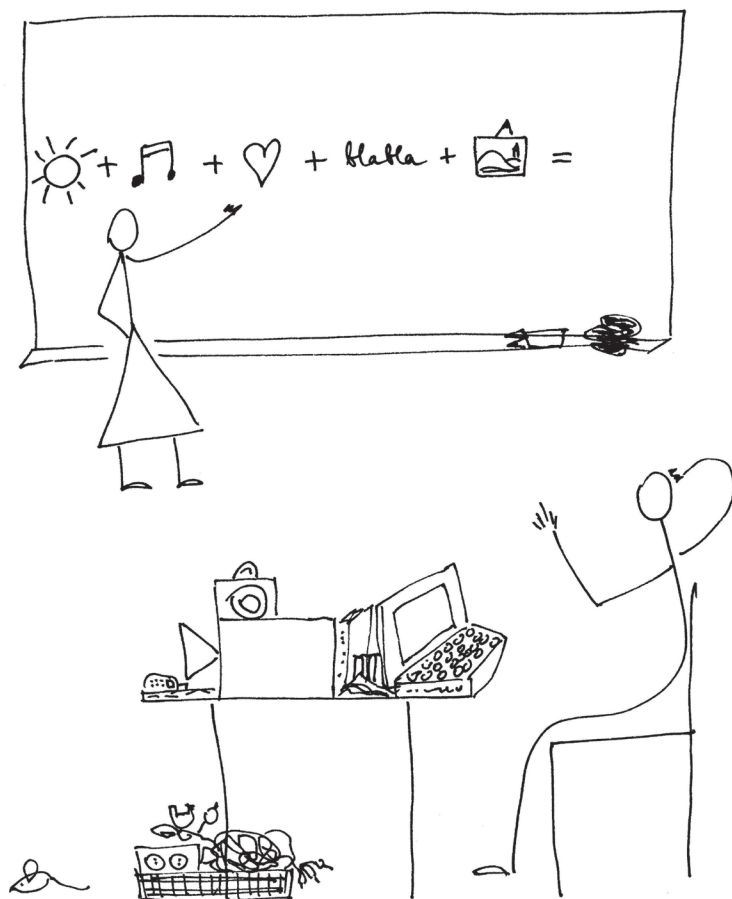


Birth of Image - Trumpas informacinio raštingumo vadovas



Birth of Image

A Concise Guide to Media Literacy

Birth of Image

A Concise Guide to Media Literacy

Pavadinimas originalo kalba: Birth of Image, A Concise Guide to Media Literacy
© 2011 Visos šio leidinio teisės priklauso jo autoriams.

Redagavo Miki Ambrózy, Kriszta Zsiday ir Dubravka Obradović
Stilių ir dizainą kūrė Sofia Moudiou, Sara Ulrich
Grafines iliustracijas kūrė Kriszta Zsiday

Anglų kalbos korektūra Julian Hoffman
Į lietuvių kalbą vertė Evelina Paunksnytė

Original title: Birth of Image, A Concise Guide to Media Literacy
© 2011 All rights remain with the authors of this publication

Edited by Miki Ambrózy, Kriszta Zsiday and Dubravka Obradovic
Layout & design by Sofia Moudiou, Sara Ulrich
Graphic illustrations by Kriszta Zsiday

Proofreading for English by Julian Hoffman
Translation into Greek by Andrew Hannes
Proofreading for English by Julian Hoffman
Translation into Hungarian by Viktória Csákány
Proofreading for English by Julian Hoffman
Translation into Lithuanian by Evelina Paunksnyte
Proofreading for English by Julian Hoffman
Translation into Dutch by Maria Noorda
Proofreading for English by Julian Hoffman
Translation into Italian by Silvia Lumaca
Proofreading for English by Julian Hoffman
Translation into Serbian by Dubravka Obradovic

Table of Contents | Turinys

	Foreword	VII			
	Pratarmė	73			
	Introduction	IX			
	Įžanga	75			
1 the picture Vaizdas			4 the outcome Rezultatai		
1	Win-Win Civil Society vs Digital Youth	12	11	Images of Me, Images of You	52
	Abipusis laimėjimas Pilietinė visuomenė prieš skaitmeninį jaunimą	78		Mano nuotraukos, tavo nuotraukos	116
2	The Media Landscape	15	12	Connected by Cables	54
	Informacinė kultūra	81		Susieti kabeliais	118
3	What is Media Literacy? Reality Scan	17	13	New Perspectives	56
	Kas yra informacinis raštingumas? Šių dienų faktai	83		Naujos perspektyvos	120
2 the “how” Kaip?			5 appendices Priedai		
4	YouChoose 7 Tips on How to Broadcast Yourself	22	a	About the Authors	60
	Tu renkiesi – 7 patarimai, kaip garsinti save	88		Apie autorius	124
5	The Social Media Revolution	29	b	Civil Society Organizations & Contacts	62
	Socialinės medijos revoliucija	95		Organizacijos ir kontaktai	126
6	Yes, But No? Fair Use of Copyright	33	c	Stories Online Sharing is Caring	66
	Taip, bet ne? Teisingas autoriaus teisių naudojimas	98		Istorijos Dalijimasis su kitais	130
3 the practice Praktika			d	Online Resources	67
				Nuorodos	131
7	Fine-tuning Media With and For the Underprivileged	38	e	Council of Europe – European Youth Foundation	68
	Tobulėjimas Medija neturintiems privilegijų	102		Europos Taryba – Europos jaunimo fondas	132
8	Communication is the Response You Get	42	f	Youth in Action 4.4	69
	Komunikacija yra atsakas, kurį tu gauni	106		Programos “Veiklus jaunimas” 4.4 priemonė	133

Foreword

We would like to express our gratitude to all those who have turned the Birth of Image project from a possibility to a reality over the past 18 months.

Firstly, we want to thank all of the participants who have taken part in our training and local activities held across six countries, both for their participation and their willingness to learn alongside us.

We are grateful to all the youth workers and volunteers who've supported us in their free time out of their care and passion for working with youth and media. Some of them have since become trainers themselves and are now organising their own activities and projects. They continue what we began together, making sure that it's always evolving.

We would like to thank and express our appreciation to Sofia, Eva and Andrew. Their stimulating suggestions and encouragement have helped us throughout, and have enabled us to make the most of our work with youth and media.

We are grateful to the Youth in Action Programme for their support in helping us realise our long-held dream of finding a new way to educate about media.

We are deeply indebted to the Council of Europe for funding that has allowed us to put into words and images our collective experiences. Through Birth of Image we hope to inspire and support others who share our passion for working with youth and media.

Doing what works is a great feeling. Doing it with and for others is even better.

Thank you!

Kriszta Zsiday and Miki Ambrózy

media educators and project managers

This collection of articles is the celebration of a unique educational process. The Birth of Image project has successfully achieved two goals. First, it combined personal growth and media education for and with young people. Second, it developed a methodology for the instruction of active media literacy, including the latest chapter in the history of media: the social media frenzy.

In Chapter 1 we present an overview of what is happening across the map of youth and digital media, and reveal what the concept of media literacy looks like in reality.

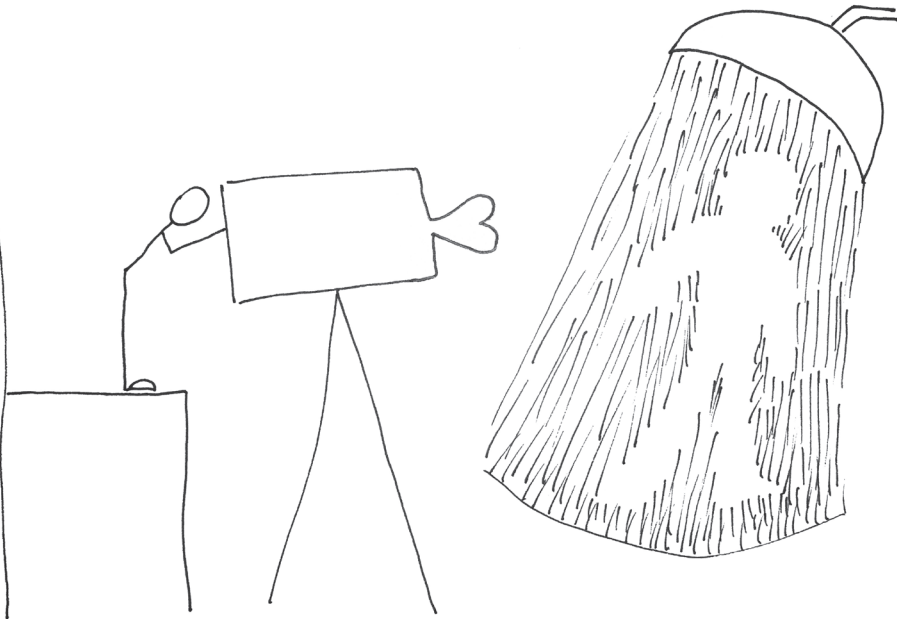
In Chapter 2 we discuss how to go about discovering the world of video making, social media and copyright.

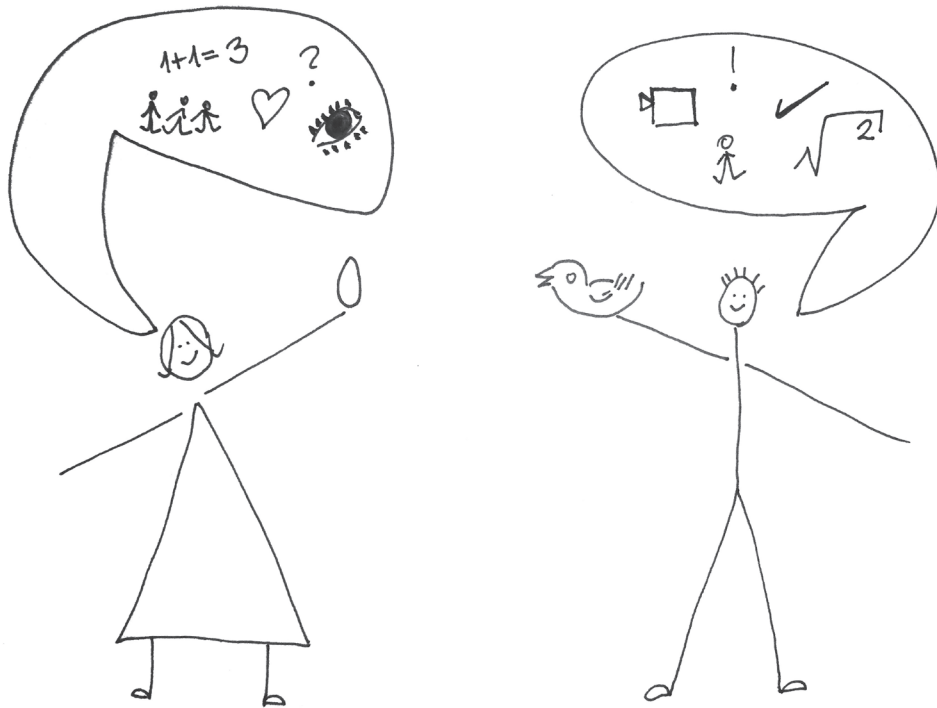
In Chapter 3 we explain our methodology. We touch upon the issue of having “less” opportunity, the process of feedback in our approach, and the potential for user-generated training content.

In Chapter 4 we share what young people have shared with us. We reveal stories of participants who have benefited from the situations described above by taking the initiative simply by being whoever they want to be.

Enjoy, share, contribute!

May 2011





chapter 1 | the picture

Win-Win | Civil Society vs Digital Youth

What is the potential of media and new media for non-formal education in civil society?

by Miki Ambrózy

When the Birth of Image project was created in a Budapest cafe, we were sincerely curious as to how the actual thing happened: what process preceded the birth of an image?

Marco Vlaming, the coach behind this project (with over 25 years of experience in international youth work) had always told us that he didn't get why social media was so big. Claiming to be a farmer's son, he used to jokingly tell us how he didn't see the point of it at all. A few months after the project's start the most unlikely thing occurred, shocking everyone into disbelief.

Marco Vlaming created a profile on facebook. We stared at the screen in shock. Was it really him?

Marco created not only a new virtual profile that day; he also made the move towards participatory learning because he wanted to understand what it was about new media that young people found so attractive.

The evolution of social media sites such as youtube and facebook* has re-arranged the landscape of marketing and communication. Today anyone can promote a cause, share an idea or upload a photo to the Internet without spending little more than the time it takes to make a sandwich. Do you have a facebook account? Chances are you are already using social media yourself.

If you are one of those who refuse big brands on a moral basis, give up hope. I always remember how my father tried to resist the mobile phone for as long as he could. When it became cheaper than a landline phone, he bought one. In the future facebook may well replace your mobile, enter your bed, manage your fridge and sit with you for a beer.

The new curriculum

The ability to read and write was considered a civilising factor hundreds of years before basic compulsory education was introduced Europe-wide. Today there is a new curriculum. Surprisingly, it is written by the users themselves – that is by all of us. At least this is the mantra of the decade.

It will become clear from this publication that not all young people are media literate. At the same time, most young Europeans would go to great lengths to sport an ipad, iphone or iGirl. Their lifeworld is filled with audiovisual stimuli, most of it originating in the commercial sector.

Attractive, omnipresent

What it boils down to is that nonprofit youth organisations are up against an attractive and omnipresent anti-hero. And it's in the way of looking that the judgment is passed. As long as we perceive digital toys as anti-heroes, they will remain distant and scary.

What benefits could there be for civil society in using new media? What can a young person learn from his smartphone? How can the video camera be useful for an NGO? These questions may well lead to exciting and fruitful discussions, actions and activism, just as the 18-month experience of Birth of Image did.

Ask yourself what audiovisual or digital skills you have. In other words: what are you able to do with digital or online media? A PowerPoint presentation, perhaps? Have you uploaded anything to the Internet this week? An attachment? A photo? Have you downloaded a document today? Do you know where you saved it? Do you have a blog?

New media is full of opportunities for nonprofits. Photography, video and web 2.0 are the most powerful resources of this communications technology. The good news is that funding institutions for educational and cultural projects are well aware of this fact.

Project visibility is easy as checkers for someone who knows the basics of audiovisual communication. The dissemination of results becomes effective only when you know how local electronic media works, who works there and what attracts their attention.

A new literacy?

When a child learns to write in nursery or primary school, her first letter “a” is wobbly, perhaps a little uncertain. Years later she has become able to put expression, colour and meaning into a capital “A”, which is only one letter in an important piece of writing (digital or hand-written, it makes no difference). In the same way, your photographs may not look very arresting or professional at the moment. At least not yet.

Media texts are structured in similar ways to traditional ones. And they are as easily learned. It only takes practice and the willingness to make corrections.

When we baptised our work the Birth of Image, we had in mind a process whereby our entire team would be able to read and write with sound and light. It took us 18 months, a few obstacles and a lot of fun. I sincerely believe that there’s nothing unique about us, we’ve simply kept following the reality of the new communication landscape. And we stayed curious...

; -)

** I use them as text symbols of social bookmarking and media sharing – regardless of the exact brand.*

The Media Landscape

by Dubravka Obradović

It’s impossible to understand contemporary life as it is led in most parts of the world today without acknowledging the place of media in it.

Imagine a scene: you are driving in the countryside and pass by a huge billboard advertising something for sale. Would you even notice it? Would you find it strange?

Try and remember the last time you didn’t see someone that you really care about for many days. Of course you found the time to speak and play and laugh together on skype or facebook. Did it occur to you that there was something missing in the relationship?

Do you keep up with how the members of your extended family look today through photos on flickr or picasa, or do you get your daily info about topical political subjects through twitter or a forum thread?

Obviously, we have all moved deeply into the media landscape, and though it sometimes feels like we fell into it through a hole after following a white rabbit, it seems not such a bad place to be in, since it offers a vast number of possibilities for information, connection and cooperation.

How can we, youth workers, educators and activists, sketch a map of this ever expanding landscape and use it to understand young people and support their efforts in bringing about significant and positive changes to their daily lives?

First we need to observe the landscape meticulously, as an archaeologist would observe a magnificent ancient culture, and recognise that media has a similar capacity to inform us about the belief systems, values and perceptions of their (not so ancient) producers/makers.

Next, we need to put ourselves on the map and raise awareness to the fact that by developing all sorts of different relationships *through the media*, we are at the same time developing our own relationship *to the*

media in at least two ways: I.) we love, respect, protect, feel weary around, or sometimes hate our equipment and specific channels (software, applications etc.) that provide us with information; II.) we are developing an *image of ourselves* in the new media space, whether we actively participate in it or simply fantasise about it (consciously or not:-).

Therefore, media is not just a part of the external landscape; it is also a part of who we are, and we have a significant (and complex:) relationship with it.

If we sincerely want to support young people to be able to develop media literacy skills and tools to express themselves, and tell their own stories instead of simply being represented by the mass media, we need to actively participate in the landscape and be genuinely interested in the media-facilitated worlds that young people are building (*such as blogs, wiki's, viral messages, tweeter feeds, photo blogs, video clips and diaries and many more*).

From that position, we can focus on developing critical thinking as our primary agenda, by joining young people in informed inquiry and contributing to their production of the new mediascapes.

Birth of Image media trainers participate in the media landscape in order to understand, support, communicate, share and create with young people all over Europe. The map we started to sketch might be incomplete, but you are welcome to browse it in the following pages of our publication and, hopefully, join us there.

What Is Media Literacy? | Reality Scan

by Miki Ambrozy and Dubravka Obradovic

Media literacy is the ability to access, analyse, evaluate and create media in a variety of forms. It's an ability that's absolutely essential for living in a pluralistic, democratic society, as it helps develop an understanding of the role of media in the modern world as well as the important skills of research, critical thinking and self-expression.

As you'll have already realised from browsing the pages in this volume, the concept of media literacy sounds very promising. So, let us ask you this: What is your honest opinion about the above definition? Does it sound too good to be true? In this article we'll examine the reality of youth media literacy today.

In the past decade the mantra of educational policy has been to add a single word to the various evolving terms of mainly computing science. Ever heard of digital literacy, web literacy, media literacy, information literacy?

Welcome to the era of new literacies.

With Europe's youth unemployment figures looking a little bleak, there's much debate about how to match the content delivered by the education system to the actual needs and emerging demands of the labour market. The turning point in technology has seen the dramatic rise of social networking, transforming users into creators of content.

Yet, from the point of view of a youth media trainer, there are several issues that don't fit with the idealistic idea of a digitally literate generation.

More and more young people are spending time in cyberspace, but is media literacy really widespread?

At first glance important questions need to be raised concerning the myth about youth being naturally literate in digital media. Reality shows us that the 'user-who-generates-content' is still in the minority.

Creative media literacy remains the benefit of the few, even if the circle is gradually widening. To join in, you need to be equipped with the basics of general literacy, speak English or another major world language, have a solid Internet connection, a reasonably reliable desktop PC or laptop and be able to afford to maintain your computer system over time. This phenomenon is also known as "the technological-educational gap" and cannot be dismissed if we truly wish to work towards a more open and inclusive world for youth. Moreover our experience tells us that even with access to these basics the majority of young people are still digitally half-literate.

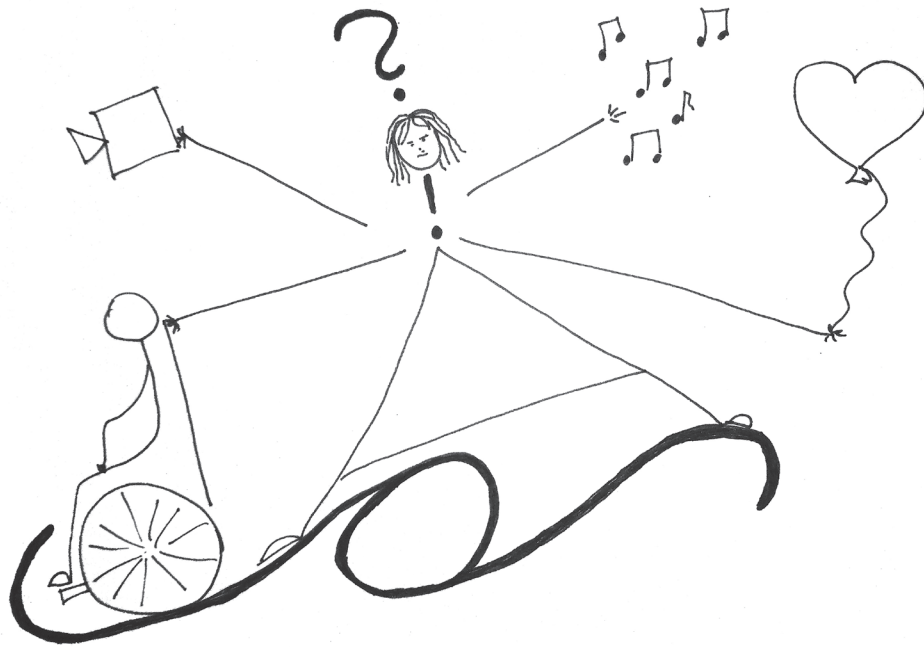
I'm a firm supporter of the empowerment of marginalised social groups through media and digital literacy. I believe that participants' control over content is crucial to successful learning, or for a truthful account of reality in journalism for that matter. One of the areas where gaps of literacy can be most effectively patched up is in informal, extra-curricular education.

