



Niko ne sluša

pojačajte
osobne priče

OVA TAKTIKA JE KORISNA
KADA NIKO NE KONSULTUJE
LJUDE KOJI TRPE UTICAJ NEKOG
PITANJA, A I KAO NAČIN DA
SE PITANJU DA DUBINA KOJA
ĆE ODJEKNUTI KOD CILJNE
PUBLIKE

PRIMJERI IZ VIDEOA

● Women'sNet: Digitalne priče

Ispričane od žena koje su pretrpjele nasilje

Projekt prenosi lična iskustva žena koje su preživjele nasilje korištenjem digitalnog pripovjedaanja, pristupa koji omogućava ljudima korištenje animacija, fotografija, muzike i video snimaka kako bi ispričali priču u prvom licu. Priče su onda distribuirane zastupnicima ljudskih prava, nosiocima politika, radnicima koji obezbjeđuju usluge i humanitaracima.

KORIŠTENE ALATKE: video kamere, digitalna animacija, softver za montažu digitalnog videa, YouTube, blip.tv

LINKOVI SA VIŠE INFORMACIJA:

Digitalne priče: <http://www.justassociates.org/digitalstories.htm>

Website: <http://www.womensnet.org.za>

● Prazna buka

Pripremile su žene koje se bore protiv uznemiravanja na ulici u Indiji

Projekt istražuje pitanje seksualnog uznemiravanja kombinacijom pripovjedaanja ličnih priča i javne akcije. Žene pričaju svoje priče slanjem odjeće koju su nosile kada su bile uznemiravane, blogiraju zajedno tokom "blogatona" o onome što im se desilo, postavljaju fotografije mjesta gdje su bile uznemiravane, i pričaju kako su reagovala na uznemiravanje na ulici.

KORIŠTENE ALATKE: Blogspot.com, Facebook, Flickr

LINKOVI SA VIŠE INFORMACIJA:

Blogovi: <http://blog.blanknoise.org>

pojačajte osobne priče: p1

● Obaveza štíćenja: Pravda za djecu vojnike u DRK

Pripremi Ajedi-Ka PES/Child Soldier Project i WITNESS

Ovaj dokumentarni film prati osobne priče djece vojnika. Po objavljivanju videa, Međunarodni krivični sud pokrenuo je postupke protiv članova oružanih snaga Konga koji su regrutirali djecu vojnike.

KORIŠTENE ALATKE: video kamere, softver za montažu digitalnog videa, internet stranica

LINKOVI SA VIŠE INFORMACIJA:

Internet strana: <http://www.ajedika.org>



PLANIRAJTE VAŠU AKCIJU

- U videu o životu dece vojnika u Kongu, ista priča ispričana je na dva načina: jedna priča je namjenjena lokalnom stanovništvu za podizanje svijesti, a druga je pripremljena kako bi uticala na sudove. Razmislite unaprijed na koji način sirovi materijal koji sakupljate može biti pripremljen kako bi ispričao različite priče različitim ciljnim publikama.
- U slučaju Prazne buke, sakupljanje priča i njihovo pojačavanje na internetskoj strani stvorilo je osećaj pripadanja zajednici za ljude koji su dali svoj doprinos. Kakav poticaj imaju ljudi sa kojima radite, ili zajednica u kojoj radite, da ispričaju svoje priče? Kako ćete podržati ljude da ostanu povezani međusobno?
- Lične priče mogu otkriti puno. Ako pitate ljude da podijele svoje priče, odgovorni ste za zaštitu njihove privatnosti i bezbjednosti. Kada pričanje lične priče može donijeti rizik toj osobi, razmotrite sa njima taj rizik detaljno. Možda ćete morati da prikrivate nečiji identitet time što ćete isključiti njihovo ime, lokaciju, lik ili glas.
- Rad sa ljudima kako bi ispričali svoju priču je proces sam po sebi. Ajedi Ka su potrošili mjesec u Kongu da upoznaju djecu i vojnike prije nego što su uključili kameru. Razmislite kako ćete izgraditi povjerenje i pomoći ljudima da ispričaju svoju priču.
- Pričanje priča na internetu je jedna forma kolektivne akcije, ali šta drugo možete zatražiti od vaših saradnika? Da li će pomoći u vođenju kampanje u njihovom kraju, promovisati inicijativu, kreirati sadržaj?

pojačajte osobne priče: p2



STUDIJA SLUČAJA

NASLOV: Mi žene (We the Women)

KO: Areej Khan, direktor projekta

GDJE: Žene u Saudijskoj Arabiji i Saudijske žene u inostranstvu

WEBSITE: <http://www.n7nudrive.com>

OPIS

Kako bi usmjerila pažnju na zakone koji ženama u Saudijskoj Arabiji zabranjuju upravljanje motornim vozilima, Areej Khan, saudijska umjetnica i grafička dizajnerka koja živi u SAD-u osmislila je kampanju "We the Women" (Mi žene). Projekt traži od žena da odgovore na pitanje „Voziti ili ne voziti?“ ispisivanjem odgovora na naljepnice koje mogu postaviti u javnim prostorima. Areej je zamolila učesnice da fotografišu svoje naljepnice i pošalju joj slike e-mailom ili ih postave na grupi na Flickr-u i na Facebook strani projekta. "Ljudi su više voljeli da anonimno pošalju slike meni, e-mailom, pa da ih ja onda postavim", kaže Areej. Projekt je izazvao interes informativnih medija u Saudijskoj Arabiji i u SAD-u. „Većina ljudi koji učestvuju na strani na Facebook-u protive se tome da žene voze“, kaže Areej. „Debata na grupi je tamo-vamo. Morala sam biti spremna da neću moći da kontroliram šta će na kraju ispasti od svega toga. Radi se o tome da do rješenja dođe zajednica, a ne šta ja mislim o tome ili čemu sam ja osobno privržena". Mada projekt dobija brojne komentare koji se suprotstavljaju mogućnosti da žene voze u Saudiskoj Arabiji, Areej je otkrila da "veliki broj ljudi kažu da smatraju da će se to brzo promijeniti, zbog glasa koji ovakvi projekti daju ženama".

