO ZMOREM

»Z leti postane jasno, da moč ni v telesu,
ampak v mislih in spominu.«

BORIS PAHOR (1913–2022)





Starejši niso več produktivni **The elderly are no longer productive**

Špela Goričan, Neja Jug, Jovan Ilkovski, Vesna Mainarič, Ema Rom Zupanc, Maks Tomše, Nejc Vrtin

Mnogi starejši aktivno sodelujejo kot prostovoljci, skrbijo za vnuke, soustvarjajo lokalne iniciative. Njihova učinkovitost se kaže tudi v strateškem razmišljanju, potrpežljivosti in zanesljivosti.

Boris Pahor je do 106. leta še javno nastopal, dajal intervjuje, pisal kolumne, predvsem v italijanskih in francoskih časopisih. Bil je aktiven komentator družbenih vprašanj, posebej glede fašizma, narodne zavesti in pravic manjšin. V svojih starejših letih je napisal več knjig. »Moje poslanstvo« (2008), ko je bil star 95 let, »Kres v pristanu« (1992), ko je bil star 79 let, »Pojdi moj sin« (1990), ko je bil star 77 let.

RADA KLI

Starejši niso tehnološko pismeni
The elderly are technologically illiterate

Tara Baumgarten, Anika Nanut, Nina Starman Gombač, Laura Vitežnik, Anika Žvec



TAKO KO

KAM,



**Digitalna pismenost je veščina,
ki se jo lahko naučimo, ne glede
na starost.**

**Več kot 60 % starejših
dnevno uporablja internet.**

**Pot do digitalne pismenosti
je lažja, če jo prehodimo skupaj.**

OT TI



STAROST NI POČASNOST JE MOČ V NOVEM RITMU

Aktivni. Pametni. Starejši.

Starejši so vedno fizično in mentalno oslabei
The elderly are always physically and mentally feeble

Maša Dacar, Maša Florjancić, Laura Jugovac, Nika Repija, Anja Resnik, Tinkara Stanonik

Stereotipi se ustavijo tam,
kjer se gibanje začne.



»V telovadnici pridobljene vrline so nam pogosto pomagale reševati probleme v življenju; tam smo se tudi navadili skrbeti za svoje fizične sposobnosti, tako takrat v mladosti kot tudi sedanjim letom primerno.«

Skupina telovadcev veteranov društva Sokol Bežigrad



Telesno zdravje pomembno vpliva tudi na duševno počutje starih ljudi. Gibalno aktivni veliko duševnih obremenitev prenesejo lažje in se nanje primerneje odzovejo. Vpliv telesne aktivnosti se kaže v splošnem počutju, samospoštovanju in samozavesti, v odpornejšem imunskem sistemu in kakovostnejšem spancu.

Izvirni znanstveni članek: Zdrav življenjski slog starih ljudi, Katarina Cesar, Branko Gaborovec, Lilijana Rihter



STARO OSAMLJ

Plakat razbija mit, da je starost čas osamljenosti in žalosti. Skozi podobe druženja, smeha in topline želimo pokazati resničnost, ki jo pogosto spregledamo, da so tudi starejša leta lahko polna veselja, prijateljstva in aktivnega življenja.

Slogan »Starost ni osamljenost... je veselje, smeh in življenje!« nas spodbuja, da prepoznamo in praznujemo vitalnost, radost in povezanost, ki jo prinaša staranje – ko mu damo prostor in podporo.

Skraini čas je, da opustimo stereotipe in vidimo starost takšno, kot je lahko: čudovito obdobje življenja.

Je prijateljstvo,

ST NI ENOST

smeh in življenje!