I find that using video in team-building, whether as a tool for self-expression or during an outdoor adventure game, can be more effective than a lesson in aspect-ratio, picture composition and video file formats. It's an excellent starting point for career orientation as well.

For us educators, the ultimate question remains: how to exploit the presence of digital media in the life-world of youth in a meaningful way? How to bring a little depth into the world of videos about skateboarding dogs and subtitled cats on YouTube?

Being curious is a fantastic human characteristic. Taking risks in life is a basic survival instinct. If we enable young people to explore and take control of their own digital learning environment, the results will be more connected to their lives, more sincere.

There exists an element of personal growth in the creation of all media. The transformation of digital newcomers to media literates is a wonderful journey, and one definitely worth documenting for the technological annals of human history.



chapter 2 | the "how"

YouChoose | Seven Tips on How to Broadcast Yourself

The basics of audiovisual communication

by Miki Ambrozy

This article will give a concise outline of what I believe personally to be the basics of audiovisual communication. My aim is to offer some of my insights to assist you in learning the language of video, TV and cinema by yourself. I will discuss neither technology nor equipment, since there is a wealth of incredibly effective and useful material on the Internet easily available.

1 | Where to start?

Watch and understand

Hollywood and MTV have taught me many things about audiovisual communication. When considering the basics, I suggest you look at the masters at creating impact: the commercial film and media industry.

The good news is that you already know the language of cinema and audiovisual marketing: if you are reading this publication you probably grew up watching advertisements and movies on TV, in the cinema and on the Internet.

If you're coming from the nonprofit sector, you may well think that the world doesn't need any more propaganda aimed at shopping. But, if what they do works, why not use this knowledge to your advantage?

2 | How to create impact?

Emotion and storytelling

Good storytelling is the most important element. Now how do you achieve that? In terms of video, it can be useful to connect the idea of story with a protagonist who's on a mission, which can be symbolised by a journey with obstacles to overcome, with questions to answer. A story is complete when it has a resolution and an ending.

To create impact, however, you need more than just this classic recipe. You need elements that involve the audience's imagination, allowing them to expand on what they see, to be involved in the act of watching. It can be as simple as a person singing and flirting with the web camera: it's authenticity that matters.

A story will create impact only if there's an emotional connection between the narrative and the audience; if the story develops along a path, causing the protagonist or the audience, or both, to participate in a journey into their imaginations.

3 | Who's talking in the video?

Personal Mission

The first question to ask yourself is what is my relationship to this idea? In other words: why am I doing what I am doing? It's not necessary to have an immediate answer, but it's essential that you keep searching and asking yourself about what you're doing as the project progresses.

For example, I've always wondered if it's possible to be completely invisible while acting as the director and cameraman of a scene in order to make observational films. This question has fundamentally shaped my development as a video maker, although I still haven't found an answer as yet.

4 | What is my message?

A personal and universal vision

Your message only stands a chance if it's authentic, meaning that a personal vision is brought to a universal situation. I recently read an article about the relationship between what we loved doing as 9 to 12 year olds and our professions as adults.* The point was that between the ages of 9 to 12 we simply do things without thinking, just for the joy of creation. If as adults we do something similar for a living, our chances of happiness are much higher.

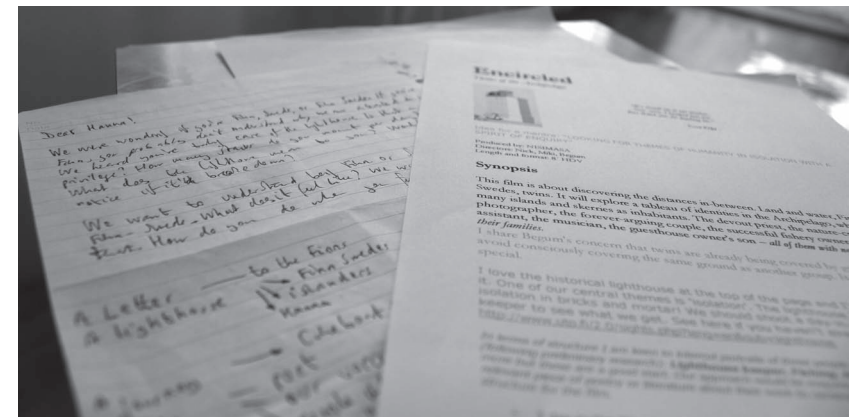
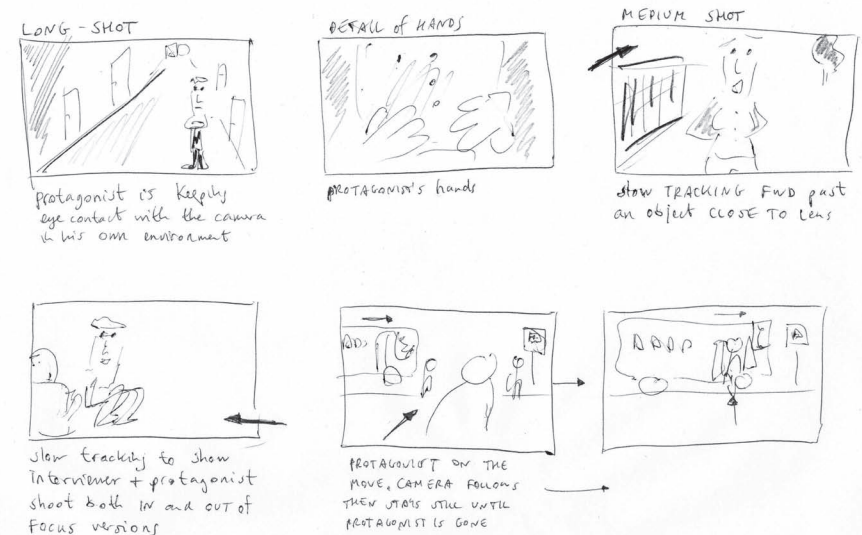
Your personal vision will strongly affect the videos you create. If you let yourself be fully, sincerely and passionately present in the video project you're working on, you will always express authenticity and achieve a universal appeal.

5 | How to put my idea into practice?

From idea to script

It's important early on in a video project to establish your audience. So how do you begin? Start by defining who the audience might be. Who might watch your video? Is it friends and family, or is it intended for a global youth audience?

The answers to these questions may influence the shape and form of your message. Next, the shape and form of your narrative are described by a script or storyboard. Storyboard is a visual record, while script is a written record of your ideas. They both lay out story and emotion. We've put some examples of storyboard and text-based script here.



6 | What's the best way to use the camera?

People make movies, not cameras

There's no recipe for perfect camera use. If you respect the following three principles, chances are your video will work well visually.

First, learn about your tools. Camera manuals are made to be read, so read them. Key concepts in video are not difficult once you are willing to experiment with the settings. Friends who know more about video than you do can be excellent tutors when facing problems such as how do I make a smooth shot of walking? Why is my video too white?

Second, respect tradition. Cinema and video language have their own traditions, rules and innovations. Watch the masters of cinematography, as well as the latest craze on YouTube. If you keep your eyes open, you can learn by watching (and copying). Pay special attention to cuts (where are they?), rhythm (how does the rhythm work?) and sequence (what follows what?). Once you know the tradition, you can get creative and break all the rules.

Thirdly, stay open to the new. If you work automatically or always use the same visual effect, your work will become dull. Stretch yourself by asking the question: is it beautiful the way I composed this shot? Is it attractive to the audience? What else can I do? What would happen if the camera moved (or stayed still)?

7 | What's the role of editing?

Editing and script-writing are the two least discussed stages of video making amongst non-professionals. Participants in our media-training courses often arrive with an awareness that they need practice in editing.

More often than not, the role of editing, especially in home lo-fi video production, is to make you realise how little you know. You will be confronted with missed opportunities in shooting, with technical problems of workflow, with the need for sound editing and so on.

Editing is a crucial and beautiful part of the production. It is the final drafting of your material. Videos are made three or more times. First in your script, then during shooting and finally in the editing stage.

Show your rough cuts to as many people as possible, and listen to what they have to say. There's only one 'first time' in watching your material, so a fresh eye is invaluable. Even if you disagree with what you hear, take note of the comments your test audience make.

How can I move to a level higher?

Making choices is the only way forward. Find your personal preferences in video making. Which subjects attract you? What is your favourite technique for narration? Do you like to appear in your movies or not? What are you most passionate about: Visuals? Sound? Planning? Script and story writing? Directing? Making choices will focus your process of development.

What it all boils down to is learning to learn from previous mistakes - without taking initial failures too seriously. Your very special first video didn't make any audience impact. So what? Why would you refuse to make a second, and then another? Simply make some corrections and try again. There are plenty of fellow human beings out there who want to share in your story by watching. Perhaps even responding to it with a video of their own.

And so begins a new cycle of video making...

* in Walter Murch: In the Blink of an Eye

The Social Media Revolution

by Dubravka Obradovic

The revolution principle

In order to grasp what the social media revolution means we need to remind ourselves of the dramatic impacts that the original rise of mass media had on society.

The world that existed before mass media was a world in which the distribution of knowledge was a time-consuming and expensive practice, and therefore dominated by elite monarchs and religious orders. They used their control over knowledge and its distribution to control society and the development of its institutions.

Gutenberg's invention of the printing press around 1440 was important because it made possible the mass distribution of information, which eventually led to the establishment of modern European societies founded on humanistic values, science, culture and the institutions of democracy.

The revolution that mass media brought to the world didn't mean that the importance of media in the battle for power and control was any less significant, however. This was because the means of media distribution were still expensive and required the technological knowledge needed to use them; it was therefore a media world still inaccessible to the majority of people. This imbalance strongly divided the producers from the consumers, those who had no way of responding through media channels and were therefore treated as uncreative, passive and easy to manipulate.

After nearly two centuries of traditional mass media, the invention of the Internet brought about deep and complex changes to modern society

The development of the Internet, also referred to as the introduction of new/social media, provides for many people the possibility of doing what was previously difficult and extremely expensive: to participate in an intensive, fast and inexpensive system of communication with large numbers of people, as well as being able to instantaneously access an almost unlimited variety of information. New media doesn't require technical knowledge or substantial economic investment for its use; it is open and easily accessible by more and more people around the world.

Social media is a revolutionary new media phenomenon - a platform for individual and collective participation, organisation, collaboration and connection.

A new world of knowledge and participation

We now have a new definition of authority, objectivity, truth and knowledge. They are no longer focused in one centre but are rooted in dialogue, discussion and transparency. The key ingredient making this possible is interactivity. Society itself now has control over new media and its content. The notion of communities of knowledge is rooted in the realisation that an individual is always subjective and his knowledge limited, and that authority, truth and wisdom will most likely arise through open discussion.

The possibilities that the free flow of information and connection offer are more than just promising: we are witnessing the continuous production of user-generated material in written, audio and visual forms by communities of people living across the planet.

Collective authorship doesn't necessarily end in cyberspace: more and more people are recognising that this organisational model can have a great impact, providing space for learning and inclusion.

One of the critiques commonly made of the products made by Internet communities is that, since they include people who don't necessarily have any expertise in the subject area they address, the products lack quality in comparison to those produced using traditional cultural

techniques. The most prominent example of this issue is the debate over Wikipedia and the validity and quality of its contents. Research comparing Wikipedia and the Encyclopaedia Britannica, however, concluded that the two different volumes shared a similar number of errors. The primary difference is that if you use Wikipedia you have the option of going to the Discussion page and reading or posting comments regarding the validity of the contents in an article.

http://en.wikipedia.org/wiki/Reliability_of_Wikipedia



The neutrality of this article is disputed. Please see the discussion on the talk page. Please do not remove this message until the dispute is resolved. (January 2011)

The paths before us

The increased opportunities for education and participation that media development offers also raises the problem of the technological and educational gaps that are apparent in different areas of the world; there are still a great many young people with limited access to technological resources (computers, cameras, Internet), which prevents them from participating in the media, from voicing their opinions and from portraying their realities. At the same time there are those who have access to the technologies but often lack the cultural and social skills needed for full involvement in the contemporary media landscape.

It is therefore our task as youth workers and educators to provide training and to develop projects that will make new technologies widely available and accessible to young people. Furthermore, we must emphasise access to the skills and experiences needed to become full participants in society, participants who can articulate their understanding of how

media shapes perceptions and who will become aware of the emerging ethical standards that will influence their practices as media makers and members of online communities.

In order to maximise our results and build a community of educators that will make the possibilities of media engagement more widely available, we must also focus on promoting youth media projects and media literacy education, especially the cooperation between media and the service sector and the education of youth workers to make use of the new technologies in their work. There is an exciting path ahead of us; it will be an immensely more creative and rewarding journey if we set off on it together.

Yes, But No? | Fair Use of Copyrights

by Andrew Hannes

Copyright is an issue that a lot of media makers avoid. Not because they can't handle it, but because rumor has it that it's complicated. With the expansion of the Internet, copyrights are constantly changing; as everyone can Google, copy, keep and use material, the essence and meaning of copyright has shifted radically over the years. Copyrights do still exist, though! They are there, defined and accessible. Young video makers are usually not informed about the various copyrights that exist for each form (video, photography, graphics etc.) and the subject (creative ideas) of media. Copyrights differ per country and type of art. Young people in media exchanges are often confronted for the first time with the idea that they have to consider copyright issues.

One of the most common obstacles that video makers face is the legal use of copyrighted music. You might think that the easiest way to get away with it is to state all the info of the copyright holder, but this is not the case. YouTube, for example, can mute your video or even remove it. This will happen regardless of your intention or the target group you have in mind (friends, school, country etc.). It is highly recommended that you first contact the company or the artist of the music you wish to use. Just don't expect Madonna to reply to your request! If you are an independent video maker the chances of you getting a response are not very high, but the attempt will help you sleep well at night. In the case of an artist replying to you, honesty can be a great tool of approach.

The issue of using copyrighted material is not new or difficult to overcome. There are plenty of Internet sites that offer music, photos and video that is copyright free, and they are as easy to access as your Facebook.

When using copyrighted material during Birth of Image projects, participants are made more aware of the 'Fair Use' of copyrights. Most of them turn to copyright free music or decide not to cover plot holes with music but instead to take better care of the recording of sounds.

The best way to ensure that your videos, photos, collages or music don't infringe on someone else's copyright is to use your imagination, skills and the resources around you to create something original and all yours. Then you never have to worry about copyright issues. Recording natural sound, creating your own music soundtrack or even making friends with musicians can bring freedom and satisfaction.

We shouldn't forget that as much as we want to have our own videos and photos copyrighted, the same goes for production companies and other artists. In the age of social media it is possible to ensure the rights of your creation. The "Creative Commons Copyright Licenses" scheme currently applies to 53 different jurisdictions worldwide and is still growing. These copyrights are simple; they vary according to what you need and they are one of the best choices for individual creators and even companies to secure their creative work.

Links:

1. <http://dig.ccmixer.org/>

This website can help you find music that is licensed under a Creative Commons agreement. The composers have already given permission for their music to be used.

2. <http://freeplaymusic.com/>

I use this database to track down copyright free music according to genre, style or emotion.

3. <http://www.centerforsocialmedia.org/fair-use>

The most detailed, up-to-date and well-structured website on practicing Fair Use. You can find examples, explanation videos and answers to the most important questions concerning Fair Use of Copyrights.

4. <http://creativecommons.org/>

This is the official website of Creative Commons licenses. It includes a very simple explanation on how to choose from a range of protections and freedoms for authors, artists and educators.



chapter 3 | the practice

Fine-Tuning | Media With and For the Socially Underprivileged

by Kriszta Zsiday

Life experiences seem to be immaterial for many people. Yet they have an enormous impact on our lives, especially when we are young. The continuous flow of emotions and experiences stemming from such life events as rites of passage, leaving home, and facing social, economic and personal challenges is significant.

All of these events affect our personal responses: what images we form in our minds; what life strategies we opt for; how we express ourselves and participate in society. While some of these actions and reactions are the result of inherited genes, hormones and the biology of growing up, others are directly connected to cultural, familial and social experiences.

In *Birth of Image* we have worked with young people who have grown up in orphanages, with young immigrants, with hyperactive and deaf young people. Their life stories often encompass personal beliefs, thoughts and issues which are initially unknown to us, the youth workers.

Yet this is the reality we work with. Those colleagues who stay in the profession long enough usually come to the conclusion that our work is about fine-tuning - not about changing the world overnight.

Fine-tuning is the discovery of motivation systems, and how these systems function for young people, within the logic of their life-worlds. Media is a great tool for this. For a start, it has the capacity to synthesise and structure personal stories in an expressive way. What is required for this is the motivation to start playing with the tools of

media. By looking at what's happening on Facebook, Twitter, YouTube and so on, we can be sure that this is already a channel where the fine-tuning of youth can take place.

When it comes to fine-tuning, there is no contradiction between youth with "less opportunity" and youth from more privileged backgrounds. Ideas only make sense with respect to the reality they are conceived in. The notion of troubled youth only makes sense in respect to a society that decides who is a normal person and who is not.

Press Like

We all respond to the environment in which we live. Recent research shows that social acceptance, and the sympathy we receive from others, is one of the main stimuli within motivation systems. Negative experience diminishes motivation systems and raises stress. In his book *The Humanity Principle* (2006), Bauer states that "the best drug for the human being is another human being."

When a young person shares stories with sincerity and out of his own free will it can give him a heightened feeling of being alive and the enjoyment of creating something. This increases his motivation to do something for people he likes, or together with them. When working with youth who come from difficult backgrounds, the need for acceptance and the feeling of being liked by others is a given fact.

It can happen, though, that this need and feeling are expressed differently, on other levels or with varying intensity. By giving these youth a video or digital camera and the opportunity to create, we also give them a chance to move their personal issues from within themselves to an audience on the outside. In the case of video sharing, this audience could be thousands or millions of fellow humans living all across the planet. To receive a "Like" on a picture, video or status message can be a landmark moment, indicating that the individual plays a role in other people's lives.

Following My Interest

Creating media messages works on two levels: technical and emotional. The technical part can be learned through online tutorials, software training or friends. To be willing to open up and share a personal story, however, requires something else.

During one of my training projects a group of young addicts got wasted the previous night and didn't complete their video assignment. Finding a way through the situation was one of my most memorable moments as a trainer. Following a conversation with them the next day, they got drunk again. But they grabbed a camera this time and created a video out of the experience. Later on they showed it to their group. With this video they created their place in the training session. They understood that it was an environment where they could work out their issues, where they could participate instead of resisting.

The fine-tuning of the media training project supported them and enabled them to reflect on what they did, how and why. They did not give up drinking, but made videos about the dark side of addiction. They discussed it with the others. Eventually they decided not to drink for a day, after regular daily consumption for more than ten years.

Creating My Account

The best practice in my eyes is to bring complex target groups, with diverse backgrounds, together. In many cases language, culture and habits will be an obstacle. But once they hold the camera in their hands, the desire to create, to share, will become stronger than the obstacles.

A second good practice is to use a form of visual expression in order to manoeuvre beyond their personal (and often limiting) thoughts. The visual expression of complex messages in a group setting supports mutual understanding. It also offers them the "aha" experience of an insight gained during the process of creation. Visual language is

a universal language – a fact proven by blind participants who have directed movies during Birth of Image projects.

The third key to success in my eyes is the setting up of the activities, including both the environment and human resources. A location and training space where the participants can physically move around will help them release tension through movement exercises and outdoor activities. A small community, like a village, makes it easier to keep the focus within the group, while also having the opportunity to socialise and explore different ways of living.

Last but not least is the creation of a team of educators. It's important to include people with technical competence, as well as trainers with strong people skills, in order to support the emotional and mental processes of participants. This combination is highly important when working with youth from "difficult" life situations.

Youth from difficult backgrounds may not have smartphones or expensive cameras, but they all search for "likes" on Facebook, for viewers and followers, and they definitely have stories to tell. With the media activities of Birth of Image we've been able to give them a sense that their voices have been heard and their experiences have been acknowledged. Who they are has been valued, and this works for all.

Communication is the Response You Get

How to use your audience and peers for feedback on the impact and meaning of (audiovisual) communication?

by Miki Ambrozy

When working with media, we use audio, visual or mixed media to communicate a message. In these cases the impact of our communication is tested by the audience. In other words, the meaning of our communication is the response we get.

