



Намалюй гэта

візуалізуй сваё
пасланне

ГЭТАЯ ТАКТЫКА ДАЗВАЛЯЕ
ТВОРЧА ВЕСЦІ РАЗМОВУ
НЕЗАЛЕЖНА АД РОЗНАСЦІ
МОВАЎ І ЎЗРОЎНА
АДУКАВАНАСЦІ І ЭФЕКТЫЎНА
ПРЫЦЯГВАЦЬ ЎВАГУ
СЛУХАЧОЎ

ПРЫКЛАДЫ З ВІДЭАФІЛЬМА

- **Анімацыя фальклору з феміністычным ухілам**
“Жанчыны і Форум памяці” (*Women and Memory Forum*),
Kaip, Eginet

Мастакі і праваабаронцы зрабілі кароткі мультфільм на падставе традыцыйных арабскіх казак, перапрацаваўшы іх з перспектывы фемінізму. Відэа ўзнаўляе праблему палавой няроўнасці праз вобразы жывёл і нежывых прадметаў. Такі творчы падыход дае магчымасць уздымаць далікатныя для аўдыторыі пытанні.

ВЫКАРЫСТАННЯ СРОДКІ: праграма Adobe (Photoshop, After Effects і Premiere) для анімацыі намалёваных і адсканаваных эскізаў

СПАСЫЛКІ ДЛЯ ДАДАТКОВАЙ ІНФАРМАЦЫІ:
Жанчыны і Форум памяці (Women & Memory Forum):
<http://www.wmf.org.eg/>

- **Стварэнне карты канфлікту ў рэальным часе**
“Самідун”, *Ліван*

Падчас ізраільскага нападу ў 2006 г. праваабаронцы згуртаваліся дзеля стварэння і пазнейшага абнаўлення мапаў абстрэлаў і разбурэнняў ліванскай інфраструктуры. Гэтыя мапы выкарыстоўваліся для арганізацыі работ па адбудове краіны, а таксама ў праваабарончай дзейнасці.

ВЫКАРЫСТАННЯ СРОДКІ: Adobe Illustrator, Blogspot, Wordpress

СПАСЫЛКІ ДЛЯ ДАДАТКОВАЙ ІНФАРМАЦЫІ:
Самідун: <http://samidoun.blogspot.com/>

візуалізуй сваё пасланне: p1

- **Адзначэнне катаванняў на прэзідэнцкай мапе**
Праваабаронцы Туніса з Nawaat.org
Урад Туніса заблакаваў веб-сайты для публікацыі відэа – YouTube і Dailymotion, – каб перашкодзіць людзям праглядаць відэафільмы, у якіх зафіксаваныя прыклады парушэнняў правоў чалавека ўрадам краіны. У адказ праваабаронцы стварылі інтэрактыўны калаж на аснове мапы Google Earth, змясціўшы відэафільмы аб парушэнні правоў на 3D-мапе ў месцы знаходжання прэзідэнцкага палаца. Гэта дазволіла людзям далей праглядаць забароненае відэа, хоць непасрэдны доступ да YouTube быў адключаны.

ВЫКАРЫСТАННЯ СРОДКІ: Google Earth, Google Maps, YouTube

СПАСЫЛКІ ДЛЯ ДАДАТКОВАЙ ІНФАРМАЦЫІ:
Відэамапа: <http://bit.ly/1a2OrH> (nawaat.org)



SAMIDOUN



WWW.NAWAAT.ORG

СПЛАНУЙ СВАЮ АКЦЫЮ

- У анімацыйных казках з Каіра (справа) сімвалы і персанажы былі адмыслова адабраныя, каб зрабіць далікатную праблему больш даступнай для ўспрыняцця кансерватыўнай аўдыторыяй“.
- Матэрыялы, якія вы ствараеце для візуалізацыі, могуць мець рознае прыкладанне. Напрыклад, мапы з Лівану выкарыстоўваліся, з аднаго боку, як запіс гістарычных здарэнняў, з іншага, для перадачы дадзеных па разбурэннях, для планавання работ па ратаванні і аднаўленні.
- У інтэрактыўных матэрыялах могуць выкарыстоўвацца фотаздымкі, малюнкi, відэа і іншыя дакументы, атрыманыя ад розных людзей. У выпадку з туніскім Google Earth і YouTube калажам, новыя відэафільмы дадаваліся да мапы аўтаматычна, калі людзі размяшчалі іх у Інтэрнеце і надавалі ім геа-тэгі.
- Аўдыторыя, якая не мае доступу да хуткаснага Інтэрнету, можа быць забяспечана візуальнымі матэрыяламі офлайн: напрыклад, праз распаўсюджанне відэафільмаў, даступных для пампавання ці запісаных на VCD/DVD альбо USB флэш-носьбіты, шырокафарматных плакатаў ці ўлётак, праз выкарыстанне магчымасці публічнай дэманстрацыі фільмаў.
- Эфектыўныя візуальныя матэрыялы не толькі прыцягваюць увагу і даюць эстэтычнае задавальненне. Перш за ўсё візуальныя вобразы ўдакладняюць змест паслання і падказваюць шляхі яго інтэрпрэтацыі.



