



**Paraqitni
në foto**

**vizualizoni
porosinë tuaj**

KJO TAKTIKË ËSHTË E MIRË PËR
KOMUNIKIM KREATIV PËRMES
GJUHËVE DHE ALFABETEVE
TË NDRYSHME POR EDHE PËR
TË TËRHEQUR VËMENDJEN E
NJERËZVE

SHEMBUJ NGA VIDEO

● Animacion i folklorit në mënyrë feministe

Forumi i Grave dhe Memories, Kajro, Egjipt

Artistët dhe mbrojtësit kanë krijuar video të shkurtër të animuar, të bazuar në tregimet tradicionale arabe të ri-treguara nga një perspektivë feministe. Videoja përdor kafshë dhe objekte si qasje për pabarazinë gjinore në një mënyrë kreative që është e ndjeshme për publikun e saj.

MJETE TË PËRDORURA: Adobe softueri (Photoshop, After effects dhe Premiere), për të animuar vizatimet e bëra me dorë në kompjuter.

LINQE PËR MË SHUMË INFORMACIONE:

Forumi Gratë & Memoriet: <http://www.wmf.org.eg/>

● Hartimi i një konflikti në kohë reale

Samidoun, Liban

Gjatë pushtimit izraelit në vitin 2006, mbrojtësit e të drejtave kanë bashkëpunuar për të krijuar dhe përditësuar hartat e bombardimeve dhe dëmtimit të infrastrukturës së Libanit. Këto harta janë përdorur për organizimin e punës në rimëkëmbje dhe përpjekje të mbrojtësve.

MJETET E PËRDORURA: Adobe Illustrator, Blogspot, Wordpress

LINQE PËR MË SHUMË INFORMACIONE:

Samidoun: <http://www.samidoun.org/>

● Vendosja e torturës në hartën e presidentit

Mbrojtësit tunizian të të drejtave nga Nawaat.org

Qeveria e Tunizisë ka bllokuar ueb faqen e shpërndarjes së videos YouTube dhe Dailymotion për të parandaluar njerëzit të shohin video dëshmitë e njerëzve që thonë se qeveria është e implikuar në shkeljen e të drejtave të njeriut. Mbrojtësit janë përgjigjur me kolazh interaktiv në Google Earth, duke vendosur video për të drejtat e njeriut në hartë tredimensionale në të njëjtin vend ku ndodhet Pallati presidencial. Kjo u mundësoi qytetarëve të shohin videot edhe pse qasja në YouTube ishte e bllokuar.

MJETET E PËRDORURA: Google Earth, Google Maps, YouTube

LINQE PËR MË SHUMË INFORMACIONE:

Video harta: <http://bit.ly/1a2OrH> (nawaat.org)



PLANIFIKONI AKISONIN TUAJ

- Animacioni i tregimeve popullore nga Kajro(djathtas), përdor simbole ose karaktere, si një mënyrë për një temë eksplozive dhe t'i kthej në diçka më të lehtë për qasje të një publiku ngurrues.
- Materialet vizuale dhe të tjerat që i përgatisni, mund të jenë shumë praktike. Për shembull, hartat nga Libani janë përdorur në disa mënyra: si shënim historik, për raportimin e krizës, dhe për planifikim të dhënies ndihmë.
- Vizualizimi interaktiv mund të përdor foto, ilustrime, video, dhe materiale tjera të cilat i kanë dërguar njerëz të ndryshëm. Në kolazhin e Google Earth dhe YouTube në Tunizi, video e re është vënë automatikisht ashtu që njerëzit do të vendosnin ato në internet dhe do të shtojnë tage gjeografike.
- Për të arritur te njerëzit që nuk kanë internet të shpejtë, vizualizimi kompleks mund të shpërndahet edhe jashtë internetit: si video për incizim ose në VCD / DVD, si afishe të mëdha, fletushka të shtypura ose projeksione në hapësirë publike, apo në USB kartelë memorie.
- Vizualizimi efektiv nuk duhet vetëm të bëjë diçka tërheqëse vizuale apo zbavitëse. Më e rëndësishme është të formojë të kuptuarit dhe të qartësojë kuptimin.