The question for the viewer will always be: Do I understand the message or emotion expressed? Am I drawn into this or not? What's in it for me? Am I affected? Whether consciously or unconsciously, these questions will lead the viewer to a choice: Do I keep watching or not?

In Birth of Image we have developed a set of questions that encourage young video makers to move beyond the laughter of their peers and the cosiness of the group. We usually ask for a physical response from the audience to the projected material, such as raising a hand, in order to stimulate a reaction similar to online video watching (clicking the Close or Like buttons). The questions are:

Would you forward the link to this video to your family members and close friends?

Would this video be entertaining for people outside of this group, say to someone watching in Japan?

Does this video connect a local reality to a universal emotion?

If the answers are positive, we can be fairly sure on a cognitive level that our video “works” and that it will attract attention on social media sites. More interestingly, if you observe the audience's body

language and breathing while watching the video, you can gain valuable information about the impact of your communication. Laughter and clapping are obvious signs. Your peers also express and reflect what is happening on the screen by shifting their weight to the edge of a chair (attention is focused towards) or by yawning and shuffling on the chair (attention is focused away).

Following the initial reactions, we ask for compliments and corrections. This will guide the video makers in improving their video and keep what is already working in place. The verbal feedback can add value to your initial idea or approach.

From the side of the video maker, there's a risk in taking everything at face value or too personally. This should be avoided. Feedback serves as an opinion on your work, coloured by emotion, and it's always the choice of the video maker to take it or leave it. One thing we like to remind young people of is that the feedback is on the video, not on them personally.

Finally, feedback is also a tool for creating communities. This is apparent from the advanced use of comments and video responses on social video-sharing sites. It raises the quality of discussion, structures the flow of opinions, and empowers people to listen to each other, while leaving the choice to participate in their hands.

Is it OK? | Ethics for Image Makers

by Kriszta Zsiday

We often say that the events of a summer camp, training course or media workshop stay with the event. Which is not completely true, of course.

Facebook statuses, videos shared online and photos of the event all carry messages. When young people work with media, the question of how and what to share becomes even more significant. As creators, we all want to share our products with the largest possible audience. And with social media it is fast and easy. You will see your party photos and videos on community sites within seconds.

Yet practising freedom of expression is only one side of the coin.

In one of my international youth exchanges a group of young people became interested in exploring the situation of immigrants. They discovered that some of them earned money by begging on streets. They wanted to make a video of their struggle for a decent life and returned with footage of a young mother with a baby pleading for coins on the street. She looked pitiful and dirty in the shots, recorded from a distance, with the cameraperson hidden.

The video makers were very proud of their material and the dramatic universal message of sorrow that it conveyed. When asked what they thought the mother would say or feel upon seeing herself shown in public in this way, they felt suddenly confronted by the question of ethics.

I do not believe the young video makers did anything immoral. What is more, they were devoted and socially active in their work. At the same time I wish to stress that the medium of video can easily result in unethical behaviour. The pressure to keep an audience attracted,

to satisfy the youth workers or trainers and to share something truly outstanding can lead to ethically dubious media products.

How to report truthfully while protecting the subject, especially one in a difficult life situation? The challenge is as old as storytelling. The novelty today lies in the sheer size of the audience, the speed at which information spreads and, in this case, a group of young people with limited opportunities in life suddenly able and ready to make media.

It may sound easy to ignore the possible consequences of your media product on someone's personal life, as this is a common trend in mass entertainment media (just think of Big Brother or celebrity gossip sites).

My understanding of ethics is that you should respect the law and the personal involvement of others, even while pursuing an outstanding story. This requires personal care. You will need to uphold human values in order to create value-based media. This is only possible if you develop an interest in the relationship of media to the reality of facts and the realities of other human beings.

You should avoid falsifying or exaggerating facts, leaking private information in a story and transmitting one-sided information with little or no research. These actions in general degrade media products from source of information to sensationalist reporting.

As a youth worker you may well meet people who face issues such as discrimination, disability, unemployment, poverty or simply different sources of insecurity while growing up. Here are six core values you can refer to when working with media: trustworthiness (service), responsibility (social justice), respect (dignity and worth of the person), integrity (fairness), caring (importance of human relationships) and competence. Below I offer five tricks that will help you to create ethical visual media.

Law and legal rights differ from ethics. Ethics are a system of moral principles. Who is in the picture? What do I tell with it? Where will

I share this image? Is it OK? Media messages and visual images are powerful tools, to which only the creator has full access. With great power comes great responsibility.

It is you who makes a difference each time you decide whether an image is OK or not.

5 Tricks for Ethical Visual Media

- 1 Use images of subjects where the person cannot be recognised (in a crowd, shown from behind, using shapes).
- 2 Ask if you can photograph or record the subject on video. You can also ask people to let you know if they do not want to be shown.
- 3 When showing a photo or video to a wider audience, get a written and signed informed consent document from all subjects who can be recognised. (This would include production title, location, whether their full names will be used, where the product will be shown).
- 4 When making a video, show the final product to the protagonist or central character(s).
- 5 Ask others how they see your final product. This way you can check that you are not damaging the reputation of anyone when producing socially and emotionally challenging messages.

Transformers | Who is in Charge Here?

What is the meaning of participatory culture for media education? The story of how new media challenges the traditional concept of educator and youth worker

by Miki Ambrózy

New audiovisual media is all about doing. What does it take to create new media? It takes creative thinking and visualisation; it takes trial and error during production. It is a series of decisions and choices, made individually and collectively.

New audiovisual media is the perfect tool for holistic education on any given theme or topic. It is a new language for young people's self-expression, while offering enormous potential for developing all aspects of a person's communication skills: written expression, visual language, body talk, drawing, movement and interpersonal communication.

One question is what to express? The educators behind Birth of Image made the decision to give maximum control over content to participants. If you browse through the more than 70 videos on Vimeo produced within the framework of the project, you will find a range of universal themes spanning human experience.

One dominant form of expression is play. Messages are expressed through a playful combination of opinion, experimentation and fun. Indirectly they speak about what young people's concerns are today (e.g. Stay Curious and Advertising Life series). Finding one's voice and challenging one's self are two other recurring universals. The most popular video created in the Birth of Image project is the one directed by a blind participant (Slightly Different). One Polish submission to the online contest concerned teenage worship of women (Women are.... Oh yeah!) while another was a documentary about a homeless entrepreneur (Can Man).

At first sight, these outcomes might not meet the institutional expectations of intercultural dialogue, tolerance and a feeling of being European. Upon a closer look you will find, however, that the people who have participated in these media productions have made important creative choices, cooperated in teams throughout an intensive process, acquired new media skills and exercised their right to the freedom of expression by entering the public domain – all of this without anyone telling them what to do.

A method that works

Any Birth of Image project starts with the educators clearly communicating the philosophy of the event. Our philosophy is a break with the paradigm of education by prescription, whereby the outcome is defined at the outset. We are only present for as long as it's necessary for participants to take matters into their own hands. That can sometimes be as little as one programme day. Programmed sessions are only adhered to if they are serving participants' needs at any given moment.

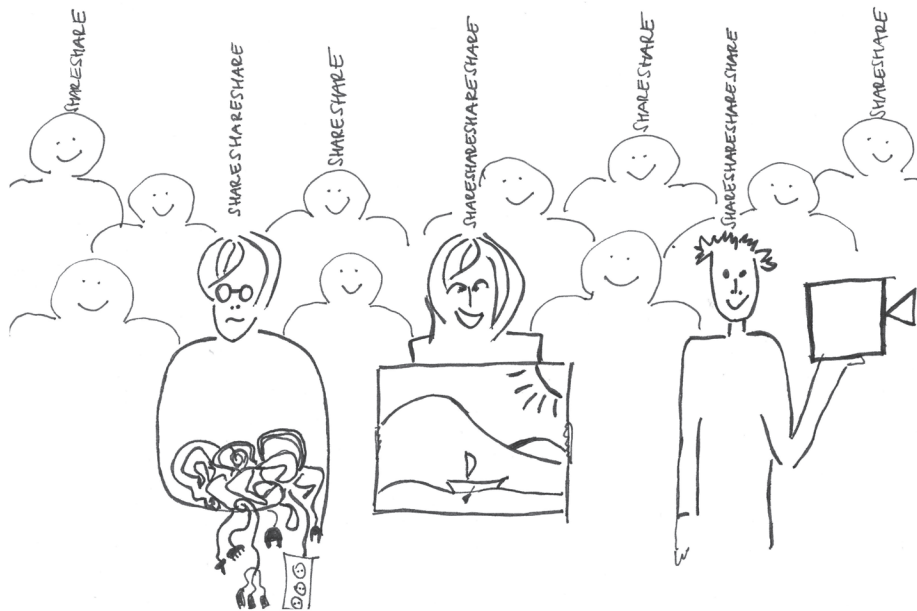
Secondly, we make a group-level agreement on the ground rules, which is a code of conduct. It lays out a playing field where open communication is in practice; where participants share and talk about their experiences in the first person singular, without making assumptions about what others are going through at any given moment; and where basic human needs such as security, variety and connection are respected.

Thirdly, we define our role as resource persons, ready to follow participants by answering their questions and by applying the simple rule of empowerment. This means supporting a person to solve her problems, without actually suggesting a “right” or “correct” solution. The power and the success stay with the participant.

The focus of our method from this point on is to respond to participants' actions and questions. In the first hours of a project the intentions or

goals of each participant are checked and monitored up to the point we believe it's necessary. The team of trainers and assistants is available for leading workshops, giving lectures or peer-to-peer sessions on anything related to nonprofit media production, from scriptwriting to camera technique, from conflict management to personal coaching.

Our method is participatory from the start. It has resulted in training courses where 11 complete media productions were made by only 24 participants in seven days, most of them without previous experience. Birth of Image has produced a wide range of formats from documentary to experimental works and live TV shows, totalling around 70 videos by more than 250 young people who were fully in charge of the outcome.



chapter 4 | the outcome

Images of Me, Images of You

How photography makes me grow

by Donalda Sinkute

I live – I see – I am. Pictures are the windows onto my life. They may lie, show a better or worse version of life as it happens, but the fact of an image you have created is obvious - you can't change what you have framed. Mastery is to capture this fact as truthfully as you can. That's the level I am at now. And I am growing. Now I want to make my pictures real.

There are a lot of theories, books and millions of posts on the Internet about photography and how to improve your level of taking and making pictures. I believe in a simple truth: you have to feel the power of the shot you want to take. It's often hard to put the image I see into the picture, so that I can show what I want others to perceive. Yet I adore the moment when my mind captures the shot! Even if my lack of fancy technique and skills don't enhance my work, I admire that wry picture made by me.

I think nowadays the power of technology means there are plenty of possibilities to be the visual narrator of your own life – whereby you “write” with images. Make your pictures speak the words you can't find.

Think Facebook. Someone doesn't have any photos on their profile? What would you think about him or her? How about noticing comments or uploaded links? Does that give reliable information about this person? Then the first image of the person appears. Even if it's a random shot, it has the power to make you believe the other person is something other than an empty profile. It doesn't even matter if the picture is real or fake, or even a photo of someone. Images make you believe what you see.

How does all of this make me grow? I'm always looking for interesting shots that will help me remember a moment, to bring back the feeling, the taste or the smell. I illustrate my trips in the form of a photo diary. I don't read my diary entries as much as I look at my pictures. In sum, taking pictures makes me become more specific. It also makes me feel more interesting, fun, punk, sometimes crazy, fabulous and helps me to inspire others...

It makes me alive!

Connected By Cables

by Gregory Painter

Before my training I had very little experience with media. My first impressions of it were through the Tarzan Online Training, organised by a team of Birth of Image educators, where I had the opportunity to push some personal boundaries with my skills. I wanted to try as much as possible, and on top of this I had a real opportunity to learn through the videos, comments and assignments I received.

The first challenge came when I went to Holland and was surrounded by an international team of people from five different countries, all there with the aim of constructing media. I faced some unexpected challenges communicating through a camera, dancing, learning about my body and senses, as well as about others. It made me realise that making media isn't done alone. With this in mind we started to make projects, small ones at first but leading to bigger productions.

For the second half of the training we were treated like a small company. We had to create a concept and an idea, before promoting it to a set of producers. I wanted to create a large project like a movie or a TV show.

Through a series of proposals and feedback, as well as creating scripts and story boards, we perfected our idea – a TV show. We attempted to make it as professional as we could. We used lighting and as many cameras as we could get our hands on, training a few actors to sit in as the studio audience. We also “employed” sound technicians and cameramen. We tried to have everything we could. I wanted to create a new reality, even if a completely constructed one.

Behind closed doors we built our own reality of a TV show, while other participants were unaware of what we were doing. The scariest thing was the main actor - me. I had to alter myself radically. I became a very loud and outspoken person, not afraid to grin at the camera and

interact with it. This was a complete contrast to my usual self who would normally avoid being in front of the camera, far too shy to speak in front of an audience.

After the training I decided to carry on the development of my idea so that I could gain even more experience. I created a small franchise for the show - it had a fan page, with a weekly episode. It was a lot of fun to make. I think it was a great developmental tool. It helped me learn about what an audience wanted, what worked and what didn't work with camera shots, and it gave me the opportunity to test out new ideas.

One day I would like to create an even bigger set for a movie or a more complicated TV show and help give someone else this opportunity too.

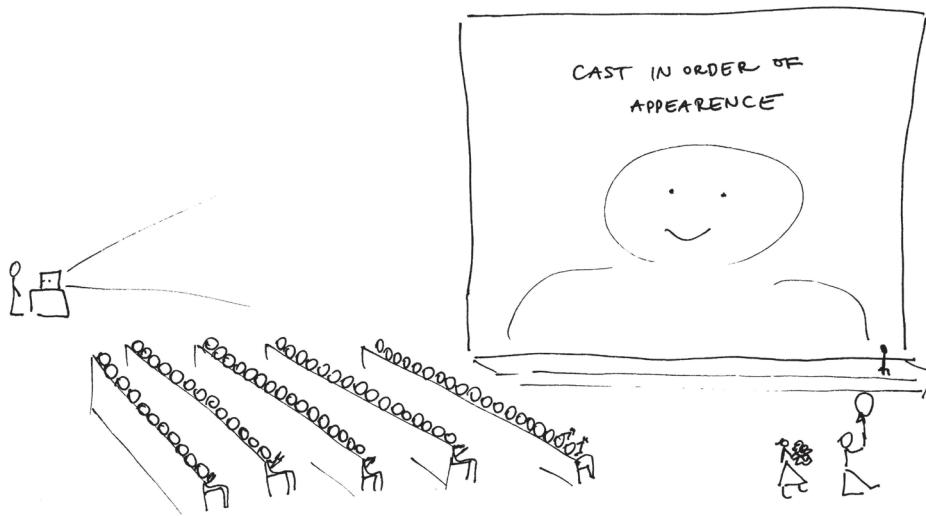
New Perspectives

I am Krisztián Sólyom, 18 years old, final year secondary school student.

I heard about Egyesek from a friend who had participated in a few trainings earlier. He showed me an opportunity I could not miss: a programme called Birth of Image. During those ten days in Greece in May 2010 I learnt more about myself and the world than in my whole life before. I learnt to put things in a new perspective, which is very useful, especially in more difficult times. After this I got the opportunity to go to a conference in Belgium in December 2010. The title was *Young People And Mobility - a Luxury?*

Birth of Image is an 18-month series of programmes focusing on visual media. At the trainings we improve our visual expression and learn how important creating things is. A lot of young people got to know and love these forms of expression due to this project. My favourite genre is the short movie, I continue to make and popularise them among my friends. I also had the chance to practice working in teams, and have learnt many new things that open up exciting domains in filmmaking. I understand the message of films and images more easily now, which is a great experience as well.

The text above is Krisztián's original work, he wrote it out of his own initiative. We decided to publish it without the corrections of a proofreader and the editors.



chapter 5 | appendices

appendix a | About the Authors



Miki Ambrózy is the founder of Global Soma Youth Association. He's a documentarist by passion, and a language teacher and sociologist by education. He currently lives in Thessaloniki, Greece.



Andrew Hannes studied music and percussion in Thessaloniki, Greece. He is a practicing filmmaker and artist. He currently lives in the Netherlands and works as a media trainer in the field of youth work.



Dubravka Obradović is the president of Vega Youth Centre from Belgrade, Serbia, a nonprofit organisation which specialises in media literacy education and youth production of new media. She is passionate about getting to know people in order to see how they perceive the world and themselves.



Gregory Painter is from the United Kingdom. He currently volunteers at Cantiere Giovanni in Italy. Recently he decided to set up his own group of media volunteers called Media4Every1 in order to satisfy his curiosity by organizing media youth exchanges in England.



Donalda Sinkute is a volunteer youth worker and media educator from Lithuania. She gives workshops for young people from various parts of the country on a voluntary basis.



Krisztián Sólyom is from Hungary. Just finishing secondary school, he makes short films and shares them with his friends. He has participated in a youth media exchange of Birth of Image in May 2010.



Kriszta Zsiday is a trainer active at European youth training, with a Masters degree and ten years of work experience in the field of media. She is devoted to working with youth with less opportunities. She is currently training herself to become an expression therapist.

appendix b | Civil Society

Organizations & Contacts

YMCA ParthenopeOnlus (IT)

YMCA Parthenope ONLUS is a non-profit, non-governmental, free and independent association. Our mission is to develop the minds, bodies and spirit of people in order to create a world which works for everybody out of love, care and cooperation. We pursue our goals by creating and participating in local and international projects such as seminars, exchanges, training groups, work-camps, research and creative initiatives.

WEBSITE: www.ymcaparthenope.com
TELEPHONE: +39 340 7821363
EMAIL: info@ymcaparthenope.com

Egyesek Youth Association (HU)

Our activity is focused on the non-formal personal development of young people and professionals of the youth work field in the Hungarian and European context. We organise youth exchanges, volunteer projects, training for youth leaders and peer educators, summer camps and school-based community service programs. We are specialised in media, coaching, dance and working with integrated groups of youth from diverse backgrounds.

WEBSITE: www.egyesek.hu
TELEPHONE: +3613210495
EMAIL: info@egyesek.hu, egyesek@gmail.com
VIDEO CHANNEL or other SOCIAL MEDIA: <http://www.facebook.com/egyesek>

Kriszta Zsiday

Media & expression trainer, youth worker
<http://trainers.salto-youth.net/ZsidayKriszta>
+36302319819
zsidaykriszta@gmail.com
Skype: [strella314](#)

OldeVechte Foundation – YMCA Nederland (NL)

WEBSITE: www.oldevechte.nl / www.ymca.nl
TELEPHONE: 0031 529 451 963
EMAIL: oldevechte@hotmail.com

Marco Vlaming

Head trainer and organiser

www.oldevechte.nl
oldevechte@hotmail.com
0031 529 451 963

Zeesserweg 12, 7731 BG Ommen, The Netherlands

Global Soma Youth Association (GR)

GLOBAL SOMA is a non-profit organisation active in AUDIOVISUAL and YOUTH training. We create events to empower youth. Global Soma is a creative social space. This space can take the shape or structure of seminars, research, training, events, educational programmes and workshops among others.

WEBSITE: www.globalsoma.com
TELEPHONE + 30 2311 200996 / +30 6907532925
EMAIL: global.soma@gmail.com www.vimeo.com/globalsoma
<http://www.vimeo.com/birthofimage/http://www.facebook.com/pages/Global-Soma-NGO/194982857506>

Miki Ambrozy

media trainer & filmmaker, youth worker

www.vimeo.com/ambrozymiki
www.vimeo.com/globalsoma
+306948734397
miki.ambrozy@gmail.com
Skype: [ambrozy.miki](#)

Sofia Moudiou

Media educator, trainer

www.vimeo.com/globalsoma
+306907532925
sofiamoudiou@yahoo.co.uk
Skype: sofiamd4

Radvila (LT)

Radvila is a non-governmental organisation which is voluntarily uniting Evangelical Reformed youth and other people actively participating in the activities of the fellowship. The main objectives of Radvila are to inspire youth to grow in the evangelical spirit, to encourage their moral, cultural and physical development and to unify the youth of the Evangelical Reformed church in Lithuania.

Radvilapursues its goals through organising summer camps for children, youth and young families, children's Sunday school, seminars, conferences, lectures, outdoor activities and by actively participating in musical, social and charity projects.

WEBSITE: www.radvila.lt
TELEPHONE: +370 654 04407
EMAIL: radvila@ref.lt

Donalda Sinkutė

Youth leader

+370 654 04407
sinkute@yahoo.com

COFA (LT)

COFA is a group of young people with the common interest of creating opportunities for other young people to actively participate in local and international learning experiences, promote non-formal education and to create a space for young people to express their ideas.

