



视觉化

把运动讯息 视觉化

要向不同语言和文字使用者有创意地传播信息，或需要吸引大众注意的时候，可应用这个策略。

视频实例

● 用民俗动画表达女性主义

Women and Memory Forum（女性和记忆论坛），埃及开罗艺术家和女权主义者将阿拉伯传统故事从妇女的角度重新诠释，并制作成动画片，短片里，他们用动物和物体来表达性别不平等，富有创意但又顾及到观众的感受。

使用工具：用Adobe软件（Photoshop, After Effects and Premiere）把扫描后的手画稿做成动画

更多资讯：

Women & Memory Forum（女性和記憶論壇）： <http://www.wmf.org.eg/>

● 描绘冲突实况

Samidoun组织，黎巴嫩

2006年以色列入侵黎巴嫩期间，运动人士合作描绘并每日更新黎巴嫩境内被轰炸以及被毁建筑的地图，这些地图后来被用在重建工作和宣导。

使用工具：Adobe Illustrator, Blogspot, Wordpress

更多资讯：

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

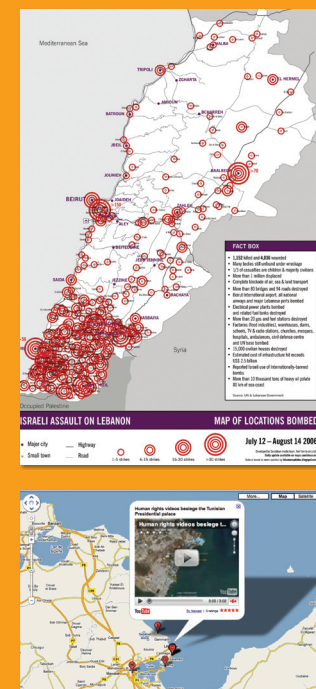
● 把人权迫害讯息放上总统府地图

突尼斯运动人士和Nawaat.org网站为防止民众看到有关指责政府迫害人权的影像，突尼斯政府对YouTube和Dailymotion这两个视频分享网站进行防堵封杀。运动人士利用Google Earth创作了一个互动视频渠道进行回应，他们把人权运动视频短片放在3D地图上总统府的所在地，这样即使YouTube被禁止访问，人们仍然可以从这个渠道观看到这些视频。

使用工具：Google Earth, Google Maps, YouTube

更多资讯：

影像地图：<http://bit.ly/1a20rH> (nawaat.org)



计划你的行动

- 运动人士在埃及开罗的故事动画中使用符号或角色，来表达一个敏感的议题，使之变得更容易令观众接受。
- 你制作的视觉图像和视频非常有用，例如，黎巴嫩运动人士绘制的地图就有多种用途：作为历史记录、危机报告，甚至用于救灾援助工作。
- 你可使用图片、插画、视频，以及从公众获得的其它材料来制作互动视觉影像，突尼斯运动人士使用Google Earth和YouTube的叠加功能，当人们把新的视频上传到YouTube并使用Geo标签标注，这些视频就会自动出现在Google Earth上。
- 在没有高速互联网的地区，人们同样可以通过离线方式观看互动图像：作为视频下载、使用VCD或DVD播放、大型海报、印制广告和公开投影的方式展示，或用USB传输。
- 有效的视觉图像不仅仅在视觉上吸引和娱乐大众，更重要的是它帮助人们了解运动讯息和意义。



WOMEN AND MEMORY FORUM



WOMEN AND MEMORY FORUM

案例研究

行动名称：350：国际气候行动日

发起者：350.org

地点：将近100个国家参与行动

网站：<http://www.350.org>

行动描述

为了推动世界各地的人们启动和参与有关气候变迁的活动，350.org网站创作了一个以气候变迁为主题的动画，动画里完全使用视觉符号，没有使用任何文字语言，让任何国家的人都能明白，此动画主要的概念是350这个数字，据350.org的Phil Aroneanu说，350是“科学家发表的大气中二氧化碳的安全含量，”“我们认为要让全世界都参与这个运动，我们可以利用这个数字来引发大家的关注和讨论。”当350.org用微软的绘图软件完成了动画的草稿后，Free Range工作室用Flash软件把成品的动画制作出来，此动画除了被上传到350.org，也被共享到Youtube和Facebook等网站，运动人士还把动画制作成DVD寄给那些没有网络的地区里的团体和电视台。谈到该动画的成功时，Phil说道：“它不是一个组织活动的工具，但却是一个吸引人们参与的方式，它把人们带到官方网站让他们思考他们能做什么，它还有一个很棒的地方——就是让人们感觉到参与感，但它也有不足，因为速度太快，人们对350的理解度并没有达到我的期望。”制作动画的成本是高的，但它同时也为350建立了强大的视觉形象，现在他们可以持续在所有出版品和资料上使用这个视觉形象。

使用工具：YouTube、拥有10万成员的Facebook专页、Orkut、MySpace、Twitter，还有Zandy——一个类似Facebook Events的活动筹划工具，可以翻译成多国语言。

效果：YouTube上的动画在一年里面超过10万的浏览量，全球性的活动，包括了近30名工作人员和实习生，全球接近100个行动计划。

经费：1万美元动画制作费用，以及持续支出的项目管理和执行的人力成本。

资源：活动由美国校园活动人士组成的网络进行推广，并透过国际气候变迁高峰会和其他会议传播到全世界，“合作使我们几乎零成本运作此项目，”Phil说，“我们不仅是利用一个网络，更是创造一个网络。”

时间：3个月制作影像。整个活动的时间从2008年底到2010年初。

难度：3（总分是5）

更多资讯：

350动画视频：<http://bit.ly/89GA8> (youtube.com)

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



自助行动

问题

- 运动视觉化最重要的目的是什么：用跨语言的方式达到沟通目的，用简单的图示传达复杂的讯息，还是用富有创意和视觉效果的方式来吸引人群？
- 你的运动是否专注在一个概念或一句口号上？你如何让受众更快地明白你要传达的讯息？
- 如何让人们加入你的运动？藉由上传图片 and 影像，远距离遥控或面对面合作，还是让他们帮你把影片、地图或动画传播出去？
- 基于运动目标，你会呼吁参与者采取什么行动？把影像传播出去？你希望他们把信息传播给谁——政要官员，当地或社群组织，还是媒体？
- 对于那些没有电脑或网络的人，如何把影像传达给他们？

你可以尝试的几种方式

- 1 自制一张旅游或城市地图，上面不仅标有重要地标，也同时包含你的活动议题讯息，把它派发给旅行者、学生或其他可以动员的人。
- 2 如果你不知道如何做一段动画，你可以把系列照片合成视频短片，加上音乐、标题和旁白，使之成为一个故事。
- 3 设计标识产品的贴纸，贴纸上标示的是企业不愿透露的信息：例如，与某企业相关的刑事调查，或某企业支持武装冲突。
- 4 提供人们便宜的摄影机来记录他们的故事，利用这些影像建立一个互动地图，让大家看到同一个问题如何影响不同地区的人。
- 5 你不必是专家也能使用图表创造视觉效果，一个简易的将运动议题视觉化的方法是使用标签云（用文字群代表文本内容），重点标注重要文件和网站信息的关键词。