WOMEN AND MEMORY FORUM



WOMEN AND MEMORY FORUM

CASE STUDY

НАЗВА: 350: Міжнародны дзень клімату

ХТО: 350.org

ДЗЕ: Акцыі ў амаль 100 краінах

ВЕБ-САЙТ: <http://www.350.org>

АПИСАННЕ

Каб заахваціць людзей да правядзення акцыі па ўсім свеце, прысвечаных праблеме змены клімату, 350.org стварыла анімацыйны фільм адпаведнай тэматыкі. Мультфільм заснаваны на выкарыстанні моцнага візуальнага раду, што перадае пасланне без ужывання словаў. Такім чынам, для яго зразумення не патрэбна веданне ніякай мовы. Асноўная ідэя вынікае з лічбы 350, якая, “па словах навукоўцаў, уяўляе крытычны ўзровень ўтрымання вуглякіслага газу ў атмасферы”, – кажа Філ Аранеану з 350.org. “Мы ведалі, што для арганізацыі глабальнай акцыі, мы можам выкарыстаць гэтую лічбу, каб прымусіць кожнага задумацца аб ёй”. Пасля таго як 350.org стварыла першую версію фільма ў Microsoft Paint, Free Range Studios апрацавалі яго дызайн і стварылі паўнаватасны анімацыйны Flash фільм.

Мультфільм быў выкладзены на 350.org, YouTube’е і Facebook’у. DVD з ролікам былі разасланы групам і станцыям тэлебачання ў рэгіёны з абмежаваным Інтэрнетам. Разважаючы пра поспех фільма, Філ кажа: “Цяжка назваць анімацыю сродкам для мабілізацыі людзей, але яна можа закрануць чалавека, прыцягнуць яго да веб-сайту, каб прымусіць задумацца, што ён сам хоча рабіць. Станоўчым бокам з’яўляецца таксама тое, што фільм дазваляе людзям адчуць сябе часткай нечага. З іншага боку, з-за таго што мультфільм вельмі кароткі, ён не можа даць такое разуменне 350, як бы я хацеў”. Нягледзячы на вялікія сродкі, выдаткаваныя на вытворчасць мультфільма, ён дазволіў

выпрацаваць для 350 выразны графічны імідж, які з’яўляецца пазнавальным і ў якасці вобраза можа быць выкарыстаны ў далейшым у матэрыялах 350.org.

ВЫКАРЫСТАНЫЯ СРОДКІ: YouTube і старонка Facebook з 10.000 сябрамі. Orkut, MySpace, Twitter.

СФЕРА УПЛЫВУ: Відэа мела 100.000 праглядаў на YouTube на працягу аднаго году. Акцыя была глабальнай. Прыблізна 30 чалавек персаналу і стажораў падрыхтавалі недзе каля 100 мерапрыемстваў па ўсім свеце.

КОШТ: USD\$10.000 для стварэння відэа. Бягучыя выдаткі на кіраванне і рэалізацыю праекту.

РЭСУРСЫ: кампанія пачыналася ва універсітэцкіх супольнасцях актывістаў ЗША і распаўсюдзілася па ўсім свеце праз канферэнцыі і сустрэчы найвышэйшага ўзроўню, прысвечаныя праблеме змены клімату. “Супрацоўніцтва – гэта тое, што дазволіла нам дзейнічаць амаль без бюджэту”, – кажа Філ. “Мы не толькі выкарыстоўваем супольнасці, але ствараем іх».

ЧАС: 3 месяцы для стварэння відэа. Агульны час акцыі з канца 2008 да пачатку 2010 г.

УЗРОВЕНЬ СКЛАДАНАСЦІ: 3 з 5

СПАСЫЛКІ ДЛЯ ДАДАТКОВАЙ ІНФАРМАЦЫІ:

350 анімацыйны фільм: <http://bit.ly/89GA8> (youtube.com)

350 YouTube канал: <http://bit.ly/Ai4hl> (youtube.com)



ЗРАБІ ГЭТА САМ

Запытай сябе

- Што найбольш важна для вашай візуальнай акцыі: данесці ідэю, мінаючы моўныя бар’еры, выразіць складаную інфармацыю праз простую графіку, і/ці здзівіць і заангажаваць людзей праз творчыя, прывабныя вобразы?
- Ці грунтуецца ваша акцыя на нейкай канцэпцыі альбо слогане? Як можна выразіць вашу ідэю, каб яна была больш зразумелай асобам, якіх вы імкняцеся прыцягнуць?
- Як вы можаце прыцягнуць людзей да ўдзелу ў вашай акцыі: звярнуцца з просьбай дасылаць фотаздымкі і відэафільмы, прапанаваць супрацоўніцтва на адлегласці ці непасрэдна, заахвоціць абменьвацца відэафільмамі, мапамі ці мультфільмамі з іншымі?
- У якіх дзеяннях у межах вашай кампаніі новыя асобы могуць прыняць удзел, дапамагаючы іншым ці робячы штосьці самастойна? Ці лічыце вы распаўсюджанне матэрыялаў удзелам у акцыі? Для каго прызначаны гэтыя матэрыялы ў першую чаргу: да ключавых асоб ва ўрадзе, мясцовых НДА ці супольнасцяў, СМІ?
- Як вы можаце зрабіць даступнымі візуальныя матэрыялы вашай кампаніі для тых, хто не мае доступу да Інтэрнету ці кампутара?