We organise local activities such as audiovisual media workshops, meetings and discussion groups. We also participate in international projects and promote them amongst young people in Lithuania.

WEBSITE: www.cofa.lt
TELEPHONE: +370 618 34435
EMAIL: cofa@hotmail.lt
VIDEO CHANNEL or other SOCIAL MEDIA:
<https://www.facebook.com/pages/COFA/100806286626464>

Donalda Sinkutė

+370 654 04407
sinkute@yahoo.com

Evelina Paunksnytė

+370 618 34435
eva.paunksnyte@gmail.com

Vega Youth Center (SRB)

WEBSITE: www.vega.org.rs
EMAIL: vegayc@gmail.com
VIDEO CHANNEL or other SOCIAL MEDIA:
<http://www.youtube.com/user/vegayc>

Dubravka Obradovic

Media educator & trainer

dubravka.obradovic@gmail.com

appendix c | Stories Online | Sharing is Caring

Below you will find links to two Birth of Image productions which, in our eyes, reveal a clear picture of our methodology. We selected them because they depict how participants react to the process-based approach to creating media and, through that process, how their self-awareness is raised.

What You Give is What You Get | Short Doc

Duration: 00:05:17

Format: HD

Director: Andrew Hannes

View online: <http://www.vimeo.com/globalsoma/what-you-give>

The observational story of Tamas and Stefania, participants in a Birth of Image training in Greece (May 2010). In the documentary they talk about their emotions, insights and personal experiences during that time.

The Geki Show

Duration: 00:04:46

Format: HDV

Concept: Gregory Painter

View online: <http://vimeo.com/21696649birthofimage/geki-show>

View on FB: <http://www.facebook.com/pages/Geki-Show/154941661229222>

The vlog-style story of Gregory, a participant in a Birth of Image training in the Netherlands (February 2011). In this video he talks about his experiences and insights that developed during the process of creating a TV show from scratch. The video also include shots of the live event.

appendix d | Online Resources

Birth of Image Website

What are the basics of media literacy and why should it be part of informal and formal education? How to use a digital video camera and the basics of Video Journalism. Social media & digital literacy collection.

www.birthofimage.com

www.birthofimage.com/blog/online-training-resources

<http://www.birthofimage.com/blog/birth-of-image-social-media-and-online-video-collection/>

Birth of Image Vimeo Channel

Videos created for and with youth during the project, locally and internationally. The thematic field ranges from immigration and social justice, through nature and fun, to local journalism and pure self-expression.

<http://www.vimeo.com/birthofimage/videos>

Videos for Media Education & Literacy

A channel for non-profit educational videos that broaden and challenge the traditional concept of media literacy. The guiding principles are that (a) To make sense of the world, media literacy is essential, and (b) Everyone has story to tell.

<http://vimeo.com/channels/birthofimage>

appendix e | Council of Europe – EYF

The European Youth Foundation (EYF) is a fund established in 1972 by the Council of Europe to provide financial support for European youth activities.

Its purpose is to encourage co-operation amongst young people in Europe by providing financial support to such European youth activities that serve the promotion of peace, understanding and co-operation in a spirit of respect for the Council of Europe's fundamental values of human rights, democracy, tolerance and solidarity.

EYF's category B supports the production of information and documentation on youth issues such as training manuals, production of audiovisual materials, magazines produced by international youth organisations or networks etc.

This publication was funded by Category B as a project applied by Global Soma Youth Association (Thessaloniki), in partnership with Olde Vechte Foundation (Ommen), Reformed Evangelical Youth Fellowship Radvila and the informal group COFA (Vilnius), Egyesek Youth Association (Budapest), YMCA Parthenope Onlus (Naples) and Vega Youth Center (Belgrade).

The purpose of this publication is to introduce the methodology of using media as a tool in youth work as implemented by the Birth of Image project.

appendix f | Youth in Action

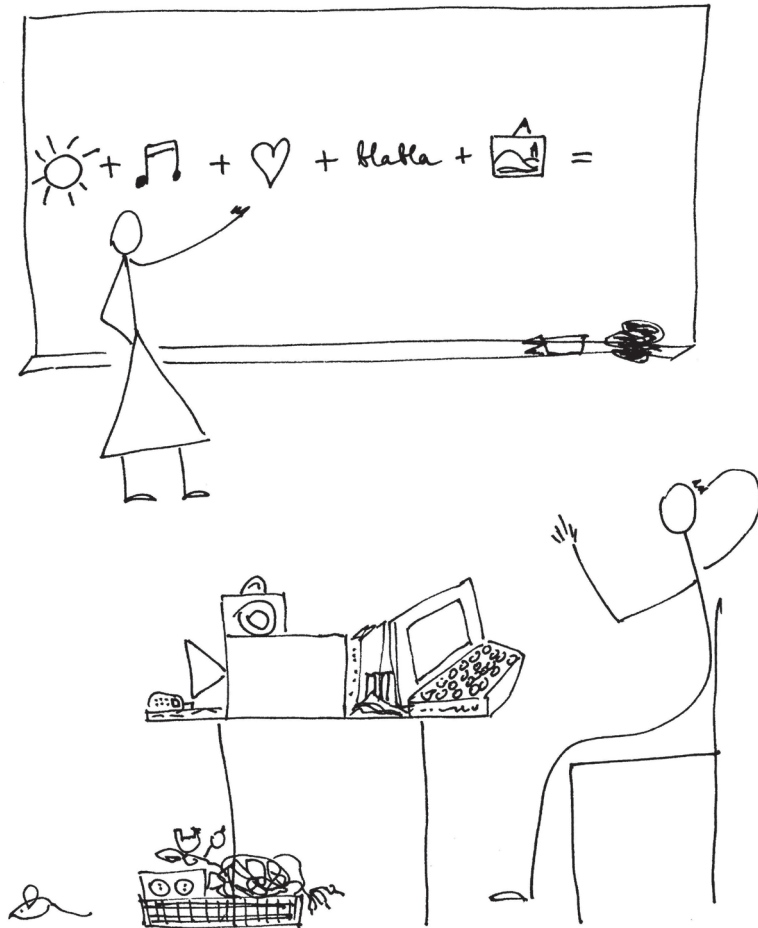
Action 4.4 of the European Commission

Education and Culture DG

The European Commission launched a call for proposals under the title Projects encouraging creativity and innovation in the youth sector – media literacy in 2009.

The Birth of Image project has been submitted by a member organisation of the YMCA Nederland, the Olde Vechte Foundation (Ommen), in partnership with Global Soma Youth Association (Thessaloniki), Radvila Reformed Youth Fellowship – Creative Opportunities for All (Vilnius), Egyesek Youth Association (Budapest), and YMCA Parthenope Onlus (Naples). Vega Youth Center (Belgrade) has joined the partnership on a co-funding basis.

The focus of Birth of Image is to use media literacy as a tool to strengthen the capacity for creativity, so that young people learn to find innovative and original solutions in personal, occupational and social life.



Birth of Image

Trumpas informacinio raštingumo vadovas

Pratarmė

Mes norėtume padėkoti visiems per pastaruosius 18 mėnesių prisidėjusiems prie šio projekto įgyvendinimo.

Visų pirma – dalyviams, prisijungusiems prie mūsų lokalių veiklų metu ir tarptautiniuose mokymuose, vykusiuose net šešiose šalyse, – už jų pasiryžimą mokytis drauge su mumis.

Taip pat mes labai dėkingi visiems jaunimo darbuotojams ir savanoriams, kurie laisvu laiku mus palaikė vedini aistros dirbti su jaunimu ir medija. Kai kurie iš jų netgi tapo medija mokymų vadovais patys ir dabar organizuoja savo projektus. Jie tęsia tai, ką mes pradėjome kartu, užtikrindami, tęstinumą ir augimą.

Ačiū Sofijai, Evai ir Andrew – už tai, kad jų įkvepiantys pasiūlymai ir padrąšinimas palaikė mus viso projekto metu dirbant su jaunimu ir medija.

Mes esame dėkingi programai “Veiklus jaunimas” už jų paramą mums įgyvendinant savo svajonę rasti naują ugdymo būdą medijos srityje.

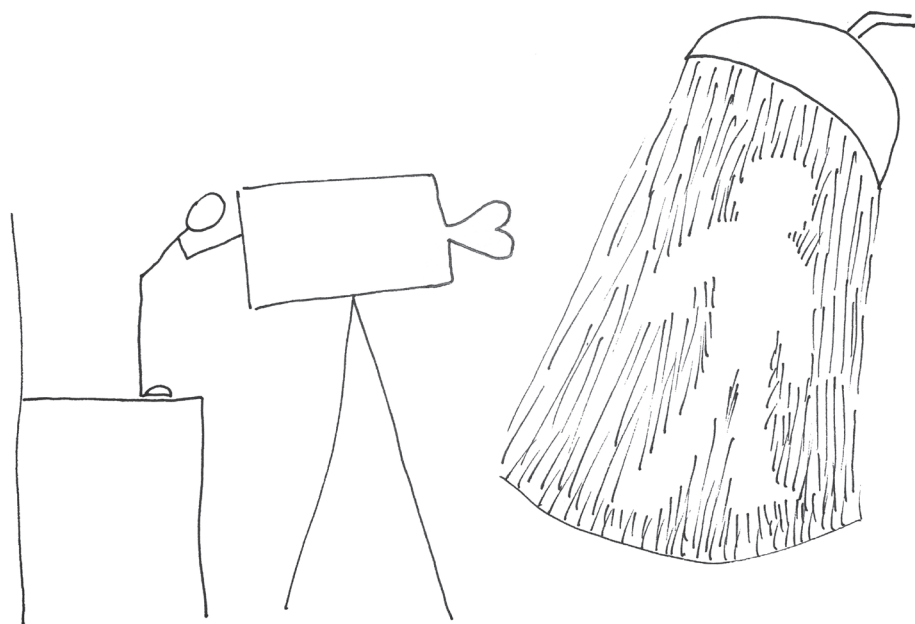
Ypatingai dėkojame Europos Tarybai už skirtą finansavimą, kuris mums leido mūsų surinktą patirtį atvaizduoti žodžiais ir nuotraukomis. Projektu „Birth of Image“ mes tikimės įkvėpti kitus, su kuriais mus vienija ta pati aistra.

Daryti tai, kas duoda teigiamų rezultatų, yra nuostabus jausmas. Daryti tai su kitais, yra dar smagiau.

Ačiū!

Kriszta Zsiday ir Miki Ambrózy

Projekto vadovai



Ižanga

Šis straipsnių rinkinys yra unikalaus edukacinio proceso nuopelnas. Projektas „Birth of Image“ sėkmingai pasiekė du tikslus: pirma, sujungė asmeninio augimo ir jaunų žmonių medija mokymosi galimybę; antra, šis projektas išplėtojo aktyvaus medija raštingumo mokymo metodologiją, nepraleidžiant ir paskutinės karštinės – socialinės medijos.

Pirmame skyriuje mes pristatome, kas vyksta jaunimo ir skaitmeninės medija kontekste ir atskleidžiame, koks yra praktinis medijos supratimas.

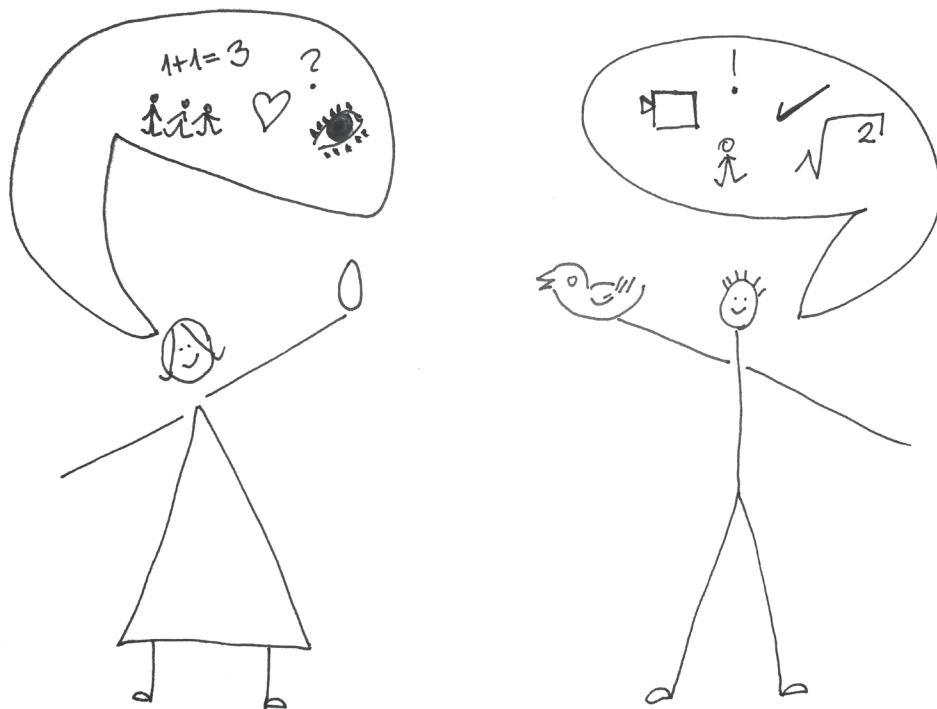
Antrame skyriuje diskutuojame apie video kūrimą, socialinę mediją ir autoriaus teises.

Trečiame skyriuje išdėstome savo metodologiją, paliečiame turinčiųjų mažiau galimybių temą, grįžtamojo ryšio supratimą, vartotojui pritaikyto mokymų turinio potencialą.

Ketvirtame skyriuje dalinamės tuo, kuo jauni žmonės pasidalino su mumis. Mes įtraukėme dalyvių istorijas vien dėl to, kad mokymosi ir kūrybinio proceso metu jie leido sau būti tuo, kuo norėjo.

Džiaukis, dalinkis, prisidėk!

2011 m. gegužės mėn.

**1 skyrius****Vaizdas**

Abipusis laimėjimas | Pilietinė visuomenė prieš skaitmeninį jaunimą

Koks yra medijos potencialas neformaliai ugdymui pilietinėje visuomenėje?

Kai Budapešto kavinėje buvo sukurtas projektas „Birth of Image“ (liet. – vaizdo gimimas), mums buvo nuoširdžiai smalsu, kaip tai nutiko: kas iš tikrųjų lemia vaizdo atsiradimą?

Marco Vlaming, šio projekto ugdantysis vadovas, turintis daugiau nei 25 metų patirtį dirbdamas su jaunimu, visada sakydavo, jog nesupranta, kodėl socialinė medija yra tokia populiari. Sakydamas esąs fermerio sūnus, jis mėgdavo juokauti, kad socialinės medijos pasaulyje jis nemato prasmės. Tačiau, praėjus keletui mėnesių po projekto pradžios, atsitiko tai, ko visi mažiausiai tikėjosi.

Marco Vlaming sukūrė savo profilį Facebook'e. Mūsų akys buvo pilnos nuostabos. Ar tai tikrai jis?

Tą dieną Marco ne tik susikūrė naują virtualų profilį, jis taip pat nusprendė sužinoti, kas tokio patrauklaus naujojoje medijoje yra jaunimui.

Tokių svetainių kaip youtube ir facebook* evoliucija visai pakeitė marketingo ir komunikacijos pasaulį. Šiandien kiekvienas gali pasidalinti kokia nors visuomenine problema, idėja, į internetą patalpinti nuotrauką, nesugaišdamas ilgiau nei trunka pasidaryti sumuštinį. Ar tu prisijungęs prie Facebook'o? Labai didelė tikimybė, kad ir tu naudojiesi socialine medija!

Jei esi vienas iš tų, kurie atsisako vartoti žinomų vardų produktus tik dėl moralinio nusistatymo, tai jau po truputį tampa atgyvena. Aš prisimenu, kaip mano tėvas bandė kaip įmanoma ilgiau išvengti

mobiliojo telefono. Galų gale, kai mobilusis ryšys tapo pigesnis net už laidinį telefoną, jis pagaliau nusipirko mobilųjį. Galbūt ateityje facebook taip pat pakeis tavo mobilų telefoną, atsidurs tavo lovoje, prižiūrės tavo šaldytuvą ir palaikys tau kompaniją geriant alų?

Nauja programa

Sugebėjimas skaityti ir rašyti šimtus metų buvo laikomas civilizacijos požymiu dar prieš tai, kai Europoje buvo įvestas privalomas pagrindinis mokymas. Šiandien atsirado nauja mokymosi programa. Gal skambės ir stebėtinai, bet ji parašyta pačių naudotojų – visų mūsų. Bent jau tokia ta šio dešimtmečio mantra.

Šiame leidinyje paminėsime, jog ne visi jauni žmonės yra raštingi medijos srityje. Tuo pačiu metu, didžioji dalis jaunų europiečių mielai pasipuikuotų iPad, iPhone ar iGirl. Jų pasaulis yra užpildytas vizualinių stimulų, kurie pagrinde kyla iš komercinio sektoriaus paskatų.

Patrauklus ir esantis visur

Visa esmė slypi tame, kad ne pelno siekiančios jaunimo organizacijos yra prieš šį patrauklų ir plačiai pasklidusį antiherojų. O tokia nuomonė formuojama tik priklausomai nuo kiekvieno iš mūsų požiūrio. Tol, kol skaitmeninius žaisliukus mes laikysime antiherojais, jie bus tolimi ir bauginantys.

Kokią naudą pilietinei visuomenei gali atnešti naujosios medijos vartojimas? Ką jaunas žmogus gali išmokti naudodamas išmanųjį telefoną? Kaip video kamera gali būti naudinga nevyriausybinei organizacijai? Šie klausimai gali sąlygoti įdomias ir produktyvias diskusijas, veiksmus ir agitaciją, ką būtent prieš 18 mėnesių ir padarė projektas „Birth of Image“.

Paklausk savęs, kokius audiovizualinius ar skaitmeninius įgūdžius tu esi įgijęs. Kitaip tariant, ką tu sugebi padaryti su skaitmenine medija? PowerPoint prezentaciją? Ar ką nors patalpinai į internetą šią savaitę? Prisegtuką? Nuotrauką? Ar šiandien parsisiuntei kokį nors dokumentą? Ar žinai, kur jį išsaugojai? Ar tu rašai tinklaraštį (blog'ą)?

Ne pelno siekiantiems subjektams, naujoji medija yra pilna galimybių. Fotografija, video ir web2.0 yra galingiausi šios komunikacijos technologijų šaltiniai. Gera naujiena yra ta, kad ir edukacinius bei kultūrinius projektus remiančios institucijos tai žino.

Išmanančiam audiovizualinės komunikacijos pagrindus padaryti projektą matomu yra taip pat paprasta, kaip sužaisti šaškių partiją. Rezultatų sklaida tampa efektyvia tik tuomet, kai yra žinoma, kaip funkcionuoja vietinės elektroninės medijos priemonės, kas su jomis dirba, kas patraukia dėmesį.

Nauja raštingumo era?

Kai darželyje arba pradinėje mokykloje vaikas išmoksta rašyti, jo pirmoji raidė „a“ turbūt yra tik neužtikrinta keverzonė. Bėgant metams, jis išmoksta didžiąjai raidei „A“ suteikti išraišką, spalvą ir prasmę, nors tai tėra tik viena raidelė besimokant rašybos (ir nesvarbu, ar ji skaitmeninė ar rašoma ranka). Lygiai taip pat dabar padarytos nuotraukos gali neatrodyti labai įspūdingos ar profesionalios. Bent jau kol kas.

Medijos tekstai yra panašios struktūros kaip ir tradiciniai. Ir jie yra taip pat lengvai išmokstami. Tereikia praktikos ir noro.

Kai mes pakrikštijome savo projektą „Birth of Image“, galvoje mes turėjome procesą, kurio metu visa mūsų komanda išmoktų skaityti ir rašyti su garsu ir šviesa. Mums prireikė 18 mėnesių, keleto kliūčių ir daug smagaus laiko. Aš nuoširdžiai tikiu, kad mūsų darbe nėra nieko unikalaus – mes paprasčiausiai sekėm naujos komunikacijos tiesomis. Ir išlikom smalsūs...

;-)

Parašė Miki Ambrózy

* yra vartojami kaip teksto simboliai, žymintys socialinių medijų tinklus, nepriklausomai nuo konkretaus vardo.

Informacinė kultūra

Didžiojoje pasaulio dalyje šiuolaikinis gyvenimas yra neatskiriamas nuo medijos naudojimo.

Įsivaizduok situaciją: vairuoji kaimo vietovėje ir pravažiuoji pro didžiulę skelbimų lentą, reklamuojančią parduodamą prekę. Ar atkreiptum dėmesį? ar pasirodytų bent kiek keista?