WOMEN AND MEMORY FORUM



WOMEN AND MEMORY FORUM

STUDIM RASTI

TITULLI: 350: Dita Ndërkombëtare e Aksionit Klimatik

KUSH: 350.org

KU: Aksion në pothuajse 100 shtete

UEB FAQJA: <http://www.350.org>

PËRSHKRIM

Me qëllim që të inspirojnë njerëzit të organizojnë aksione në temën e ndryshimeve klimatike në gjithë botën, 350.org ka krijuar një video të animuar për ndryshimet klimatike. Animacioni përdor paraqitje të fortë vizuale dhe nuk përdor fjalë, që do të thotë se nuk ka nevojë për njohje të një gjuhe të caktuar për ta kuptuar atë. Koncepti kryesor është numri 350, i cili i referohet “numrit për të cilin shkencëtarët thonë se është kufiri i sigurt i dioksidit të karbonit në atmosferë,” thotë Phil Aroneanu nga 350.org. “Ishim të vetëdijshëm, se nëse dëshirojmë të bëjmë fushatë globale, mund të përdorim këtë numër, ashtu që të gjithë do të flasin për këtë”. Përderisa 350.org ka bërë skicë videoje duke përdorur Microsoft software Paint, Free Range Studios ka dizajnuar dhe prodhuar plot versione të animuara duke përdorur Flash. Animacioni u publikua në 350.org, si dhe në YouTube dhe Facebook. DVD me video u është dërguar grupeve dhe stacioneve televizive në rajonet ku qasja e dobët në internet vështirëson shkarkimin e videos. Për suksesin e animacionit, Phil thotë, “është vështirë ta quajmë animacionin mjet për organizim, por ajo është mënyrë për të tërhequr njerëz, të vijnë në faqen e internetit dhe të mendojnë se çka duan të bëjnë. Këtu është gjithashtu edhe faktori “cool” - njerëzit ndjehen se janë pjesë e diçkaje. Në anën tjetër, kjo edhe nuk u ndihmon njerëzve të kuptojnë se çka është 350 në atë masë sa do kisha dashur unë, pasi është shpejtë”. Edhe pse prodhimi i animacionit i kushtoi 350.org, ajo krijoi një identitet të fortë grafik, dhe tani ata janë në gjendje të përdorin këto imazhe vazhdimisht në materialet e tyre.

vizualizoni porosinë tuaj: f3

MJETET E PËRDORURA: YouTube dhe Facebook Faqet me 10.000 anëtarë. Orkut, MySpace, Twitter. Zandy, “mjete për organizim të ngjarjeve si Facebook Events, të përkthyer në shumë gjuhë të ndryshme.”

CAKU: Videoja ka pasur 100.000 shikime për një vit në YouTube. Fushata është globale, me gati 30 të punësuar dhe praktikantë dhe afër 100 aksione të planifikuara në mbarë botën.

KOSTOJA: 10.000 USD \$ për video. Harxhime për personat që menaxhojnë dhe realizojnë projektin.

BURIME: Fushata është ndërtuar nga rrjeti i aktivistëve të universiteteve nga SHBA-të, dhe është zgjeruar ndërkombëtarisht nëpërmjet samiteve dhe konferencave për ndryshimin e klimës. “Bashkëpunimi është ai që na lejon neve të punojmë pothuajse pa buxhet”, thotë Phil. “Jo vetëm që përdorim rrjetin, por në fakt ne e krijojmë atë”.

KOHA: Tre muaj për të krijuar video. Kohëzgjatja e fushatës nga fundi i vitit 2008 deri në fillim të vitit 2010.

NIVELI I VËSHTIRËSISË: 3 nga 5

LINQE PËR MË SHUMË INFORMACIONE:

350 video të animuara: <http://bit.ly/89GA8> (youtube.com)

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



BËJENI VET

Pyet

- Çfarë është më e rëndësishme për fushatën vizuale: komunikimi nëpërmes gjuhëve, prezantimi i informacioneve të dendura në grafikë të thjeshtë, dhe / ose të befasojë dhe përfshijë njerëz me paraqitje kreative vizuale ?
- A është fokusuar fushata juaj në një koncept të vetëm apo slogan? Si mund të dizajnoni atë në mënyrë që të kuptohet shpejt nga njerëzit që i keni cak?
- Si mund të përfshini njerëzit të kontribuojnë në fushatën tuaj - duke kontribuar me foto dhe video, duke bashkëpunuar në distancë ose personalisht, ose duke shpërndarë videon tuaj, hartat, ose animacionet?
- Çfarë aksioni do të kërkontë që njerëzit të përkrahin ose të marrin vet dhe që do të bazohet në fushatën tuaj? A shpërndan media aksionin tuaj? Me kë kërkontë të shkëmbeni mediet tuaja - njerëz të rëndësishëm në qeveri, ose organizatat e komunitetit, media?
- Si do të publikoni fushatën tuaj medias vizuale për ata që nuk kanë qasje në internet apo kompjuter?