Vsi starejši so osamljeni in depresivni
All elderly people are lonely and depressed

Tine Bertolo, Kaja Dovečar, Zanja Kravanja, Lana Krušič, Nina Rugole Dočič

Mladi so leni in razvajeni

Mladi niso leni ali razvajeni – takšne sodbe pogosto izhajajo iz nerazumevanja sveta, v katerem odrasčajo. Današnja mladina živi v času hitrih sprememb, nenehnega pritiska, tekmovnosti, okoljske krize in negotove prihodnosti. Kljub tem izzivom niso pasivni, temveč iščejo nove poti, ustvarjajo lastne priložnosti, ter se zavzemajo za pravičnost, duševno zdravje in spoštovanje raznolikosti. Znaajo delati – a na svoj način: digitalno, ustvarjalno in prilagojeno kompleksnosti sodobnega sveta, ki od njih veliko zahteva, a jim preredko zares prisluhne.

izčrpani od
pričakovanj

Mladi so leni in razvajeni
Young people are lazy and spoiled

Klara Manca Čankov, Maša Dacar, Tia Flisar, Maša Florjandić, Laura Jugovac, Katarina Mitevski,
Rina Petričević, Petja Premru, Nika Repija, Ana-Marija Rizmal, Tinkara Stanonik



[illegible]

OBM COL MIVZT



VS
KN
RA
NEJO,
JAM

VREDNI SPOMINA

VLOGA NE MINE

„NEUPORABNI PO 65.”

MODROST NE ZASTARA

KORENINE SKUPNOSTI

POZABLJENI GRADITELJI

ZLATA LETA?

Starejši so breme za družbo
The elderly are a burden on society

Blanka Lanišek, Lucija Lunar, Živa Može, Karin Solar, Marcel Žgajnar



MODROST V SENCI

UČITELJI ŽIVLJENJA

ZLATI GLASOVI

BREME PO IZBIRI

MODRI MED NAMI

ŽIVLJENJSKA ŠOLA



ODGOVORNOST
NI STVAR LET,
AMPAK ODNOSA





Mladi so neodgovorni Young people are irresponsible

Nuša Horvat, Tjaša Jeras, Maks Tomše, Nika Povše, Maša Simonič, Sofija Stojanovska

Odgovornost ni nekaj, kar se samodejno prilepi na človeka z letom rojstva ali osebno izkaznico. Je proces, ki raste skozi odnos – do sebe, drugih in družbe. V mladosti pogosto raziskujemo meje in testiramo pravila sveta okoli sebe, kar je normalen del odrasčanja. Odrasli včasih pozabijo, da so tudi sami šli skozi ta proces.

Odgovornost ni stvar let, ampak odnosa – do sebe, drugih in sveta, ki ga skupaj soustvarjamo.

MLAJŠIM JE MAR MLADIM NI MAR ZA STAREJŠE

SPO



R

MLADI NIMAJO SPOŠTOVANJA DO STAREJŠIH

Stereotip, da mladi **nimajo** spoštovanja do starejših, pogosto temelji na posameznih izkušnjah, ne pa na dejanskem vedenju **večine mladih**. Številni mladi danes aktivno pomagajo **svojim staršem in starejšim**, sodelujejo v **medgeneracijskih** projektih in cenijo znanje ter izkušnje starejših.

Spoštovanje se ne kaže le v pokorščini, ampak tudi v **odprtem dialogu, poslušanju in skupnem učenju**. Namesto da **ustvarjamo razdaljo** med **generacijami**, raje prepoznamo **povezanost in podporo**, ki že obstaja le pogledati jo moramo **brez** predsodkov.

Mladi nimajo spoštovanja do starejših
Young people do not respect the elderly

Lan Mark Čerkez, Jakob Grm, Nejc Kregar, Lana Krutlić, Mattic Plantan, Gregor Štangar

Ko si star, je konec igre.

Ljubezen in bližina tudi v zrelih letih ostajata pomemben del življenja. Romantični odnosi so pogosto še globlji, polni zaupanja, iskrenosti in razumevanja. Skupni trenutki, dotiki, pogovori, počasnost in prisotnost gradijo povezanost. Spolnost je lahko nežna, igriva in prilagojena telesu, ki se spreminja. Ne gre le za spolni akt, ampak gre za objem, pogled, čustveno toplino. Intimnost krepi samozavest in občutek vrednosti. Ljubezen ostaja. Morda je bolj tiha, a še vedno močna in globoko človeška.

igraš po
svojih pravilih.