Pabandyk prisiminti paskutinį kartą, kuomet daug dienų nesimatei su žmogumi, kuris tau svarbus. Aišku, jūs radote laiko pašnekėti ar pajuokauti skype arba facebook'e. Ar tau pasirodė, kad kažkas santykiuose buvo negerai?

Ar seki, kaip tavo šeimos nariai atrodo šiandien nuotraukose Picasoje ar flickr? Ar gauni kasdieninius pranešimus apie politinius įvykius Twitter'yje ar forume?

Akivaizdu, mes visi bent viena koja peržengėme į medija pasaulį, ir nors kartais atrodo, kad mes ten įkritome lyg į duobę, tačiau tuo pačiu tai atrodo ne tokia jau ir didelė blogybė – ji nuolat atskleidžia milžiniškas galimybes pasiekti informaciją, ryšius ir bendradarbiavimą.

Kaip galime mes, jaunimo darbuotojai, mokymų vadovai ir aktyvistai, apibrėžti šį besiplečiantį žemėlapi ir panaudoti jį suprasti jaunus žmones ir palaikyti jų pastangas keičiant jų kasdienybę?

Pirmiausia, mums reikia skrupulingai stebėti tą kultūrą, kaip archeologai stebėtų didingą antikinę kultūrą, ir pripažinti, kad medija turi panašų vaidmenį informuojant mus apie įsitikinimus, vertybes ir jų kūrėjų supratimą.

Antra, mums reikia patiems įtraukti save į tą kultūrą ir įsisąmoninti faktą, jog per mediją plėtodami daugybę skirtingų santykių, mes tuo pačiu plečiame ir savo santykį su medija mažų mažiausiai dviem būdais:

I) mes mylime, gerbiame, saugome, pavargstame arba kartais netgi nekenčiame mūsų aparatūros ir kanalų (programinės įrangos, aplikacijų ir t.t.), kurie teikia mums informaciją;

II) mes plėtojame savo įvaizdį naujoje medija erdvėje, nesvarbu, ar mes joje dalyvaujame, ar tiesiog apie ją fantazuojame (sąmoningai arba ne).

Todėl, medija nėra tik dalis išorinės kultūros – tai taip pat dalis to, kuo esame mes, ir mes turime su medija pastebimą ir kompleksinį santykį.

Aš nuoširdžiai noriu palaikyti jaunus žmones, kad jie galėtų plėtoti medija raštingumo įgūdžius ir išreikšti save, papasakoti savo istorijas, vietoj to, kad būtų tiesiog masinės medijos dalis, todėl mums reikia aktyviai dalyvauti šioje kultūroje ir domėtis jaunų žmonių pasauliu, kurį jie sau kuria (pvz. blogai, wikipedia žinutės, virusinės žinutės, twitter pranešimai, foto katalogai, video klipai, dienoraščiai ir t.t.).

Iš šios pozicijos mes galime sutelkti dėmesį ties kritiniu mąstymu kaip svarbiausiu klausimu, drauge prisijungdami prie jaunų žmonių tyrinėjimų ir naujos medijos kūrimo.

Projekto „Birth of Image“ mokymų vadovai dalyvauja medijos kultūroje norėdami suprasti, palaikyti, perduoti, pasidalinti ir kurti drauge su jaunais žmonėmis iš visos Europos. Žemėlapis, kurį mes pradėjome piešti galbūt nėra užbaigtas, tačiau mes kviečiame peržiūrėti kitus šio leidinio puslapius ir, labai tikimės, kad prisijungsite prie mūsų.

Parašė Dubravka Obradović

Kas yra informacinis raštingumas? | Šių dienų faktai

Informacinis raštingumas yra gebėjimas pasiekti, analizuoti, vertinti ir kurti skirtingų formų medija produktus. Tai gebėjimas, kuris neišvengiamai reikalingas pliuralistinėje, demokratinėje visuomenėje, gebėjimas, kuris padeda plėtoti medijos vaidmens moderniame pasaulyje supratimą, kritinį mąstymą, analizavimą ir savęs išraišką.

Kaip jau turbūt supratote besklaidydami šio leidinio puslapius, informacinio raštingumo koncepcija atrodo daug žadanti. Taigi, leisk paklausti – kokia yra tavo nuomonė apie šį apibrėžimą? Ar skamba per gerai, kad būtų tiesa?

Šiame straipsnyje mes apžvelgsime jaunimo informacinį raštingumą šiomis dienomis.

Pastarąjį dešimtmetį edukacinės politikos mantra buvo tiesiog pridėti vieną žodį prie daugybės naujai atsirandančių terminų, dauguma iš jų – kompiuterių mokslo srityje. Ar kada nors girdėjote apie skaitmeninį raštingumą, tinklo raštingumą, medija raštingumą, informacinį raštingumą?

Sveiki atvykę į naujo raštingumo erą.

Kuomet Europos jaunimo nedarbo skaičiai atrodo niūriai, vyksta daug debatų apie tai, kaip pritaikyti edukacinės sistemą realiems individo poreikiams patenkinti, ypač orientuojantis į darbo rinką. Technologijose stebėtinai ryškus socialinių tinklų augimas, paverčiantis vartotojus kūrėjais.

Visgi, kaip jaunimo mokymo vadovas, manau, kad yra keletas dalykų, kurie neatitinka idealistinės skaitmeniškai išprususios kartos idėjos.

Jaunimas vis daugiau ir daugiau laiko praleidžia kibernetinėje erdvėje, tačiau ar informacinis raštingumas tikrai yra plačiai paplitęs?

Iš pirmo žvilgsnio svarbūs klausimai turi būti keliami svarstant mitą apie natūralų informacinį raštingumą. Realybė rodo, kad vartotojų, kurie patys kuria mediją, vis dar yra mažoji dalis.

Kūrybiškas informacinis raštingumas vis dar išlieka mažumos pasiekimu, nors ratas ir palaipsniui plečiasi. Kad galėtum prisijungti, tereikia žinoti tokio raštingumo pagrindus, kalbėti angliškai ar kita plačiai paplitusia kalba, turėti patikimą interneto ryšį, kompiuterį ir galėti sau leisti palaikyti kompiuterinę sistemą. Šis fenomenas taip pat žinomas kaip technologinis-educacinis plyšys ir jo negalim ignoruoti, jei norime išugdyti atviresnį su daugiau galimybių pasaulį kitoms kartoms. Kaip ten bebūtų, netgi turėdami galimybes pasinaudoti šiomis pagrindinėmis priemonėmis, jauni žmonės vis dar yra menkai išprusę skaitmeninės medijos srityje.

Aš tvirtai palaikau nuomonę, jog skirtingos socialinės grupės turėtų būti palaikomos naudojant mediją ir skaitmeninį raštingumą. Aš manau, kad asmens galimybė pačiam kontroliuoti turinį yra svarbiausias dalykas sėkmingam mokymuisi, arba teisingam realybės atpasakojimui žurnalistikoje. Viena iš sričių, kuriose informacinio raštingumo trūkumas gali būti sėkmingai mažinamas yra neformalus, papildomas lavinimas.

Aš manau, kad video priemonių naudojimas komandos formavime, kaip saviraiškos priemonė, ar tiesiog kaip nuotykis laisvalaikio metu, gali būt daug efektyvesnis nei pamoka atitinkama tema, pavyzdžiui apie nuotraukų kompoziciją ar video formatą. Taip pat tai gali būti sėkmingas atskaitos taškas karjeros orientacijai.

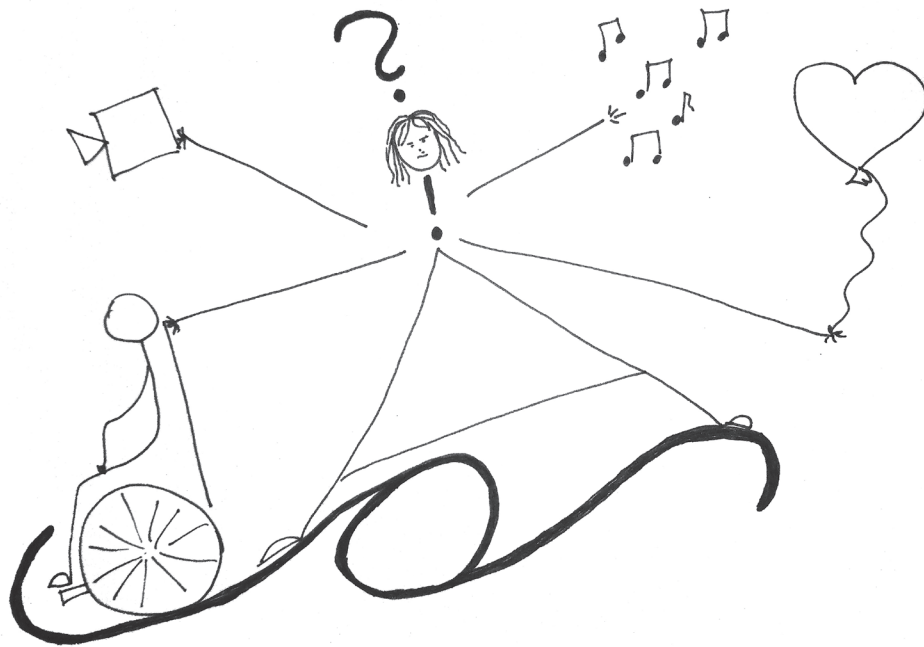
Mums, mokymų vadovams, didžiausias klausimas yra – kaip išnaudoti skaitmeninę mediją, kad ji būtų naudinga šiandieniniam jaunimo

pasauliui? Kaip į kasdieninius Youtube video apie riedlentėmis važinėjančius šunis ar dainuojančias kates įkvėpti šiek tiek prasmės?

Smalsumas yra fantastiška žmogaus savybė. Rizika yra elementarus išlikimo instinktas. Jeigu mes įgalinsime jaunos žmones tyrinėti ir perimti kontrolę savo skaitmeninėje mokymosi aplinkoje, rezultatai bus daug labiau susiję su jų gyvenimais, daug nuoširdesni.

Medija kūrime egzistuoja asmeninis elementas. Transformacija iš naujoko skaitmeninėje srityje į raštingą medija srityje yra nuostabi kelionė, ir verta būti įamžinta technologiniams žmonijos istorijos metraščiams.

Parašė Miki Ambrózy ir Dubravka Obradović



2 skyrius

Kaip?

Tu renkiesi – 7 patarimai, kaip garsinti save

Audiovizualinės komunikacijos pagrindai

Šiame straipsnyje rasite tai, ką aš manau esant audiovizualinės komunikacijos pagrindu. Mano tikslas yra pasiūlyti pasinaudoti mano išvalgomis ir patarimais savarankiškai besimokant video, televizijos ar kinematografijos ypatybių. Aš neapartinėsiu nei technologijų, nei aparatūros, kadangi visa tai ir taip galima lengvai rasti internete.

1 | Nuo ko pradėti?

Žiūrėk ir suprask

Holivudas ir MTV išmokė mane daugelio dalykų, susijusių su audiovizualine komunikacija. Kalbant apie pagrindus, aš siūlau tau žiūrėti į tai, kas sukuria didžiausią poveikį – komercinį filmą ir medijos industriją.

Gera žinia yra ta, kad tu jau žinai kino kalbą ir audiovizualinį marketingą: jei skaitai šią publikaciją, tu tikriausiai užaugai žiūrėdamas filmus ir reklamas per TV, kine ar internete.

Jei tu atstovauji ne pelno siekiantį sektorių, turbūt galvoji, kad pasauliui jau pakanka pirkimus reklamuojančios propagandos. Bet jeigu tai, ką jie daro pasiekia norimą rezultatą, tuomet kodėl nepanaudojus šių žinių savo naudai?

2 | Kaip padaryti įtaką?

Emocija ir istorijos papasakojimas

Tinkamas istorijos perteikimas yra svarbiausias elementas. O kaip tai pasiekti? Jei kalbame apie video, naudinga istoriją susieti su pagrindiniu herojumi, kuris turi įgyvendinti kokią nors misiją, kuris

gali būti pavaizduotas kelionėje per kliūtis, ieškantis atsakymų į savo klausimus. Istorija yra pilna, kai ji turi atomazgą ir pabaigą.

Tačiau, sukurti poveikį, reikia šiek tiek daugiau negu vien šio magiško recepto. Tau reikia elementų, kurie prikausto žiūrovo vaizduotę, leidžia jai plėtoti tai, ką mato, leidžia būti įtrauktai į žiūrėjimo aktą. Tai gali būti taip paprasta, kaip pavyzdžiui veikėjas dainuoja flirtuodamas su kamera. Taigi, svarbiausia yra autentiška.

Istorija sukurs poveikį tik tuo atveju, jei tarp pasakojimo ir žiūrovo atsiras emocinis ryšys, jei istorija plėtosis tokiu būdu, jog privers pagrindinį veikėją arba žiūrovą, arba abu, istorijos kelionėje pasitelkti vaizduotę.

3 | Kas kalba vaizdo įrašė?

Asmeninė misija

Pirmiausia, turėtum savęs paklausti, koks yra mano santykis su šia idėja? Kitais žodžiais tariant, kodėl aš darau tai, ką darau? Nėra būtina iš karto turėti atsakymą į šį klausimą, tačiau svarbu ieškoti ir, projektui besiplėtojant, nuolat savęs to klausti.

Pavyzdžiui, aš visada galvojau, ar įmanoma likti visiškai nematomu, kuomet esi filmo režisierius ir operatorius stebimajame filme? Šis klausimas iš esmės nulėmė mano, kaip video kūrėjo, tobulėjimą, nors atsakymo aš vis dar neradau.

4 | Ką aš noriu pasakyti?

Asmeninė ir universali vizija

Tavo perduodama žinutė gali būti išgirsta tik tada, jei ji autentiška, kas reiškia, jog asmeninė vizija yra pritaikyta pasaulinei situacijai. Neseniai skaičiau straipsnį apie tai, koks ryšys yra tarp to, ką mes mėgome daryti kai mums buvo nuo 9 iki 12 metų, ir tarp mūsų suaugusiųjų profesijos. Esmė tame, jog būdami 9-12 metų mes viską darome negalvodami, tik dėl to, kad džiaugiamės kūrimo procesu. Jeigu ir suaugę mes darome ką

nors panašaus, kaip savo pagrindinį užsiėmimą, tuomet tikimybė, kad esame laimingi, yra daug didesnė.

Tavo asmeninė vizija neabejotinai turės daug įtakos kuriamam video. Jeigu leisi sau būti pilnai, atvirai ir aistringai išitraukęs į savo video projektą, tuomet visada pavyks išreikšti idėją autentiškai ir būti išgirstam.

5 | Kaip įgyvendinti idėją?

Nuo idėjos iki scenarijaus

Kuriant video projektą, labai svarbu kuo anksčiau numatyti, kas bus šio projekto žiūrovas. Taigi nuo ko pradėti? Pirmiausia, apibūdinkite, kas galėtų būti auditorija. Kas galbūt žiūrėtų tavo video? Ar tai draugai ir šeima, o gal tai skirta plačiai jaunimo auditorijai?

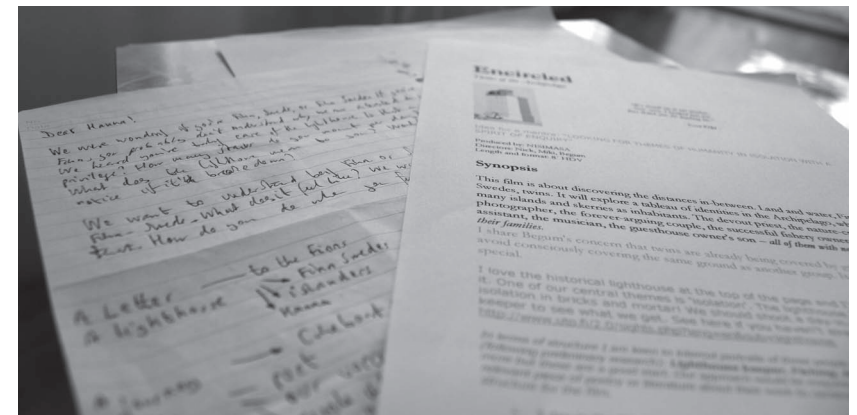
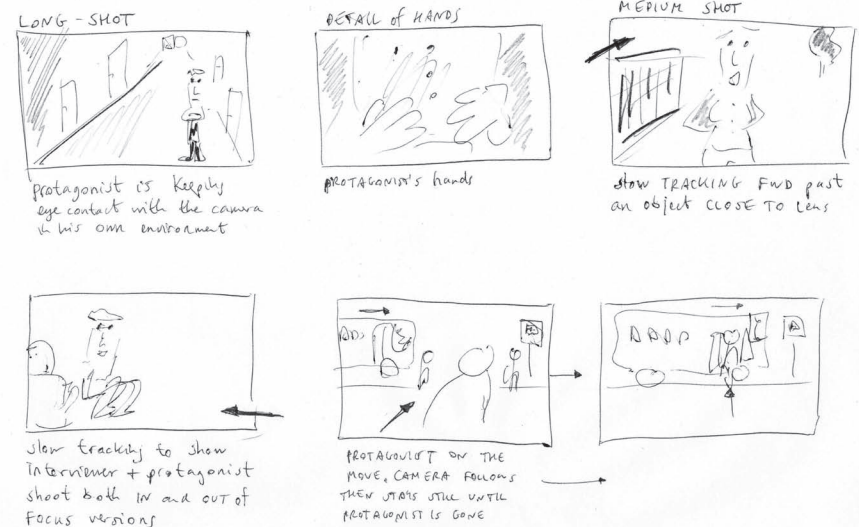
Atsakymai į šiuos klausimus gali įtakoti formą ir žinutės perdavimo būdą. Toliau, tavo pasakojimo forma yra apibūdinami scenarijumi ir kadruote. Kadruotė yra vaizdinis, o scenarijus žodinis idėjos aprašymas. Abiejuose iš jų atsispindi istorija ir emocijos. Kadruotės ir scenarijaus pavyzdžių galite pamatyti čia: (illustration number A).

6 | Kaip geriausia naudoti kamerą?

Filmus kuria žmonės, o ne kameros

Tobulam kameros panaudojimui recepto nėra. Jeigu laikysiesi toliau išdėstytų trijų principų, tikėtina, kad vizualiai tavo video atrodys gerai.

Visų pirma, išnagrinėk, kaip veikia naudojama aparatūra. Filmavimo kameros naudojimo instrukcijos yra skirtos tam, kad būtų perskaitytos, taigi ir pradėk nuo to. Bendras video kūrimo supratimas nėra sudėtingas, jei esi nusiteikęs eksperimentuoti su nustatymais. Draugai, kurie galbūt žino apie video daugiau nei tu, gali būti puikūs



pagalbininkai susiduriant su problemomis, pavyzdžiui, kaip tolygiai nufilmuoti ėjimo sceną, kodėl video per šviesus, ir pan.

Antra, laikykis tradicijų. Kino ir video kalba turi savo tradicijas, taisykles ir atradimus. Peržiūrėk kinematografijos profesionalų darbus bei pastaruoju metu visuotinio susižavėjimo filmukus Youtube. Daug dalykų gali išmokti vien žiūrėdamas ir pats tai panaudodamas. Atkreipk ypatingą dėmesį į tai, kur yra nukerpama scena, koks yra ritmas ir kaip jis veikia, bei į seką – kas eina paskui ką. Kai suprasi, kokios yra tradicijos, gali kūrybiškai jas sulaužyti!

Trečia, būk atviras naujovėms. Jeigu dirbsi automatiškai ir visada naudosi tuos pačius vaizdinius efektus, tai taps nuobodu. Paklausk savęs, ar gražu, kaip sukomponuota scena. Ar ji bus patraukli auditorijos akiai? Ką dar aš galėčiau padaryti? Kas atsitiktų, jei kamera judėtų arba išliktų stabili?

7 | Koks yra montažo vaidmuo?

Montažas ir scenarijaus rašymas yra du mažiausiai aptariami dalykai tarp neprofesionalų video kūrėjų. Dalyviai, atvykstantys į mūsų rengiamus mokymus, dažnai jau žino, kad jiems reikia montažo įgūdžių.

Dažniausiai, montažas, o ypač žemos kokybės namų vaizdeliuose, leidžia suprasti, kaip iš tikrųjų mažai tu dar žinai. Montuodamas tu susidursi su praleistomis galimybėmis filmavimo metu, techninėmis problemomis, poreikiu montuoti garsą ir t.t.

Montažas yra lemiamą produkcijos dalis – tai yra galutinis medžiagos redagavimas.

Video kūrimas vyksta tris ar daugiau kartų – pirma rašant scenarijų, tada filmuojant, ir galų gale – montuojant.

