



**Зробіть
наочно**

**візуалізація
вашої
інформації**

ЦЯ ТАКТИКА ДОБРЕ ПРАЦЮЄ
У ВИПАДКУ, КОЛИ НЕОБХІДНО
ПРИВЕРНУТИ УВАГУ ТА
КРЕАТИВНО ПЕРЕДАТИ
ІНФОРМАЦІЮ БЕЗ ПРИВ'ЯЗКИ
ДО МОВИ ЧИ РІВНЯ ОСВІТИ
ВАШОЇ АУДИТОРІЇ

ВІДЕО ПРИКЛАД

- **Мультиплікація фольклору з точки зору феміністів**
Жінки та Форум Пам'яті (*Women and Memory Forum*), Kaip,
Єгунет

Художники та правозахисники створили коротке мультиплікаційне відео, побудоване на традиційних арабських легендах, переказаних з точки зору феміністів. У цьому відео тварини та неживі об'єкти використані з метою креативного зображення нерівних прав різних статей; такий підхід оптимальний для діалогу на складні суспільні теми.

ІНСТРУМЕНТИ, ЩО ВИКОРИСТОВУВАЛИСЯ:

програми Adobe (Photoshop, After Effects та Premiere) були використані для анімації намальованих вручну та сканованих ескізів.

ДЕТАЛІ ЗА ПОСИЛАННЯМ:

Жінки та Форум Пам'яті (Women and Memory Forum):
<http://www.wmf.org.eg/>

- ## ● Картографія конфлікту в реальному часі
- Самідоун, Ліван

Під час Ізраїльського військового вторгнення у 2006 році, правозахисники об'єдналися для створення та оновлення карт бомбардувань та знищення інфраструктури Лівану. Ці карти були використані для відновлювальних та правозахисних робіт.

ІНСТРУМЕНТИ, ЩО ВИКОРИСТОВУВАЛИСЯ: Adobe
Illustrator, Blogspot, Wordpress

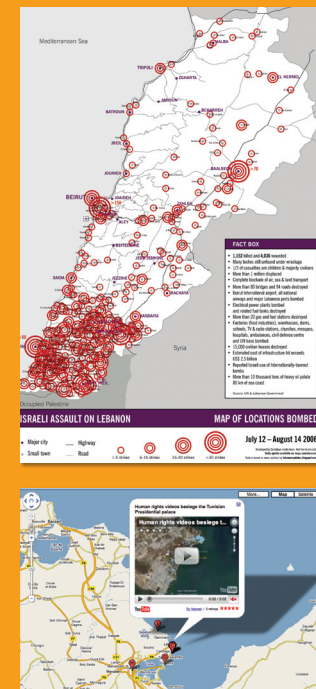
ДЕТАЛІ ЗА ПОСИЛАННЯМ: Самідоун <http://www.samidoun.org/>

- Позначення місць катування на президентській мапі
Правозахисники Тунісу з Nawaat.org

Влада Тунісу заблокувала сайти для публікації відео, такі як YouTube та Dailymotion, щоб запобігти поширенню інформації та відео про покази людей, які звинувачували владу в порушеннях прав людини. Правозахисники, натомість, створили інтерактивний колаж з відеофайлів, на яких задокументовані порушення прав людини, на Google Earth довкола місця розташування президентського палацу. Це дозволило людям побачити заборонені матеріали, не зважаючи на блокування доступу до YouTube.

ІНСТРУМЕНТИ, ЩО ВИКОРИСТОВУВАЛИСЯ: Google Earth, Google Maps, YouTube

ДЕТАЛІ ЗА ПОСИЛАННЯМ: Відео-мапа: <http://bit.ly/1a2OrH> (nawaat.org)



ЗАПЛАНУЙТЕ СВОЮ АКЦІЮ

- мультиплікаційних казках з Каїру (праворуч) символи та дійові особи були вибрані таким чином, щоб перетворити делікатну тему в щось доступніше для консервативної аудиторії.
- Створені вами графічні та відеоматеріали можуть виявитися дуже практичними. Наприклад, карти з Лівану неодноразово використовувалися як історичні свідчення для репортажів, а також під час планування операцій з допомоги постраждалим.
- Для створення інтерактивних наочних матеріалів можна використовувати фотографії, ілюстрації, відео та інші документи, які надали вам ваші прихильники. У випадку з туніським Google Earth та YouTube колажем, нові відео автоматично додавалися в момент їхньої появи онлайн, якщо їхні автори відмічали місце зйомки.
- випадку відсутності швидкісного інтернету матеріали великого розміру можна розповсюджувати офлайн: відео можна записати на VCD/DVD, USB чи показувати їх у різних громадських закладах, де збирається багато людей. Ілюстрації можна роздруковувати як плакати.
- Ефективні наочні матеріали - це не просто розвага чи приємна візуалізація. Набагато важливішим є розуміння подій та явищ у суспільстві, які формуються за допомогою цих матеріалів.