vizualizoni porosinë tuaj: f4

Mënyra të ndryshme për të bërë këtë

- 1 Bëni versionin tuaj të hartës turistike apo hartës së qytetit, e cila do të përfshijë jo vetëm lokacione të rëndësishme por edhe informacion në lidhje me çështje specifike me të cilat merret fushata juaj. Shpërndani hartën vizitorëve të qytetit tuaj, studentëve, dhe njerëzve të tjerë të cilët mund të mobilizohen për realizimin e aksionit.
- 2 Në qoftë se nuk dini se si të bëni një video të animuar, ju mund të bëni një video me incizim të fotografive, duke shtuar muzikë, tituj dhe spiker ashtu që të bashkoni fotografitë përreth një tregimi.
- 3 Dizajnoni grafikon në letra ngjyese që mund të përdoren për t'i ngjitur në produkte, me informacione të cilat korporatat e mëdha nuk i publikojnë: për shembull, hetimet penale në kompani, apo mënyrat që prodhuesit mbështetin konfliktin e armatosur.
- 4 Jepni njerëzve video kamera të lira për të regjistruar tregimet e tyre personale dhe përdorni videot të bëni hartë interaktive, e cila tregon se si njerëzit nga rajone të ndryshme janë të ndikuar nga çështje apo temë e njëjtë.
- 5 Nuk duhet të jeni ekspert i grafikës për të krijuar një paraqitje vizuale. Një mjegull e tag-ëve - një grup fjalësh që paraqet një trup të madh teksti - mund të jetë një mënyrë e thjeshtë për të shpjeguar në mënyrë vizuale temën tuaj duke theksuar fjalët kyçe nga një dokument i rëndësishëm apo faqe interneti.

PAJISJET NË FOKUS

Krijo një mjegull dinamike tag

Edhe pa bërë vet ndonjë dizajn vizual, ju mund të krijoni një info-grafik për fushatën tuaj. Wordle (www.wordle.net/) është një aplikacion interneti i cili për ju krijon ‘tag cloud’ qoftë prej dokumenti statik, të përfunduar, ose nga një tekst dinamik, siç janë blogjet apo lajmet nga një ueb lajmesh. Wordle përdor tekst për përgatitjen e grafikës, duke shfaqur në font të madh fjalët që përsëriten më shpesh. Tag mjegullat mund të ruhen si PDF dokument, ose të vendoset si foto në internet. Ju keni kontroll të kufizuar mbi ngjyrat dhe fontet që zgjedh Wordle, por mund të përdorni këtë aplikacion si burim të ideve për dizajnin e më shumë tag mjegullave të elaboruara në programe të dizajnuara falas, siç është InkScape (<http://www.inkscape.org/>).



vizualizoni porosinë tuaj: f5

KËSHILLA

PHIL ARONEANU, 350.ORG, PËR THJESHTËSINË:

“Përdorimi i imazheve ikonike është me të vërtetë mirë. Shikoni videon “Është e ardhmja ime” (<http://bit.ly/mV4mb>) ‘. Është bërë nga studentë për disa ditë duke përdorur një aparat fotografik, softuer të thjeshtë për redaktim dhe një slogan ikonik - “Është e ardhmja ime” - që shfaqet në kontekste dhe gjuhë të ndryshme. Kjo bëhet ikonike, dhe është edukative për njerëzit edhe nëse ata nuk dinë gjithçka në lidhje me fushatën”.

TESSA LEWIN, RRUGËT PËR FUQIZIMIN E GRAVE:

“Për animacion dhe redaktim të videos, ka disa zgjidhje me kosto të ulët, por jo edhe shumë të lira. Edhe pse pjesa më e madhe e punës që unë bëj personalisht përbëhet prej vizatimeve të kornizave dhe skenimin e tyre dhe pastaj duke luajtur përreth me to në Adobe software, e gjithë kjo mund të bëhet edhe me softuer të lirë dhe kod të hapur burimor të Gimp-it ose Kino-s (<http://bit.ly/13V9fW>). “...

PHIL ARONEANU, 350.ORG, PËR BRENDIMIN DHE IDENTITETIN:

“Mendua se ishte e rëndësishme që fushata jonë të ketë një identitet të qëndrueshëm grafik. Vendosëm për dizajner profesional, por mund të ia lejonim vetes që ata të bëjnë vetëm një video për fushatën. Prap se prapë, arritëm që të na dërgojnë fajllat me të gjitha zgjidhjet grafike të cilat i kanë përdorur në video, ashtu që mund t’i përdorim për më shumë gjëra të ndryshme: logo, blog postime, shtypjen e materialeve. Për ne, kjo gjë përfundoi si mënyrë për të kursyer para.”