Savo tarpinį montažo variantą parodyk kitiems tiek kartų, kiek mamona, ir paklausk, ką jie mano. Geriausia rodyk skirtingiems žmonėms, nes pirmasis video žiūrėjimas gali būti tik vieną kartą, taigi

šviežia akis ir nuomonė yra neįkainojama. Netgi jei nesutinki su tuo, ką sako testinė auditorija, būtinai užsirašyk jų komentarus.

Kaip aš galiu patobulėti?

Pasirinkimas yra vienintelis kelias pirmyn. Įsivardink, kas tau video kūrime yra patraukliausia. Kokios temos tau patinka? Kokia yra tavo mėgstamiausia turinio pateikimo technika? Ar tau patinka pačiam pasirodyti savo video ar ne? Kas tau įdomiausia – vaizdai, garsas, planavimas, scenarijus ir kadruotė, režisavimas? Pasirinkimas padės tau susikonscentruoti ties tobulėjimo procesu.

Viskas slypi tame, kad turime mokytis iš savo ankstesnių klaidų, nepriimdami pradinių nesėkmių per giliai į širdį. Tavo pirmas nepaprastas video neturėjo didelės įtakos auditorijai? Na ir kas? Kodėl neturėtum sukurti dar vieno, ir po to – dar vieno? Paprasčiausia, atlik reikalingus pataisymus ir bandyk vėl. Yra daugybė žmonių, kurie mielai žiūrėtų tavo istoriją, o gal netgi atsakytų į tavo istoriją sukurdami savo video.

Ir taip prasideda naujas video kūrimo ciklas...

Parašė Miki Ambrózy

* in Walter Murch: In the Blink of an Eye

Socialinės medijos revoliucija

Revoliucijos principas

Tam, kad suvoktume, kas yra to socialinės medijos revoliucija, visų pirma turėtume priminti sau apie dramatiško masinės medija vartojimo didėjimo poveikį visuomenei.

Prieš atsirandant masinėms medija priemonėms, dalinimasis informacija buvo gana brangus ir užimdavo daug laiko, todėl jame dominuodavo elitas ir religiniai įstatymai. Jie savo išmanymą ir žinias naudojo kontroliuoti visuomenę ir institucijų vystymąsi.

Gutenbergo spausdinimo atradimas maždaug apie 1440 metus buvo svarbus tuo, kad jis įgalino masinę informacijos sklaidą, kuri savaime paskatino modernios europietiškos visuomenės kūrimąsi – visuomenės, kuri rėmėsi humanistinėmis tiesomis, mokslu, kultūra ir demokratija.

Kaip ten bebūtų, masinių medija priemonių revoliucija nereišė, kad medija svarba kovoje dėl valdžios tapo nors kiek menkesnė. Taip atsitiko dėl to, kad medija sklaidos priemonės vis dar buvo brangios ir reikalavo technologinio išmanymo. Dėl to medija pasaulis vis dar buvo nepasiekiamas daugybei žmonių. Šis netolygumas stipriai išskyrė dvi grupes – gamintojus ir vartotojus, kurie neturėjo galimybės pareikšti savo balso medija kanalais ir dėl to buvo laikomi pasyviais ir lengvai pasiduodančiais manipuliacijai.

Praėjus maždaug dviems šimtmečiams naudojimosi masinėmis medija priemonėmis, interneto atsiradimas įnešė žymių pasikeitimų į moderniąją visuomenę ir pristatė naujus komunikacijos būdus viešojoje erdvėje.

Interneto plėtra, taip pat vadinama socialinės medija pradžia, suteikė daugybei žmonių daryti tai, kas anksčiau buvo sudėtinga ir beprotingai brangu – dalyvauti intensyvioje, greitoje ir nebrangioje komunikacijos

sistemoje drauge su daugybe kitų vartotojų, bei pasiekti neišmatuojamą galybę informacijos. Naujoji medija nereikalauja specialių techninių žinių ar atitinkamų ekonominių investicijų, kad ją būtų galima pasinaudoti. Ji lengvai ir atvirai pasiekama vis daugiau ir daugiau žmonių visame pasaulyje.

Socialinė medija yra revoliucinis fenomenas – platforma individualiam ir jungtiniam dalyvavimui, organizavimui, bendradarbiavimui ir ryšio užmezgimui.

Naujas žinių pasaulis

Dabar mes naujai suprantame, kas yra valdžia, objektyvumas, tiesa ir žinojimas. Šie apibrėžimai kyla iš dialogo, diskusijos ir skaidrumo. Pagrindinis elementas tam yra glaudus abipusis bendradarbiavimas. Visuomenė dabar turi galimybę kontroliuoti medijos turinį. Išmanios visuomenės supratimas kyla iš suvokimo, jog individas yra visuomet subjektyvus ir jo žinojimas yra ribotas, ir kad autoritetas, tiesa ir išmintis ko gero atsiranda tik per atvirą diskusiją.

Laisva informacijos sklaida ir ryšiai suteikia plačias galimybes: mes esame rašytinių, garso ir vaizdo formų produktų plėtos pasaulyje liudininkai.

Kolektyvinė autorystė nebūtinai yra tik kibernetinės erdvės požymis – vis daugiau ir daugiau žmonių pripažįsta šį organizacinį modelį kaip veiksmingą mokymosi būdą.

Viena iš kritinių nuomonių, dažniausiai pareiškiamų interneto visuomenės sukurtiems produktams, yra ta, kad dėl to, jog jie sukurti žmonių, kurie neturi kompetencijos tam tikroje srityje, šie produktai nėra tokie kokybiški kaip tie, kurie yra sukurti tradiciniu kultūriniu būdu. Vienas iš geriausių to pavyzdžių yra diskusija dėl Wikipedia kokybės ir informacijos patikimumo. Tačiau, atlikus Wikipedia ir Encyclopaedia Britannica palyginimą, rastų klaidų skaičius buvo maždaug vienodas. Pagrindinis skirtumas yra tas, kad perskačius informaciją Wikipedia, galima taip pat peržvelgti Diskusijų puslapį, kuriame skaitytojai gali įrašyti savo komentarus dėl informacijos teisingumo.

http://en.wikipedia.org/wiki/Reliability_of_Wikipedia



Neutralitetas šiame puslapyje yra ginčytinas. Prašom peržiūrėti diskusijas atskirame lange. Prašome nepanaikinti šio pranešimo, kol neišspręsti kilę ginčai dėl turinio (2011 m. sausio mėn.)

Istorija

Plečiantis medijos kuriamoms naujoms galimybėms švietimui bei aktyviam dalyvavimui, taip pat kyla technologinio ir edukacinio atskirtumo problema, pastebima atskirose pasaulio dalyse – vis dar yra daug jaunų žmonių, kurie neturi priėjimo prie kompiuterių, kamerų, interneto, ir dėl to jiems sudėtinga dalyvauti, išsakyti savo nuomonę, viešinti savo aktualijas. Tačiau taip pat yra ir tokių, kuriems nors technologinės galimybės ir yra pasiekiamos, tačiau trūksta kultūrinių ir socialinių įgūdžių pilnai įsitraukti į šiuolaikinės medijos pasaulį.

Todėl mūsų, jaunimo darbuotojų ir mokymo vadovų darbas yra sukurti mokymosi galimybes ir plėtoti projektus taip, kad naujos technologijos taptų prieinamesnėmis jauniems žmonėms. Be to, mes turėtume pabrėžti svarbą įgūdžių ir patirties, reikalingų tapti pilnaverčiais visuomenės dalyviais, galinčiais suformuluoti, kaip medija formuoja supratimą ir etninius standartus, įtakojančius jų, kaip medijos kūrėjų ir internetinės visuomenės dalyvių, praktiką.

Siekdami rezultatų ir kurdami mokymo vadovų, kurie sukurs galimybes plačiau naudotis medija, bendruomenę, mes taip pat turime susikonscentruoti ties jaunimo medija projektų skatinimu ir informacinio raštingumo mokymu, ypatingai bendradarbiaujant tarp medija ir paslaugų sektoriaus; bei ties jaunimo vadovų mokymu, kaip pasinaudoti naujomis technologijomis jų darbe. Prieš mus ilgas kelias. Jis bus nepaprastai kūrybingas ir praturtinantis, jeigu juo keliausime kartu.

Parašė Dubravka Obradović

Taip, bet ne? | Teisingas autoriaus teisių naudojimas

Autorių teisės yra klausimas, kurio daugelis medijos kūrėjų vengia. Ne todėl, kad jie nežinotų, kaip su jomis elgtis, o todėl, kad sklinda kalbos, jog tai sudėtinga. Plečiantis internetui, autorių teisės taip pat nuolat keičiasi, nes kiekvienas gali ieškoti paieškos sistemose, kopijuoti, laikyti ir naudoti medžiagą, taigi, autoriaus teisių esmė pasikeitė drastiškai. Tačiau autorių teisės vis dar egzistuoja! Apibrėžtos ir pasiekiamos. Jauni video kūrėjai dažnai nėra informuoti apie skirtingus autoriaus teisių tipus, kurie egzistuoja skirtingoms formoms (video, fotografijai, grafikai ir t.t.) ir skirtingoms temoms (kūrybinėms idėjomis). Autorių teisės skiriasi priklausomai nuo šalies arba nuo meno rūšies. Jaunimo mainuose, kuriuose mokoma medijos įgūdžių, jaunimas dažnai pirmą kartą susiduria su faktu, kad jie turi laikytis autoriaus teisių apsaugos reikalavimų.

Viena iš pagrindinių kliūčių, su kuria susiduria video kūrėjai, yra legalus muzikos naudojimas. Tikriausia galvojate, jog paprasčiausias būdas yra tiesiog nurodyti informaciją apie autoriaus teisių turėtoją, tačiau, pavyzdžiui Youtube gali netgi pašalinti įkeltą video. Ir visai nesvarbu, kokia yra tikslinė grupė – draugai, mokykla, visa šalis. Visų pirma yra rekomenduotina susisiekti su atlikėju, kurio muziką ketinate panaudoti, kompanija. Aišku, nesitikėkite, kad pati Madonna atsakys į užklausą! Jei esi nepriklausomas video kūrėjas, tuomet tikimybė gauti atsakymą apskritai nėra labai didelė, bet bent jau pastangos padės ramiau miegoti naktimis. Kad ir kaip bebūtų, atvirumas yra svarbiausia.

Autoriaus teisių saugomos medžiagos panaudojimo apribojimas nėra naujiena ir nėra neįmanoma rasti tinkamo sprendimo. Egzistuoja daugybė internetinių tinklalapių, kurie siūlo muziką, nuotraukas ir video produkciją, kuri nėra apribota autorių teisėmis ir yra pasiekiamą taip pat lengvai kaip Facebook.

Naudodami autoriaus teisių saugomą medžiagą projekto „Birth of Image“ metu, dalyviai susipažįsta, ką reiškia tinkamas autoriaus teisių reikalavimų laikymasis. Daugelis iš jų kaip sprendimą pasirinko

nemokamą ir neapribotą muziką, turinio epizodams visai nenaudojo muzikinio fono arba garsus įrašė patys.

Geriausias būdas užtikrinti, kad video, nuotraukos, koliažai arba muzika nepažeidžia kieno nors autorių teisių apribojimų, yra pasitelkti savo vaizduotę, įgūdžius ir išteklius aplink ir sukurti ką nors originalaus, priklausančio tik tau. Tuomet niekada neteks rūpintis autoriaus teisių draudimais! Natūralių garsų įrašymas, savo muzikinio takelio kūrimas ir netgi pažinčių su muzikantais užmezgimas gali suteikti daug pasitenkinimo!

Neturėtumėme pamiršti, kad taip pat, kaip mes labai norime turėti savo video ir fotografijas, tokį patį tikslą turi ir produkcijos kompanijos bei kiti kūrėjai. Socialinės medijos amžiuje yra įmanoma užtikrinti tavo kūrinio autoriaus teisę. „Creative Commons Copyright Licences“ schema yra taikoma 53 jurisdikcijose ir nuolat plečiasi. Šios autorių teisės yra ganėtinai paprastos – jos skiriasi priklausomai nuo tavo poreikių ir yra vienas iš geriausių pasirinkimų individualiems kūrėjams ir netgi kompanijoms apsaugoti savo kūrybą.

Parašė Andrew Hannes

Nuorodos:

1. <http://dig.ccmixer.org/> Šioje svetainėje rasite muziką, kuriai galioja Creative Commons licencija. Kompozitoriai jau davė leidimą naudoti jų muziką.
2. <http://freeplaymusic.com/> Šią duomenų bazę naudoju ieškodamas atviros licencijos muzikos pagal žanrą, stilių, emocinį pobūdį.
3. <http://www.centerforsocialmedia.org/fair-use> Išsamus ir gerai struktūrizuotas Fair Use tinklalapis. Čia galima rasti pavyzdžių, paaiškinančių video bei atsakymus į pačius svarbiausius klausimus, susijusius su Fair Use autorių teisėmis.
4. <http://creativecommons.org/> Oficialus Creative Commons licencijų tinklalapis. Jame galima rasti labai paprastus paaiškinimus, kaip išsirinkti iš daugybės autorių, menininkų ir švietėjų kūrinių teisių ir apribojimų.



3 skyrius

Praktika

Tobulėjimas | Medija neturintiems privilegijų

Panašu, kad daugeliui gyvenimiška patirtis yra nemateriali. Tačiau, ji turi mums didelę įtaką, ypač kuomet esame jauni. Nesibaigianti emocijų ir atradimų virtinė, atsirandanti iš tokių įvykių kaip kad perėjimas iš vieno amžiaus tarpsnio į kitą, namų palikimas, susidūrimas su socialiniais, ekonominiais ir asmeniniais išbandymais yra ypatingai svarbi.

Visi šie įvykiai įtakoja mūsų asmenybės formavimąsi kokius atvaizdus mes formuojame savo mintyse, kokias gyvenimo strategijas renkamės, kaip išreiškiame save ir dalyvaujame visuomenėje. Kuomet dalis iš šių veiksmų ir reakcijų yra paveldėti, įtakoti hormonų ir biologinių pasikeitimų augant, kiti yra tiesiogiai susiję su kultūrine, šeimos ir socialine patirtimi.

Projekte „Birth of Image“ mes dirbome su grupe jaunuolių, užaugusių vaikų namuose, su jaunais imigrantais, su hiperaktyviais ir kurčiais jaunais žmonėmis. Jų gyvenimo istorijos dažnai kyla iš asmeninių įsitikinimų, minčių ir problemų, kurie pradžioje mums, jaunimo darbuotojams, nėra žinomi.

Kaip ten bebūtų, tokia yra tikrovė. Mano kolegos, jau daugelį metų dirbantys su jaunimu, dažniausiai supranta, jog šis darbas yra tik lėtas stūmimasis pirmyn, nes pasaulio per naktį pakeisti neįmanoma.

Derinimasis yra motyvacinių sistemų atradimas, ir kaip šios sistemos veikia jaunus žmones pagal jų pasaulėžiūros logiką. Medija visame tame yra svarbus įrankis. Pradžiai, ji turi galimybes išraiškingai sujungti ir sukonstruoti asmenines istorijas. Ir tam tereikia turėti motyvacijos pradėti eksperimentuoti su medija kūrimo priemonėmis. Žiūrėdami į tai, kas vyksta Facebook'e, Twitter'yje ir Youtube, mes matome, kur toks jaunimas gali rasti vietą.

Kai kalbame apie derinimąsi prie jaunimo poreikių, nėra jokio skirtumo tarp mažiau galimybių turinčio jaunimo ir privilegijuotos kilmės jaunimo. Idėjos turi prasmę tik priklausomai nuo realybės, kurioje jie randasi. Problematinio jaunimo sąvoka turi prasmę tik visuomenei, kuri sprendžia, kas yra normalus žmogus, ir kas ne.

Spausk Patinka!

Mes visi automatiškai turime atsaką į aplinką, kurioje gyvename. Paskutinių tyrimų duomenimis, socialinis pripažinimas ir užuojauta, kurią gauname iš kitų, yra vienas iš pagrindinių motyvacinių sistemų stimulų. Neigiama patirtis sumažina motyvacinės sistemos ir sukelia stresą. Knygoje „The Humanity Principle“ (2006), Baueris teigia, jog „geriausias vaistas žmogui yra kitas žmogus“.

Kai jaunas žmogus dalinasi savo istorija nuoširdžiai ir niekieno neliepiamas, tai jam gali suteikti pakylėjimo jausmą ir kūrybinį džiaugsmą. O tai padidina jo motyvaciją daryti ir duoti kažką žmonėms, kurie jam patinka, arba drauge su jais. Dirbant su jaunimu iš sunkių šeimų, akivaizdu, kad kitų pripažinimas jiems yra labai svarbus.

Tačiau gali atsitikt, kad šis poreikis ir jausmas yra išreikšti skirtingai, skirtingais lygiais arba nevienodo stiprumo. Suteikiant šiam jaunimui galimybę kurti su skaitmenine kamera rankose, mes taip pat duodame jiems galimybę jų asmenines bėdas perkelti išorinei auditorijai. Dalinantis sukurtu video su kitais, ši auditorijai gali būti tūkstančiai arba milijonai žiūrovų visame pasaulyje. Matyti, kad kažkas paspaudė „patinka“ mygtuką ant tavo nuotraukos, video ar žinutės, gali būti esminis momentas, parodantis, koks yra tavo vaidmuo kitų žmonių gyvenime.

Sekant savo pomėgiais

Informacinių žinučių kūrimas veikia dviem lygiais – techniniu ir emociniu. Techninė dalis gali būti išmokta iš internetinių nuorodų, programinės įrangos instrukcijų ar draugų. Tačiau noras būti atviram

ir pasidalinti asmenine istorija, kaip ten bebūtų, reikalauja šiek tiek daugiau.

Vienų iš mano mokymų projekto metu, grupė jaunuolių, įnikusių į kvaišalus, naktį apsvaigo ir nebaigė savo video užduoties. Šios situacijos sprendimas buvo vienas iš labiausiai įsimintinų mano, kaip mokymų vadovės, karjeroje. Kitą dieną po pokalbio, jie vėl vartojo alkoholį. Bet šį kartą jie paėmė kamerą ir įamžino savo patyrimus. Vėliau jie tai parodė visai grupei. Su šiuo video jie surado savo vietą mokymuose ir suprato esą aplinkoje, kurioje gali dirbti su savo problemomis ir dalyvauti kaip ir visi kiti, vietoj priešinimosi juos supančiai aplinkai.

Medija panaudojimas mokymuose pagelbėjo jiems pažvelgti iš šalies į save, suprasti, ką jie daro ir kodėl. Ne, jie nenustojo gerti, tačiau sukūrė video apie tamsiąją šios priklausomybės pusę ir inicijavo diskusiją su grupe, ko pasekoje, nusprendė praleisti dieną be alkoholio, po beveik dešimties metų kasdieninio girtavimo.

Savo profilio kūrimas

Mano nuomone, geriausia praktika yra sujungti skirtingas tikslines grupes kartu. Daugumoje atvejų kalba, kultūra ir įpročiai sudarys kliūtis. Bet kai tik į rankas jie paims kamerą, jų bendras noras bus kurti, dalintis ir tai įveiks kilusius bendravimo sunkumus.

Kitas geros praktikos pavyzdys yra panaudoti vaizdinės išraiškos formą manevruojant tarp jų asmeninių (dažnai ribojančių) įsitikinimų. Vaizdinė kompleksinių žinučių išraiška grupės kontekste paskatina vieni kitų supratimą. Tai sukuria jiems „aha!“ patirtį, kylančią iš įžvalgų kūrybos metu. Vizualinė kalba yra universali – tai yra faktas, įrodytas aklų dalyvių, kurie režisavo video filmukus projekto „Birth of Image“ metu.

Dar vienas raktas į sėkmę yra įtraukimas į veiklą tiek aplinkos, tiek žmoniškuosius išteklius. Vieta, kur dalyviai turi erdvės fiziškai judėti, padeda jiems pašalinti įtampą. Maža bendruomenė, pavyzdžiui kaimas

ar miestelis, padeda išlaikyti sukoncentruotą dėmesį į grupę ir tuo pačiu sudaro sąlygas socializuotis ir pažinti skirtingus gyvenimo būdus.

Paskutinis, bet ne mažiau svarbus faktorius yra vadovų/ugdytojų grupės sudarymas. Svarbu, kad būtų įtraukti ir žmonės su techninėmis kompetencijomis, ir mokymų vadovai su stipriomis asmeninėmis savybėmis, kurie gebėtų palaikyti emocinį dalyvių ugdymo procesą. Vadovų komandos sudėtis ypatingai svarbi, kuomet dirbama su jaunimu iš sudėtingų gyvenimo sąlygų. Toks jaunimas nebūtinai turės išmaniuosius telefonus ar brangias kameras, tačiau jie lygiai taip pat nori būti mėgstami ir žiūrimi Facebook'e ar kitose svetainėse, ir jie lygiai taip pat turi istorijas, kuriomis nori pasidalinti. Medija veiklose projekto „Birth of Image“ metu mes sukūrėme jiems galimybę būti išgirstiems ir pripažintiems. Ir tai neabejotinai yra vertinga tiek jiems, tiek visiems mums.