WOMEN AND MEMORY FORUM



WOMEN AND MEMORY FORUM

НАОЧНИЙ ПРИКЛАД

НАЗВА: 350: Міжнародний день Клімату

ХТО: 350.org

ДЕ: Акція майже у 100 країнах

САЙТ: <http://www.350.org>

ОПИС

Щоб надихнути людей на акцію, присвячену змінам клімату в глобальному масштабі, 350.org створили анімаційне відео на цю тему. У цьому відео немає слів чи голосу диктора - його можна зрозуміти і без слів. Основна концепція побудована довкола числа 350, яке означає «кількість вуглекислого газу в атмосфері, яка, за словами науковців, є тим самими безпечним максимумом», - пояснює Філ Аронеану з 350.org. «Ми знали, що для того, щоб організувати цю акцію по всьому світу, нам потрібно знайти число, яке змусило б усіх говорити про цю акцію». 350.org створили експериментальну копію відео, використовуючи Microsoft Paint та Free Range Studios, а згодом розробили та створили кінцевий варіант за допомогою Flash.

Анімаційний фільм був опублікований на 350.org, YouTube та Facebook. DVD з роликом були розіслані зацікавленим групам, на телебачення в регіонах, де, через повільну швидкість інтернету, завантажувати матеріали було доволі складно. Роздумуючи про успіх ролика, Філ говорить: «Анімацію складно назвати організаційним інструментом, проте це, безперечно, хороший засіб для зацікавлення людей, для того, щоб привести їх на сайт, щоб вони замислились над тим, що самі хочуть зробити. З іншого боку, через те, що ролик короткий, він не дає людям можливість зрозуміти 350 настільки, наскільки нам цього хотілося». Не зважаючи на те, що створення анімаційного ролику виявилось доволі дорогим для 350, їм вдалося створити впізнавану графічну

індивідуальність і тепер вони використовують схожі ілюстрації у всіх своїх матеріалах.

ІНСТРУМЕНТИ, ЩО ВИКОРИСТОВУВАЛИСЯ:

YouTube та сторінка Facebook з 10 000 учасників. Orkut, MySpace, Twitter.

МАСШТАБ: Відео на YouTube переглянули 100 000 разів за рік. Акцію підтримали по всьому світу. Майже 30 осіб персоналу запланували близько 100 заходів по всьому світу.

ВАРТІСТЬ: 10 000\$ на створення відео. Поточні витрати на зарплати персоналу, який координував проект.

РЕСУРСИ: акція народжувалась у середовищах університетських активістів Америки та розповсюджувалась по всьому світу завдяки конференціям, зустрічам на високому рівні, присвяченим зміні клімату. «Співробітництво - це те, що дозволяє нам реалізовувати нашу акцію практично без бюджету», - розповідає Філ. «Ми не просто використовуємо існуючі спільноти - ми створюємо нові».

ЧАС: 3 місяці на створення відео. Акція тривала з кінця 2008 до початку 2010 рр.

РІВЕНЬ СКЛАДНОСТІ: 3 з 5

ДЕТАЛІ ЗА ПОСИЛАННЯМ:

350 анімаційне відео: <http://bit.ly/89GA8> (youtube.com)

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



ЗРОБІТЬ ЦЕ САМІ

Запитайте себе

- Що вам здається найважливішим для вашої наочної акції: передати інформацію, не зважаючи на мовний бар'єр, подати складну інформацію у вигляді простого графіку, та/або здивувати і мобілізувати людей творчими та привабливими наочними матеріалами?
- Чи зосереджена ваша акція на одній концепції чи на гаслі? Яким чином краще зобразити цю ідею, щоб вона була зрозумілою для інших, чию увагу ви хочете якомога швидше привернути?
- Як ви можете мобілізувати людей на участь в акції: попросити їх надіслати вам фото чи відео, спілкуватись з ними на відстані чи особисто, чи публікувати ваші відео, мапи та анімаційні фільми на публічних сайтах?
- Яку дію ви запропонуєте людям зробити на підтримку вашої акції? Чи потрібно вам розповсюдження інформації про вашу акцію? Кому буде адресована та інформація, яку ви попросити розповсюджувати вашим прихильникам: ключовим фігурам у владі, місцевим організаціям, ЗМІ?
- Яким чином ви можете зробити доступними для людей, у яких немає комп'ютера чи доступу до інтернету, наочні матеріали вашої акції?