KORIŠTENE ALATKE: Facebook, Flickr, YouTube. Naljepnice možete preuzeti sa Flickr-a i odštampati. Website je koristio HTML, JavaScript.

DOSEG: Preko 2000 ljudi učestvovalo je na strani na Facebook-u u prva tri mjeseca implementacije projekta (april-juni 2009. godine), a podneseno je 25 dizajna naljepnica. Većina slika za naljepnice poslana je iz Saudijske Arabije.

TROŠKOVI: 2000 dolara (hostiranje internet strane, štampanje naljepnica)

RESURSI: Jedan zaposlen sav je personal koji radi na projektu. Lokalna štamparija u Saudiskoj Arabiji besplatno je izradila 3000 naljepnica za projekat.

VRIJEME: Sedam mjeseci za učenje web-dizajna, planiranje i izvršenje. Nakon lansiranja, trebalo je samo dva dana da prvi učesnik postavi svoju fotografiju.

NIVO TEŽINE: 2 od mogućih 5.

LINKOVI SA VIŠE INFORMACIJA:

Fotografije stikera: <http://bit.ly/xksVb> (flickr.com)



[HTTP://WWW.N7NUDRIVE.COM/](http://www.n7nudrive.com/)

URADITE SAMI

Pitajte

- Koja je vaša uloga u zajednici čije priče želite da raširite: ko ste vi njima i kako oni gledaju na vas?
- Koja će biti nagrada za zajednicu ili grupu zato što su otkrili svoja lična iskustva široj publici, i kakav rizik im to može donijeti?
- Da li ćete predstaviti ove lične priče u zatvorenoj sredini, recimo u radionici, ili namjeravate da ih objavite na internetu, široj publici koja ih može dalje objavljivati u različitom kontekstu?
- Koji su potencijalni rizici vezani za privatnost i bezbjednost povezani sa ovim pričama?
- Da li postoji vremenski određeno pitanje sa kojim možete da povežete priče?
- Da li će priče koje sakupite biti relevantne različitim publikama, na primjer, kreatorima politika i članovima zajednice?

Različiti načini da to uradite

- 1 Priče mogu biti ispričane predmetima isto kao i riječima. Prazna buka je postavila slike odjeće koju su žene nosile kada su bile uznemiravane i koristila ih je u uličnim demonstracijama.
- 2 Ljudi mogu ispričati ličnu priču anonimno, mobilnim telefonom, razgovorom ili tekstualnom porukom. Ove priče mogu da pošalju sa njihovih telefona za vašu kampanju, ili postaviti direktno sa njihovih telefona na jedan websajt.
- 3 Tagovanje, ili označavanje sadržaja na internetu ključnim rečima, dopušta sakupljanje više priča na jednom websajtu. Možete zamoliti ljude da postavljaju slike, video i blogove na različite sajtove i koriste isti tag za sve te postove. Na vašem sajtu, možete prikazati sve priče koje nose taj tag.
- 4 Mnogi ljudi u različitim regionima mogu da doprinesu stvaranju dužeg videa svojim kratkim video uradcima ili serijama fotografija. To omogućava onima koji ne znaju kako se montira video ili dodaju muzika i efekti da sarađuju na daljinu.
- 5 Kod videa gdje učesnici ne mogu otkriti svoj lik, korištenje animacije ili lutaka, ako odgovara temi i tonu pripovijedanja, mogu ostaviti podjednako osoban utisak.



ALATKA U FOKUSU

Kreiranje kolažnog sajta:

Internet stranica “We the Women” sakuplja mnoge priče sa Facebook-a, Flickr-a, YouTube-a i Google News-a na jednom mestu. Ako želite da napravite jednostavan website, možete koristiti besplatni blog, kao WordPress, i dodati sadržaje sa drugih sajtova tako da se vaš sajt ažurira automatski kad god se negdje pojavi nova priča. Ako ne radite sa osetljivim pitanjima gdje se sadržaj mora pregledati prije objavljivanja, kolažni sajt uspeva da sakupi brojne glasove na jednom mjestu brzo i jednostavno.



pojačajte osobne priče: p5

KORISNI SAVJETI

AREEJ KHAN IZ “WE THE WOMEN”, O ZADRŽAVANJU LOKALNOG KARAKTERA:

“Da sam imala prilike, lansirala bih inicijativu još dok sam živjela u Saudskoj Arabiji. Ja jesam odatle, ali prema nekima sam autsajderka zato što sam živjela u Sjedinjenim Državama kada sam počela sa ovim projektom. Vratću se u Saudsku Arabiju da produžim rad na projektu”.

SALLY-JEAN SHACKLETON IZ WOMEN’SNET, O LIČNIM PRIČAMA:

“Radi se o ljudima koji preuzimaju vlasništvo nad svojim pričama. To takođe znači da su mediji nešto čime ne možemo upravljati. Mediji proizlaze iz samih ljudi”.

SAM GREGORY IZ WITNESS-A, O RIZICIMA:

“U digitalnom dobu, svako može pogledati snimak, i onda je dovoljno da jedna jedina osoba to kopira i postavi na internetu. Mi ohrabrujemo ljude da dobro razmisle i razumiju moguće posljedice i da naprave izbor na osnovu pravih informacija”.