Parašė Kriszta Zsiday

Komunikacija yra atsakas, kurį tu gauni

Kaip panaudoti auditoriją grįžtamajam ryšiui apie audiovizualinės žinutės poveikį gauti

Dirbdami su medija mes naudojama garso, vaizdo arba maišytas priemonės tam, kad perduotume savo idėją. Taigi, mūsų perduodamos žinutės poveikis geriausiai matomas iš auditorijos reakcijų. Kitais žodžiais tariant, mūsų žinutės prasmė yra tokia, kokį atsaką gauname atgal.

Žiūrovo klausimai visuomet bus tokie: „Ar aš suprantu išreikštą emociją ar žinią?“, „Ar man tai patrauklu?“, „Ką galiu pritaikyti sau?“, „Ar mane tai paveikė?“. Nesvarbu sąmoningai ar ne, šie klausimai vers žiūrovą spręsti – žiūrėti toliau ar ne.

Projekte „Birth of Image“ mes sudarėme sąrašą klausimų, kurie padeda jauniems video kūrėjams peržengti baimę būti išjuoktiems bendraamžių. Paprastai mes grupės prašome fizinio atsako į sukurta projektinę medžiagą – pvz. pakelti ranką. Taip yra stimuliuojama reakcija panaši į video žiūrėjimą internete (spaudžiant „patinka“ arba „uždaryti“). Šie klausimai yra:

Ar persiūstum šio video nuorodą savo šeimos nariams ar draugams?

Ar šis video būtų pakankami įdomus tiems, kurių nėra šioje grupėje, pavyzdžiui žiūrovui iš Japonijos?

Ar šis video sujungia vietinę realybę su universalia, visuotine emocija?

Jeigu atsakymai yra teigiami, mes galime būti beveik tikri, kad šis video patrauks dėmesį ir socialiniuose tinkluose. Įdomu tai, kad jeigu stebėtum auditorijos kūno kalbą ir kvėpavimą, kuomet jie žiūri video, gali gauti vertingos informacijos apie sukeliamą poveikį. Juokas ir plovimai yra akivaizdūs ženklai. Tavo bendraamžiai taip pat išreiškia ir reaguoja į tai, kas rodoma ekrane, perkeldami savo kūno svorį ant kėdės

krašto (dėmesys yra sukoncentruotas link ekrano) arba žiovaudami, supdamiesi ant kėdės (dėmesys išsklaidytas).

Atsižvelgdami į pradines reakcijas, mes prašome išsakyti komplimentus arba pasiūlymus pataisymams. Tai padeda video kūrėjams patobulinti jų video. Žodinis grįžtamasis ryšys gali pridėti daug vertės tavo pradinei idėjai.

Iš kūrėjo pusės, taip pat egzistuoja rizika viską priimti per daug asmeniškai. To turėtų būti išvengta. Grįžtamasis ryšys yra tik nuomonė apie tavo darbą, nuspalvinta asmeninių emocijų, taigi kūrėjas visuomet pats turi teisę pasirinkti, ar priimti tą nuomonę, ar ne. Vienas svarbus dalykas, kurį visuomet primename jauniems žmonėms, yra tas, kad grįžtamasis ryšys yra skirtas video produktui, o ne jo autoriui asmeniškai.

Ir galų gale, grįžtamasis ryšys taip pat yra priemonė kurti bendruomenes. Tai akivaizdu iš komentarų ir video atsakų panaudojimo socialiniuose video dalinimosi tinkluose. Grįžtamasis ryšys padidina diskusijos kokybę, struktūrą, nuomonių tėkmę ir padeda žmonėms išgirsti vienas kitą, palikdamas pasirinkimo teisę.

Parašė Miki Ambrózy

Ar gerai? | Kūrėjų etika

Girdėjau sakant, jog vasaros stovyklos, mokymo kursų ar medija užsiėmimų įvykiai ten ir pasilieka. Kas iš tikrųjų nėra tiesa.

Asmeninės žinutės Facebook'e, į internetą patalpinti video ir nuotraukos – visi jie turi savo žinutę. Kai jauni žmonės dirba su medija, klausimas kaip ir ką parodyti kitiems tampa dar akivaizdesnis. Kaip kūrėjai, mes visi norime dalintis savo produkcija su didžiausia įmanoma auditorija. O su socialine medija tai yra greita ir paprasta – tetrunka keletą sekundžių išvysti savo vakarėlio nuotraukas bendravimo tinkluose.

Išraiškos laisvė yra tik viena medaliao pusė.

Viename iš mano tarptautinių jaunimo mainų grupė jaunuolių susidomėjo imigrantų situacija. Jie sužinojo, jog kai kurie iš jų užsidirbdavo prašydami išmaldos gatvėje. Taigi, jie norėjo sukurti video reportažą, parodydami sunkumus siekiant normalaus gyvenimo ir grįžo su filmuota medžiaga, kurioje jauna mama su kūdikiu gatvėje praeivių prašo pinigų. Ji atrodė apgailėtina, buvo nufilmuota iš toli, su paslėpta kamera. Šio video autoriai buvo labai patenkinti savo medžiaga ir dramatiška atskleidžiama žinute. Paklausus, ką ši mama pasakytų ar jaustų, pamačiusi save, rodomą viešai, jaunuoliai susidūrė su etikos klausimu.

Aš nemanau, kad jauni kūrėjai padarė kažką nemoralaus. Be to, jie buvo pasišventę ir socialiai aktyvūs savo darbe. Tuo pačiu metu, norėčiau pabrėžti, jog video priemonė gali lengvai sukelti neetišką elgesį. Spaudimas pritraukti auditoriją, patenkinti jaunimo darbuotojus ar mokymo vadovus ir noras pasidalinti kažkuo tikrai išskirtinu, gali padaryti produktą etiškai abejotinos vertės.

Kaip sukurti reportažą, kuris yra tikroviškas ir tuo pačiu apsaugo personažą, ypač tą, kuris yra sudėtingoje gyvenimiškoje situacijoje? Šis

klausimas yra toks pat senas, kaip istorijų pasakojimas. Skirtumas šiomis dienomis yra auditorijos dydis, greitis per kurį informacija plinta, o šiuo atveju, grupė jaunų žmonių su ribotomis galimybėmis gyvenime, staiga panorę ir pasiryžę kurti mediją.

Galbūt pasirodys, kad galimas pasekmes kažkieno asmeniniam gyvenimui yra paprasta ignoruoti, kadangi tai masiškai paplitęs susidomėjimo objektas (pavyzdžiui, realybės šou „Didysis brolis“ („Big Brother“) arba svetainės apie garsenybių asmeninį gyvenimą). Bet mano etikos supratimas yra toks, jog asmens dalyvavimas turi priklausyti tik nuo jo noro, netgi jei kuriama ir be galo įžymi istorija. O tam reikia asmeninio atidumo. Kuriant vertybėmis paremtą medija produktą, tau reikės puoselėti žmoniškąsias vertybes, ir tai vienintelis būdas, jeigu tavo domina medijos santykis su faktais ir realybe, kurioje gyvena žmonės.

Ko turėtum vengti, tai falsifikavimo arba faktų išpūtimo, asmeninės informacijos panaudojimo istorijoje ir informacijos paviešinimo plačiau nepasidomėjus. Tokie veiksmai iš esmės sumenkina medija produktą nuo informacijos šaltinio iki sensacijų besivaikančio reportažo.

Kaip jaunimo darbuotojas, tu turbūt sutiksi žmonių, kurie susiduria su tokiomis problemomis kaip diskriminacija, neįgalumas, skurdas arba dėl bet kokių kitų priežasčių kilęs nesaugumo jausmas nuo vaikystės. Išvardinsiu šešias pagrindines vertybes, kuriomis reiktų naudotis dirbant su medija: patikimumas, atsakomybė (socialinis teisingumas), pagarba (garbingumas ir žmogaus vertinimas), sąžiningumas (teisingumas), rūpestis (žmonių santykių svarba) ir kompetencija. Toliau aš pasiūlysiu penkias gudrybes, kaip sukurti etišką vaizdinę medijos žinutę.

Istatymai ir teisiniai pagrindai skiriasi nuo etikos. Etika yra moralinių principų sistema. Kas atvaizduotas nuotraukoje? Ką aš noriu tuo pasakyti? Kur aš platinsiu šitą vaizdą? Ar tai yra tinkama? Medija žinutės ir vaizdinės žinutės yra veiksmingos priemonės, pilnai pasiekiamos tik jų kūrėjui. Su turima didele galia ateina ir didelė atsakomybė. Autorius kiekvieną kartą pasirenka ir sprendžia, ar vaizduojama žinutė yra tinkama, ar ne.

5 etiškos vizualinės medijos principai

- 1 Naudokite tokius atvaizdus, kur subjektas negali būti atpažintas (minioje, iš nugaros, naudojant tik formas ir pan.)
- 2 Paklausk subjekto, ar jis sutinka būti fotografuojamas arba filmuojamas. Taip pat gali paprašyti, kad tave informuotų, jei subjektai nenori būti rodomi.
- 3 Rodydamas nuotrauką ar video platesnei auditorijai, gauti rašytinę visų subjektų, kurie gali būti atpažinti, sutikimą (nurodant produkcijos pavadinimą, vietą, ar jų pilni vardai bus naudojami, ar kūrinys bus rodomas).
- 4 Kurdamas video, galutinį produktą parodyk pagrindiniam veikėjui ar veikėjams.
- 5 Paklausk kitų, ką jie galvoja apie tavo galutinį produktą. Taip tu gali patikrinti, ar kurdamas socialinę ar emocinę žinutę, nesudarai priežasčių, turinčių įtakos subjektų reputacijai pakenkti.

Parašė Kriszta Zsiday

Pokyčiai | Kas už juos atsakingas?

Kokia yra aktyvaus dalyvavimo kultūros reikšmė edukaciniame medijos procese? Istorija, kaip naujos medijos iššūkiai keičia tradicinį ugdytojų ir jaunimo darbuotojų supratimą

Naujoji audiovizualinė medija reikalauja praktikos. Ko reikia, norint kurti naująją mediją? Kūrybiško mąstymo ir vizualizacijos, bandymų ir klaidų produkcijos metu. Tai visa eilė asmeninių ir kolektyvinių sprendimų ir pasirinkimų.

Naujoji audiovizualinė medija yra puiki priemonė ugdymui bet kokia tema. Tai nauja jaunų žmonių savęs išraiškos kalba, siūlanti didžiulį potencialą asmenybės komunikacijos įgūdžių augimui visais aspektais: rašytinės išraiškos, vizualinės kalbos, kūno kalbos, piešimo, judesio ir tarpusavio bendravimo.

Kyla klausimas, o ką išreikšti? Ugdytojai, dalyvaujantys projekte „Birth of Image“ nusprendė kontroliuoti dalyviams pateikiamą turinį. Jeigu peržiūrėsite daugiau kaip 70 video, patalpintų Vimeo kanale, rasite daugybę universalių temų, apimančių žmogiškąją patirtį.

Žaidimas yra viena iš dominuojančių išraiškos formų. Žinutės yra išreiškiamos per žaislingą nuomonį, eksperimentų ir įdomių užsiėmimų sujungimą. Netiesiogiai, jie kalba apie tai, kokie šiomis dienomis yra jaunų žmonių rūpesčiai (pvz. „Stay Curious“ ir „Advertising Life“ ciklai).

Savo nuomonės išsakymas i išbandymo sau iškėlimas yra du pasikartojantys universalūs būdai. Pats populiariausias projekto „Birth of Image“ video yra režisuotas aklo dalyvio („Slightly Different“). Vienas lenkų pateiktas video internete vykusiam konkursui atskleidė,

kaip paaugliai dievina moteris („Women are... Oh yeah!“), tuo tarpu kitas parodė benamį verslininką („Can Man“).

Iš pirmo žvilgsnio, šie rezultatai gal ir neatitinka institucijų tarpkultūrinio dialogo, tolerancijos ir jausmo, jog esi europietis, lūkesčių. Bet jei pažvelgsime atidžiau, pamatysime, jog tie jauni žmonės, kurie dalyvavo šių medija produkcijų kūrime padarė reikšmingus kūrybinius pasirinkimus, bendradarbiavo dirbdami komandoje, įgijo naujų gebėjimų ir išbandė savo išraiškos laisvės teisę įžengdami į viešą erdvę – ir visa tai jie padarė savu noru.

Metodas, kuris pasiteisina

Visi projekto „Birth of Image“ renginiai prasidėjo nuo to, jog ugdytojai aiškiai išdėstė projekto filosofiją. Mūsų filosofija yra atsitraukimas nuo edukacinės paradigmos, kur rezultatas jau yra apibrėžtas nuo pradžių. Mes dalyvaujame mokyme tik tol, kol dalyviams tai reikalinga, kad galėtų perimti viską į savo rankas. Kartais tai gali te būti viena programos diena. Suplanuotos sesijos yra pridedamos tik tuo atveju, jei jos turi realią naudą dalyviams tuo momentu.

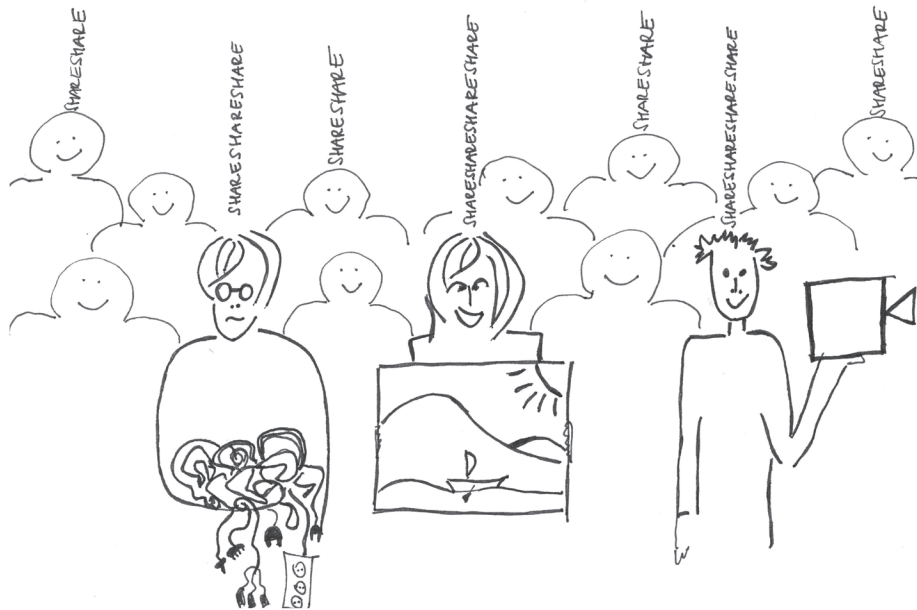
Toliau, mes su visa grupe sudarome susitarimus dėl pagrindinių taisyklių, kurios yra elgesio vadovas. Taip sukurama erdvė atviram bendravimui ir praktikai, kur dalyviai pasakoja apie savo patirtis naudodami vienaskaitos pirmąjį asmenį, neapsimesdami, jog žino, ką išgyvena tuo momentu kiti, kur laikomasi pagrindinių žmoniškųjų poreikių, tokių kaip saugumas, įvairovė ir ryšys.

Trečia, mes apibrėžiame savo, kaip žmogiškųjų išteklių, vaidmenį, ir esame pasiruošę sekti dalyvių poreikius atsakydami į jų klausimus ir taikydami paprastą įgalinimo kitą rasti sprendimą pačiam, taisyklę. Tai reiškia – pagelbstint žmogui išspręsti problemą pačiam, nesiūlant „teisingo“ sprendimo. Tokiu būdu visa galia ir sėkmė lieka dalyvio rankose.

Mūsų metodo dėmesys yra sutelktas atsakyti į dalyvių klausimus. Projekto pradžioje mes paklausiamė dalyvių apie jų asmeninius ketinimus ir planus, ir sekame juos tiek, kiek manoma, tai yra būtina. Mokymo vadovų ir asistentų komanda yra pasirėngusi vesti užsiėmimus, skaityti paskaitas, vienas-prie-vieno sesijas ir panašias priemones, reikalingas ne pelno siekiančios medija produkcijos sukūrimui – nuo scenarijaus rašymo iki kameros techninių savybių, nuo konfliktų valdymo iki asmeninio koučingo.

Mūsų metodas nuo pat pradžių yra paremtas dalyvavimu. To rezultatas – 11 medija produkcijų mokymo kursuose, kuriuose dalyvavo tik 24 dalyviai, o mokymai truko 7 dienas, be to, daugelis dalyvių neturėjo ankstesnės patirties. Projektas „Birth of Image“ sukūrė platų formatų diapazoną – nuo dokumentikos iki eksperimentinių darbų ir TV šou gyvai, iš viso apie 70 video, sukurtų daugiau kaip 250 jaunų žmonių, kurie patys pilnai prisidėmė atsakomybę už siekiamą rezultatą.

Parašė Miki Ambrózy



4 skyrius Rezultatai

Mano nuotraukos, tavo nuotraukos

Kaip fotografija man leidžia augti

Aš gyvenu – aš matau – aš esu. Man nuotraukos yra langai į mano ar kitų gyvenimus. Jos gali meluoti, rodyti geresnę ar blogesnę gyvenimo pusę, tačiau to, ką jos rodo jau nebepakeisi, tas užfiksuotas faktas yra akivaizdus. O šį faktą užfiksuoti būtent tokiu, koks jis ir yra – meistriškas menas. Būtent šioje mokymosi studijoje – kaip fotografuoti realų vaizdą – aš ir esu. Aš noriu augti. Aš noriu daryti tikras nuotraukas.

Yra daug įvairių fotografijos teorijų, knygų apie fotografavimą bei tūkstančiai straipsnių internete kaip fotografuoti ir daryti puikias nuotraukas. Aš tikiu paprasta tiesa: fotografuodamas privalai pajusti trokštamo įamžinti kadro dvelksmą. Gana sudėtinga tai, ką matai perkelti į nuotrauką taip, kad ir kiti pajustų tą patį. Ir kaip aš mėgstu tas akimirkas, kai mintys užfiksuoja kadrą! Netgi jei įmantri technika ar menki sugebėjimai nepatobulina atlikto darbo, aš žaviuosi ta kreivoka nuotrauka, kurią pati padariau.

Manau, kad šių dienų technologijų dėka turime neišmatuojamas galybes būti savo gyvenimo pasakotojais vaizdine prasme – „rašyti“ vaizdais, nuotraukomis apsaityti tai, kam kartais pritrūksta žodžių.

Tarkime, Facebook. Pagalvok – kažkas neturi savo anketoje nuotraukų? Ką pagalvotum apie jį ar ją? Gal susidarytumei nuomonę apie tą žmogų pagal jo rašomas žinutes ar talpinamą informaciją? Ar tai teiktų patikimą informaciją apie žmogų? Ir štai pirmoji nuotrauka pasirodo! Netgi jei tai tik atsitiktinis ar abstraktus kadras – jis turi galią tave įtikinti, kad šis žmogus yra kažkas daugiau nei tuščia, beveik nematoma anketa. Visiškai nesvarbu, jei ta nuotrauka yra tikra ar suvaidinta, ar galbūt netgi kažkieno kito. Vaizdai priverčia tave patikėti tuo, ką matai.

Ir kaip man visa tai leidžia augti? Aš visada ieškau įdomių kadrų savo nuotraukoms, kurie padėtų prisiminti būtent tą akimirką, gražintų patirtą jausmą, gal net skonį ar kvapą. Savo keliones stengiuosi iliustruoti foto dienoraščio forma. Juk neskaitome prirašytų lapų taip dažnai, kaip žiūrime į turimas nuotraukas, norėdami šį bei tą prisiminti. Galų gale fotografavimo ir kadrų ieškojimo dėka tampa konkretnė, tiksliau dėstau mintis ir atitinkamai tampa įdomesnė, smagesnė, keistesnė ar net beprotiškesnė, netgi nepaprasta ar nuostabi, o tada savo ruožtu galiu įkvėpti ir kitus...

Tai daro mano gyvenimą įdomų!

Parašė Donalda Sinkutė

Susieti kabeliais

Prieš vykdamas į mokymus, turėjau labai mažai patirties su medija priemonėmis. Mano pirmi įspūdžiai išliko iš Tarzan Online Mokymų, parengtų projekto „Birth of Image“ komandos, kuriuose aš turėjau galimybę praplėsti savo asmeninių galimybių ribas naudodamasis savo įgūdžiais. Aš norėjau išbandyti kuo įmanoma daugiau, ir, be viso to, aš tikrai turėjau galimybę išmokti kurdamas video, sulaukęs kitų dalyvių komentarų ir atlikdamas gautas užduotis.