візуалізація вашої інформації: р4

Декілька ідей, які допоможуть вам реалізувати задумане

- 1 Зробіть власну версію туристичної чи міської мапи, яка містить не тільки перелік визначних місць, але й інформацію про тему вашої акції. Роздавайте цю мапу туристам, студентам чи іншим людям, які можуть легко долучитися до участі у вашій акції.
- 2 Якщо ви не знаєте, як зробити анімаційне відео, ви можете використати звичайний набір фотографій, додати до них музику, субтитри та закадровий голос для створення кінцевого продукту.
- 3 Переробіть логотипи відомих корпорацій, викриваючи їхнє істинне лице, яке вони приховують: наприклад, судове слідство, яке ведеться проти корпорації чи підтримка якогось військового конфлікту.
- 4 Роздавайте людям дешеві відеокамери, щоб вони могли записувати власні історії та використовувати це відео для створення інтерактивних мап, які відображають, яким чином на різних людей в різних регіонах діє одна і та ж проблема.
- 5 Вам не потрібно бути експертом у сфері графіки, щоб створити наочні матеріали. Група слів, цитат з важливого документу чи сайту, розташована у символічній хмарці - один з найпростіших методів наочного пояснення теми вашої акції.

ПОПУЛЯРНІ МЕТОДИ:

Створіть динамічну хмарку

Не розробляючи ніякого графічного дизайну власноручно, ви, все ж таки, можете створити власну інфо-графіку для своєї акції. Wordle (<http://wordle.net>) - інтернет-сервіс, який створює «хмарку зі слів», що взяті зі статичного чи динамічного електронного текстового документу, такого як блог чи оновлювані новини певного сайту. Wordle використовує текст для створення графіки, відмічаючи найчастіші слова в тексті більшим шрифтом. Ці «хмарки зі слів» можна зберігати в PDF, друкувати чи публікувати онлайн. У вас не буде великого вибору стосовно кольору чи шрифту, однак ви можете використати цей сервіс як старт для подальшої розробки чогось більш складного в такій безкоштовній програмі як InkScape (<http://inkscape.org>).



КОРИСНІ ПОРАДИ

ФІЛ АРОНЕАНУ, 350.ORG, ПРО ПРОСТОТУ:

«Використання культових зображень - це дуже хороша ідея. Для прикладу, відео «Це моє майбутнє» (<http://bit.ly/mV4mb>). Його зробили звичайні студенти протягом кількох днів за допомогою однієї відеокамери, нескладної редакторської програми та одного, легкого до запам'ятовування, гасла - «Це моє майбутнє», що з'являлося в різних контекстах на різних мовах світу. Це відео стає символічним та пізнавальним для людей, якщо вони навіть не знають всіх деталей акції».

ТЕСА ЛЕВІН, ШЛЯХИ ПОСИЛЕННЯ ВПЛИВУ ЖІНОК:

«Для створення анімації та редагування відео існує декілька дешевих рішень, проте доволі мало безкоштовних. Особисто я, переважно, маюю від руки, сканую і редагую зображення в Adobe. Це все також можна робити, використовуючи такі open source програми як Gimp чи Kino».

ФІЛ АРОНЕАНУ, 350.ORG, ПРО СТВОРЕННЯ БРЕНДУ ТА ІНДИВІДУАЛЬНОСТІ:

«Ми вирішили, що нам важливо створити впізнавану графічну індивідуальність нашої акції. Ми вирішили залучити професійних дизайнерів, але фінансово змогли дозволити собі тільки одну відео-акцію, створену ними. Проте, ми попросили їх надіслати нам всі графічні зображення, які вони використовували для створення відео, так що тепер ми можемо використовувати їх в найрізноманітніших формах: логотипах, блогах, друкованій продукції. В кінцевому виявилось, що ми навіть зекономили».