Starost pomeni konec spolnosti in romantičnih odnosov
Old age means the end of sexuality and romantic relationships

Ema Ambrožič, Jerca Bužga, Klara Grmek, Anže Kotnik, Špela Piškur, Špela Polak







Mladi hočejo vse takoj
Young people want everything at once

Ema Ambrošič, Jerca Bužga, Klara Grmek, Anže Kotnik, Špela Piškur, Anja Resnik

Mladi hočejo se takoj.

Ne, mladi nočejo vsega takoj. Hočejo pomen. Iščejo resnico, avtentičnost, povezanost. Resda živijo hitro, a to ne pomeni, da so površni. Njihova hrepenenja so globoka – po ljubezni, pravičnosti, varnosti, po svetu, ki ima smisel. Morda se učijo hitreje, morda govorijo glasneje, a v tem je moč, ne nepremišljenost. Tudi oni znajo čakati, ko vedo, da nekaj šteje. Znajo se boriti, ko verjamejo, da je vredno. Srce jim utripa za svet, ki je boljši, bolj nežen, bolj pošten. In to ni nestrpnost – to je pogum.

znamo kuhat
instant in
razmišljat dolgoročno

ZA VSAKO ENERGIJO



ORGANIZACIJA

...O STOJI

IZACIJA



Mladi so preveč čustveni in neresni

Young people are too emotional and not serious enough

Špela Polak

Mladi niso neresni, ampak so organizirani, ustvarjalni in čustveno zreli. Znajo načrtovati dogodke, postaviti varen prostor na koncertih, povezovati ljudi in pri tem ohranjati sebe.

Ob terapiji, izobraževanju in umetnosti gradijo čustveno inteligenco, ki je danes neprecenljiva. Ne bežijo pred čustvi, ampak jih izražajo. Ne izgubljajo časa, temveč vlagajo ga v odnose, skupnost in boljši svet.

MLADI SO VEČ!

SO RESNI, ČUSTVENI IN RAVNO PRAV ČLOVEŠKI.

Čustvenost mladih ni slabost, ampak moč: prinaša strast, iskrenost in pogum za spremembe. Mladi znajo misliti kritično, se zavzeti za vrednote in delati odgovorno. Namesto da jih podcenjujemo, jim dajmo prostor za razumnost, ustvarjalnost in odločnost.

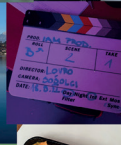
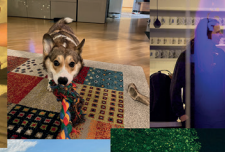
Mladi so preveč čustveni in neresni

Young people are too emotional and not serious enough

Špela Gorican, Neja Jug, Vesna Malnaric, Ema Rom Zupanc, Nejc Vrtin









Mladi živijo samo za družbena omrežja
Young people live only for social media

Zala Arič, Hana Bostner, Gaja Dornik, Klementina Peterzel, Karin Solar

MLADI ŽIVIJO SAMO ZA DRUŽBENA OMREŽJA

Res je, da je digitalni svet pomemben del njihovega življenja, a mnogi ga uporabljajo kot orodje za učenje, aktivizem, povezovanje in ustvarjalnost.





Starejši so manj sposobni za učenje novih stvari
The elderly are not as capable of learning new things

Zala Arič, Hana Bostner, Gaja Dornik, Eva Kastolic, Klementina Peternel

STAREJŠI SO MANJ SPOSOBNI ZA UČENJE NOVIH STVARI

V resnici lahko starejši uspešno osvajajo nova znanja, le morda potrebujejo nekoliko več časa ali drugačne pristope. Nevroznanstvene raziskave kažejo, da se možgani lahko učijo vse življenje (t. i. nevroplastičnost).