Pirmas išbandymas buvo Nyderlanduose, kur sutikau tarptautinę grupę iš 5 skirtingų šalių – visi su vienu tikslu kurti mediją. Aš susidūriau su keletu netikėtų sunkumų ir išbandymų mokydamasis komunikuoti kameros pagalba, šokdamas, pažindamas savo fizinio kūno galimybes ir potyrius, bei susipažindamas su kitais dalyviais. Tai padėjo man suprasti, kad medija kūrimas nėra individualus darbas. Todėl mes pradėjome kurti projektus – iš pradžių mažus, tačiau lydinčius link stambesnės produkcijos kūrimo.

Antroje mokymų pusėje mums buvo leista pasijausti lyg mažai kompanijai – mes turėjome sukurti koncepciją ir idėją, o po to pristatyti prodiuseriams. Aš norėjau sukurti didelį projektą, pvz. filmą arba televizijos šou.

Tarp daugelio pasiūlymų ir vertinimų, scenarijaus rašymo ir istorijos plėtojimo, mes pagaliau išvystėme savo idėją – TV šou. Mes stengiamės jį padaryti taip profesionaliai, kaip tik galėjome. Mes naudojome apšvietimą, galybę kamerų, apmokėme keletą aktorių, kaip jie turėtų sėdėti auditorijoje. Mes taip pat „pasamdėme“ aparatūros techniką ir kameros operatorių. Mes stengiamės viską apgalvoti. Aš norėjau sukurti naują realybę, netgi jei ji ir iš anksto suplanuota.

Už uždarų durų mes įrengėme televizijos studiją, kai tuo metu kiti dalyviai nieko nežinojo. Baisiausias buvo pagrindinio aktoriaus vaidmuo – mano vaidmuo. Aš turėjau radikaliai save pakeisti. Aš

tapau garsiu ir atviru personažu, nebijančiu vaipytis prieš kamerą, nors kasdienybėje esu visai priešingas – vengiantis kameros ir kalbėti prieš auditoriją.

Po mokymų aš nusprendžiau toliau plėtoti savo idėją, kad įgyčiau dar daugiau patirties. Aš sukūriau mažą šou frančizę – tam buvo sukurtas fanų puslapis, kuriame pasirodydavo kassavaitinis epizodas, kurį sukurti visada būdavo labai smagu! Manau, kad man tai buvo puikus būdas tobulėti. Tai padėjo man išmokti ir suprasti, ko nori auditorija, koks kameros planas yra tinkamas, išbandyti savo idėjas.

Vieną dieną norėčiau sukurti netgi didesnę filmavimo aikštelę filmui ar sudėtingesniai televizijos šou ir taip pat sudaryti galimybę tai išbandyti ir kitiems.

Parašė Gregory Painter

Naujos perspektyvos

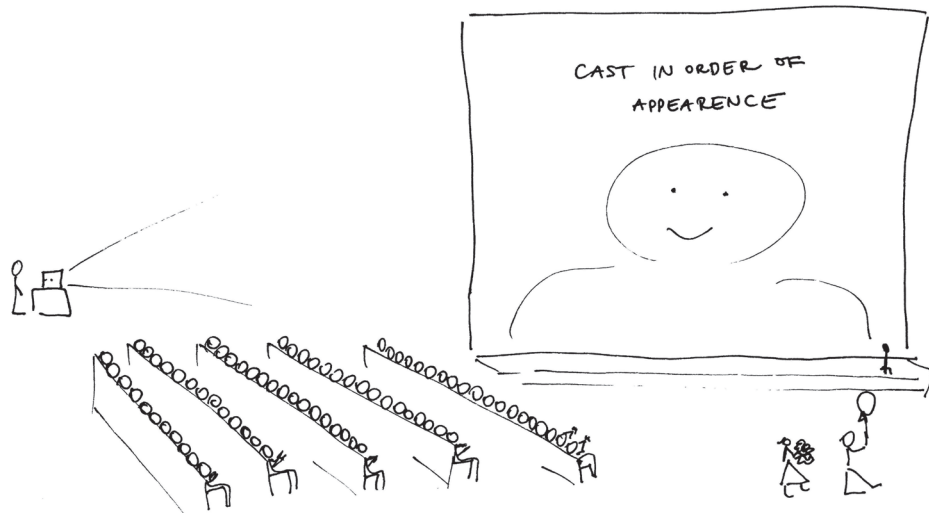
Aš esu Krisztián Sólyom, man 18 metų, esu vidurinės mokyklos abiturientas.

Aš išgirdau apie Egyesek iš savo draugo, kuris jau anksčiau buvo dalyvavęs keliuose mokymuose. Jis parodė man galimybę, kurios praleisti tiesiog negalėjau – projektą “Birth of Image”. Per dešimt dienų Graikijoje, 2010 m. gegužės mėn., aš supratau apie save ir pasaulį daugiau nei per visą savo gyvenimą. Aš išmokau pažiūrėti viską nauju kampu, kas man yra labai naudinga, kuomet išskyla sunkumų. Vėliau aš taip pat turėjau galimybę sudalyvauti konferencijoje Belgijoje (2010 m. gruodžio mėn.), kuri vadinosi „Jauni žmonės ir mobilumas – prabanga?“ (angl. “Young People And Mobiltity - a Luxury?”).

Projektas “Birth of Image” yra 18 mėnesių trukmės programa, orientuota į vizualinę mediją. Mokymuose mes patobulinome savo vizualinės išraiškos gebėjimus ir patyrėme, ką reiškia kurti. Šio projekto dėka daugybė jaunų žmonių susidomėjo ir pamėgo šią išraiškos formą. Mano mėgstamiausias žanras yra trumpametražiai filmai, aš juos kuriu ir tuomet dalinuosi su draugais. Mokymų metu aš taip pat turėjau progą pasipraktikuoti dirbti komandoje, išmokau daug naujų dalykų, kurie atvėrė man naujus kelius ir naujas išvalgas filmų kūrime. Dabar aš daug paprasčiau gebu “skaityti” filmą ar nuotraukoje perduodamą žinutę, kas man yra neįkainojama patirtis.

Parašė Krisztián Sólyom

Šis tekstas yra originalus Krisztiáno straipsnis, kurį jis parašė savo iniciatyva. Mes nusprendėme jį įdėti į šį leidinį tokį, kokį jis parašė, t.y. be korektūrinių ir redakcinių pataisymų.



5 skyrius

Priedai

appendix a | About the Authors



Miki Ambrózy yra Global Soma jaunimo asociacijos įkūrėjas. Jo aistra yra dokumentika, išsilavinimas – sociologija. Miki šiuo metu gyvena Salonikuose, Graikijoje.



Andrew Hannes studijavo muziką ir perkusiją Salonikuose, Graikijoje. Šiuo metu jis užsiima filmų kūrimu ir menais. Andrew gyvena Nyderlanduose ir dirba medija mokymų vadovu darbo su jaunimu srityje.



Dubravka Obradović yra jaunimo centro Vega, įsikūrusio Belgrade, Serbijoje, prezidentė. Vega yra ne pelno siekianti organizacija, kuri specializuojasi medija raštingumo ugdyme ir skatina jaunimo naudojimąsi naująja medija. Jos aistra yra pažinti žmones ir suprasti jų pasaulėžiūrą.



Gregory Painter yra iš Didžiosios Britanijos. Šiuo metu jis savanoriauja Cantiere Giovanni, Italijoje. Neseniai jis nusprendė suburti grupę pavadinimu Media4Every1 (liet. “Medija kiekvienam”) siekdamas Anglijoje organizuoti bei skatinti jaunimo mainus, susijusius su medija mokymu.



Donalda Sinkutė yra savanorė jaunimo darbuotoja ir medija ugdytoja Lietuvoje. Ji savanoriškai veda užsiėmimus jauniems žmonėms iš įvairių šalies kampelių.



Krisztián Sólyom yra kilęs iš Vengrijos. Šiuo metu jis baigia vidurinę mokyklą. Jam patinka kurti trumpametražius filmus bei dalintis jais su draugais. Jis dalyvavo projekto “Birth of Image” rengtuose jaunimo mainuose 2010 m. gegužės mėn.



Kriszta Zsiday yra Europos jaunimo mokymų vadovė. Ji turi magistro laipsnį bei dešimt metų patirties darbo medija srityje. Ji skiria savo laiką darbui su mažiau galimybių turinčiu jaunimu. Šiuo metu ji rengiasi tapti išraiškos terapeute.

Organizacijos ir kontaktai

YMCA ParthenopeOnlus (IT)

YMCA Parthenope ONLUS yra ne pelno siekianti nevyriausybinė organizacija, laisva ir nepriklausoma asociacija. Mūsų misija yra ugdyti protą, kūną ir dvasią, tam, kad mus supantis pasaulis būtų paremtas meile, rūpinimusi vienas kitu ir bendradarbiavimu. Siekdami savo tikslų mes dalyvaujame lokaliuose ir tarptautinėse veiklose, tokiose kaip seminarai, jaunimo mainai, mokymų kursai, stovyklos, tiriamoji ir kūrybinė iniciatyvos.

TINKLALAPIS: www.ymcaparthenope.com
TEL. NR.: +39 340 7821363
EL. PAŠTAS: info@ymcaparthenope.com

Egyesek Youth Association (HU)

Mūsų veikla yra orientuota į neformalų jaunų žmonių bei jaunimo darbuotojų asmenybės ugdymą Vengrijos ir Europos kontekste. Mes organizuojame jaunimo mainus, savanorystės projektus, mokymus jaunimo lyderiams ir ugdytojams, vasaros stovyklas ir mokyklinės visuomeninės programas. Mes turime įgūdžių medijos, koučingo, šokio terapijos ir darbo su skirtingos kilmės jaunimu srityse.

TINKLALAPIS: www.egyesek.hu
TEL. NR.: +3613210495
EL. PAŠTAS: info@egyesek.hu, egyesek@gmail.com
VIDEO KANALAS ARBA SOCIALINĖS MEDIJA PUSLAPIS: <http://www.facebook.com/egyesek>

Krista Zsiday

Jaunimo darbuotoja, medija ir išraiškos ugdytoja

<http://trainers.salto-youth.net/ZsidayKriszta>
+36302319819
zsidaykriszta@gmail.com
Skype: [strella314](#)

OldeVechte Foundation – YMCA Nederland (NL)

TINKLALAPIS: www.oldevechte.nl / www.ymca.nl
TEL. NR.: 0031 529 451 963
EL. PAŠTAS: oldevechte@hotmail.com

Marco Vlaming

Vyr. mokymų vadovas

www.oldevechte.nl
oldevechte@hotmail.com
0031 529 451 963

Zeesserweg 12, 7731 BG Ommen, The Netherlands

Global Soma Youth Association (GR)

GLOBAL SOMA yra ne pelno siekianti organizacija, aktyviai dalyvaujanti audiovizualinių ir jaunimo mokymų sferoje. Mes organizuojame veiklas tam, kad įkvėptume jaunimą. Global Soma yra socialinė erdvė, kurioje rengiami seminarai, tyrimai, mokymai, edukacinės programos, užsiėmimai ir kt.

TINKLALAPIS: www.globalsoma.com
TEL. NR.: + 30 2311 200996 / +30 6907532925
EL. PAŠTAS: global.soma@gmail.com
www.vimeo.com/globalsoma
<http://www.vimeo.com/birhofimage/>
<http://www.facebook.com/pages/Global-Soma-NGO/194982857506>

Miki Ambrozy

Medija vadovas ir filmų kūrėjas, jaunimo darbuotojas

www.vimeo.com/ambrozymiki
www.vimeo.com/globalsoma
+306948734397
miki.ambrozy@gmail.com
Skype: [ambrozy.miki](#)

Sofia Moudiou

Medija ugdytoja, vadovė

www.vimeo.com/globalsoma
+306907532925
sofiamoudiou@yahoo.co.uk
Skype: sofiamd4

Radvila (LT)

Radvila yra nevyriausybinė organizacija, savanoriškai telkianti reformatiškos pasaulėžiūros jaunimą ir kitus asmenis, aktyviai dalyvaujančius draugijos veikloje. Pagrindiniai Radvilos tikslai yra rūpintis, kad jaunimas būtų auklėjamas Evangelijos dvasioje, siekti jaunimo dorovinio, kultūrinio bei fizinio tobulėjimo bei vienyti Lietuvos evangelikų reformatų bei reformatiškos pasaulėžiūros jaunimą, puoselėti Lietuvos Reformacijos veikėjų atmin ties ir jų veiklos tradicijas. Radvila, įgyvendindama savo tikslus, organizuoja vaikų, jaunimo ir jaunų šeimų stovyklas, vaikų sekmadienines mokyklėles, įvairius seminarus, konferencijas, paskaitas, ekskursijas, žygius, dalyvauja muzikiniuose, socialiniuose ar labdaros projektuose.

TINKLALAPIS: www.radvila.lt
TELEPHONE: +370 654 04407
EL. PAŠTAS: radvila@ref.lt

Donalda Sinkutė

Jaunimo lyderė

+370 654 04407
sinkute@yahoo.com

COFA (Lietuva)

COFA yra grupė jaunų žmonių, turinčių bendrą interesą sukurti jauniems žmonėms kuo daugiau galimybių aktyviai dalyvauti vietinėse ir tarptautinėse mokymo veiklose, skleisti neformalųjį mokymą, sukurti erdvę jaunimui įgyvendinti savo idėjas. Mes organizuojame lokalias veiklas, pvz. audiovizualinės medijos užsiėmimus, susitikimus ir diskusijas. Taip pat mes esame partneriai tarptautiniuose projektuose ir viešiname juos tarp jaunų žmonių Lietuvoje.

TINKLALAPIS:

TEL. NR.: +370 618 34435

EL. PAŠTAS: cofa@hotmail.lt

VIDEO KANALAS ARBA SOCIALINĖS MEDIJA PUSLAPIS: <https://www.facebook.com/pages/COFA/100806286626464>

Donalda Sinkutė

+370 654 04407
sinkute@yahoo.com

Evelina Paunksnytė

+370 618 34435
eva.paunksnyte@gmail.com

Vega Youth Center (SRB)

TINKLALAPIS: www.vega.org.rs

EL. PAŠTAS: vegayc@gmail.com

VIDEO KANALAS ARBA SOCIALINĖS MEDIJA PUSLAPIS: <http://www.youtube.com/user/vegayc>

Dubravka Obradovic

Mokymų vadovė

dubravka.obradovic@gmail.com

Istorijos | Dalijimasis su kitais

Žemiau rasite nuorodas į dvi projekto “Birth of Image” video produkcijas, kurios, mūsų manymu, geriausiai pavaizduoja mūsų metodologiją. Mes atrinkome jas, nes jos parodo, kaip dalyviai reaguoja į procesą, orientuotą į medija kūrimą, ir kaip per tą procesą pasikeičia jų savęs supratimas.

Ką duodi, tą ir gauni | Trumpa dokumentika

Trukmė: 00:05:17

Formatas: HD

Režisierius: Andrew Hannes

Peržiūra: <http://www.vimeo.com/globalsoma/what-you-give>

Tamašo ir Stefanijs, projekto “Birth of Image” 2010 m. gegužės mėn. Graikijoje rengtų mokymų, dalyvių istorija. Dokumentiniame filme jie kalba apie savo emocijas, išpūdžius ir asmeninę patirtį mokymų metu.

Geki Šou

Trukmė: 00:04:46

Formatas: HDV

Idėja: Gregory Painter

Peržiūra: <http://vimeo.com/21696649birthofimage/geki-show>

Peržiūra Facebook'e: <http://www.facebook.com/pages/Geki-Show/154941661229222>

Vaizdo tinklaraščio stiliumi pateikta Gregorio, vienų iš projekto “Birth of Image” Nyderlanduose 2011 m. vasario mėn rengtų jaunimo mainų dalyvio, istorija. Šiame video jis kalba apie patirtį ir išpūdžius, kuriuos įgijo kurdamas TV šou. Video taip pat galima pamatyti tiesioginio filmavimo vaizdą.

Nuorodos

Projekto “Birth of Image” tinklalapis

Kokie yra informacinio raštingumo pagrindai ir kodėl jie turėtų būti dalis neformalaus arba formalaus mokymo? Kaip naudoti skaitmeninę video kamerą; video žurnalistikos pagrindai. Socialinė medija ir skaitmeninio raštingumo kolekcija.

www.birthofimage.com

www.birthofimage.com/blog/online-training-resources

<http://www.birthofimage.com/blog/birth-of-image-social-media-and-online-video-collection/>

Projekto “Birth of Image” Vimeo kanalas

Video filmukai, sukurti projekto lokalių ir tarptautinių veiklų metu. Tematinis pasirinkimas apima temas nuo imigracijos ir socialinio teisingumo, iki gamtos, lokalios žurnalistikos ir saviraiškos.

<http://www.vimeo.com/birthofimage/videos>

Video naudojimas ugdymui ir

informacinis raštingumas

Ne pelno siekiančių edukacinių filmukų kanalas, kuris išplečia ir meta iššūkį tradiciniam medijos raštingumo supratimui. Pagrindiniai principai yra šie: (a) kad suprastume pasaulį, informacinis raštingumas yra neišvengiamai būtinas, (b) kiekvienas turi ką papasakoti.

<http://vimeo.com/channels/birthofimage>

Europos Taryba – Europos jaunimo fondas

Europos jaunimo fondas buvo įsteigtas Europos Tarybos 1972 m., kurio tikslas – suteikti finansinę paramą Europos jaunimo veikloms.

Šios paramos paskirtis yra paskatinti jaunų žmonių bendradarbiavimą Europos mastu, suteikiant finansavimą tokioms veikloms, kurios skatina taiką, supratimą ir vienybės dvasią, atsižvelgiant į Europos Tarybos puoselėjimas žmonių teisių, demokratijos, tolerancijos ir solidarumo vertybes.

Europos jaunimo fondo B kategorija yra skirta paremti produkcijos jaunimui aktualiais klausimais kūrimą, pvz. mokymų vadovai, žurnalai parengti tarptautinių jaunimo organizacijų ar tinklų ir pan.

Šis leidinys yra finansuojamas Europos jaunimo fondo B kategorijos, projekto pareiškėja – Global Soma jaunimo asociacija drauge su partneriais: Olde Vechte Foundation (Ommen, Nyderlandai), Lietuvos evangelikų reformatų jaunimo draugija “Radvila” (Vilnius, Lietuva), neformalia grupe COFA (Vilnius, Lietuva), Egyesek jaunimo asociacija (Budapeštas, Vengrija), YMCA Parthenope Onlus (Naples, Italija) ir Vega jaunimo centru (Belgradas, Serbija).

Šio leidinio tikslas yra pristatyti medijos, kaip įrankio, naudojamo jaunimo darbe, metodologiją, kuri buvo įgyvendinta projekte “Birth of Image”.

Veiklus jaunimas

Programos “Veiklus jaunimas” 4.4 priemonė

(Generalinis direktoratas švietimui ir kultūrai)

Europos Komisija paskelbė šaukimą paraiškoms teikti, kuris vadinosi “Projektai, skatinantys kūrybingumą ir inovacijas jaunimo sektoriuje – informacinis raštingumas 2009 m.” (angl. „Projects encouraging creativity and innovation in the youth sector – media literacy in 2009“).

Projekto „Birth of Image” paraišką pateikė YMCA Nederland ir Olde Vechte Foundation (Ommen, Nyderlandai), kartu su partneriais: Global Soma jaunimo asociacija (Salonikai, Graikija), Lietuvos evangelikų reformatų jaunimo draugija “Radvila” (Vilnius, Lietuva), neformalia grupe COFA (Vilnius, Lietuva), Egyesek jaunimo asociacija (Budapeštas, Vengrija) ir YMCA Parthenope Onlus (Naples, Italija). Vega jaunimo centras (Belgradas, Serbija) prisijungė prie projekto ko-finansavimo pagrindais.

Projektas „Birth of Image” orientuojasi į tai, kaip naudoti informacinį raštingumą kaip įrankį sustiprinti kūrybiškumą, kad jauni žmonės mokytųsi ieškoti inovatyvių ir originalių sprendimų savo asmeniniame, profesiniame ir socialiniame gyvenime.

This project has been funded with support from the European Commission and the Council of Europe. The publication itself reflects the views only of the authors and neither the Commission, nor the Council of Europe can be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Project reference numbers: Action 4.4 – 2009-4774/10 [Education and Culture DG, Youth in Action Programme] and 5950.1.B.2011. PC23 [European Youth Foundation – Category B].

© Birth of Image 2011