візуалізуй сваё пасланне: р4

Розныя спосабы рэалізацыі ідэі

- 1 СЗрабіце ўласную версію турыстычнай мапы горада, на якой, акрамя асноўных гарадскіх аб’ектаў, будзе змяшчацца інфармацыя, датычная праблематыкі акцыі. Раздайце гэтую мапу гасцям горада, студэнтам, людзям, якіх можна прыцягнуць да ўдзелу ў кампаніі.
- 2 Калі вы не ведаеце, як зрабіць анімацыйнае відэа, можна стварыць фільм з серыі фотаздымкаў, дадаўшы музыку, субцітры і голас за кадрам, і такім чынам з’яднаць выявы ў адну гісторыю.
- 3 Пераапрацуйце наклейкі вядомых карпарацый, выкрываючы інфармацыю, якую яны самыя не прадстаўляюць: напрыклад, судовыя справы, якія вядуцца супраць кампаніі, ці падтрымка ёй ўзброеных канфліктаў.
- 4 Раздайце людзям танныя відэакамеры, каб яны маглі запісаць уласныя гісторыі, і на падставе гэтых фільмаў зрабіце інтэрактыўную мапу, якая будзе адлюстроўваць, як розныя людзі ў розных рэгіёнах перажываюць аднолькавыя праблемы.
- 5 Не трэба быць мастаком, каб ствараць візуальныя матэрыялы. “Воблака тэгаў” – група словаў, што прадстаўляюць большы ўрывак тэксту – можа быць простым спосабам візуальнага ўвасаблення вашай праблемы праз вылучэнне ключавых словаў з важнага дакумента ці веб-сайту.

РЭКАМЕНДАВАНЫ ІНСТРУМЕНТ:

Стварыце воблака тэгаў

Не працуючы над графічным дызайнам, вы можаце стварыць інфа-графіку для вашай кампаніі. Інтэрнет-праграма Wordle (www.wordle.net/) стварае “воблака тэгаў” на падставе як статычнага, завершанага дакумента, так і адкрытага тэксту, як, напрыклад, блога ці старонкі навінаў. Wordle выкарыстоўвае тэкст для стварэння графікі, вылучаючы буйным шрыфтам словы, якія найчасцей сустракаюцца ў тэксце. “Аблокі тэгаў” можна захаваць у фармаце PDF і надрукаваць ці апублікаваць онлайн. Wordle пакідае мала мажлівасцей уплыву на выкарыстанне колераў і шрыфтоў, але зробленае ў гэтай праграме можа падказаць новыя ідэі для падрыхтоўкі больш складанага ўласнага “воблака тэгаў” у іншых праграмах, напрыклад, дармовай графічнай праграме InkScape (<http://www.inkscape.org/>).



візуалізуй сваё пасланне: р5

ПАРАДЫ

ФІЛ АРАНЕАНУ, 350.ORG, ПРА ПРОСТЫЯ ПАДЫХОДЫ:

“Заўсёды варта выкарыстоўваць сімвалы. Праглядзіце фільм “Гэта мая будучыня” (<http://bit.ly/mV4mb>). Яго зрабілі студэнты за некалькі дзён пры дапамозе адной відэакамеры, проста праграмы для рэдагавання відэа і аднаго запамінальнага слогану – “Гэта мая будучыня” – які абыгрываўся ў розных кантэкстах і на розных мовах. Фільм мае сімвалічнае і адукацыйнае значэнне для людзей, нават калі гледачы не знаёмыя з усімі дэталямі кампаніі”.

ТЭССА ЛЕВІН, АРГАНІЗАЦЫЯ “СПОСАБЫ НАДЗЯЛЕННЯ ЎЛАДАЙ ЖАНЧЫН” (PATHWAYS OF WOMEN’S EMPOWERMENT):

“Ёсць шмат танных праграм для стварэння анімацыі і рэдагавання відэа, але не так шмат дармовых. Я асабіста звычайна малюю эскізы, сканую іх і апрацоўваю ў Adobe, але ўсё гэта можна таксама зрабіць пры дапамозе дармовых і open-source праграм Gimp ці Kino (<http://bit.ly/13V9fW>)”.

ФІЛ АРАНЕАНУ, 350.ORG, ПРА СТВАРЭННЕ БРЭНДА І ІМІДЖУ:

“Мы падумалі, што наша кампанія павінна мець сталы графічны імідж. Таму мы вырашылі звярнуцца да прафесійных дызайнераў, хоць мелі сродкі толькі на вытворчасць аднаго відэафільма. Аднак мы папрасілі мастакоў выслаць нам файлы з усімі графічнымі выявамі, выкарыстанымі ў відэа, так што цяпер мы можам ужываць іх у розных мэтах: у якасці лагатыпаў, у блогах, на друкаванай прадукцыі. Такім чынам мы здолелі нават эканоміць грошы”.