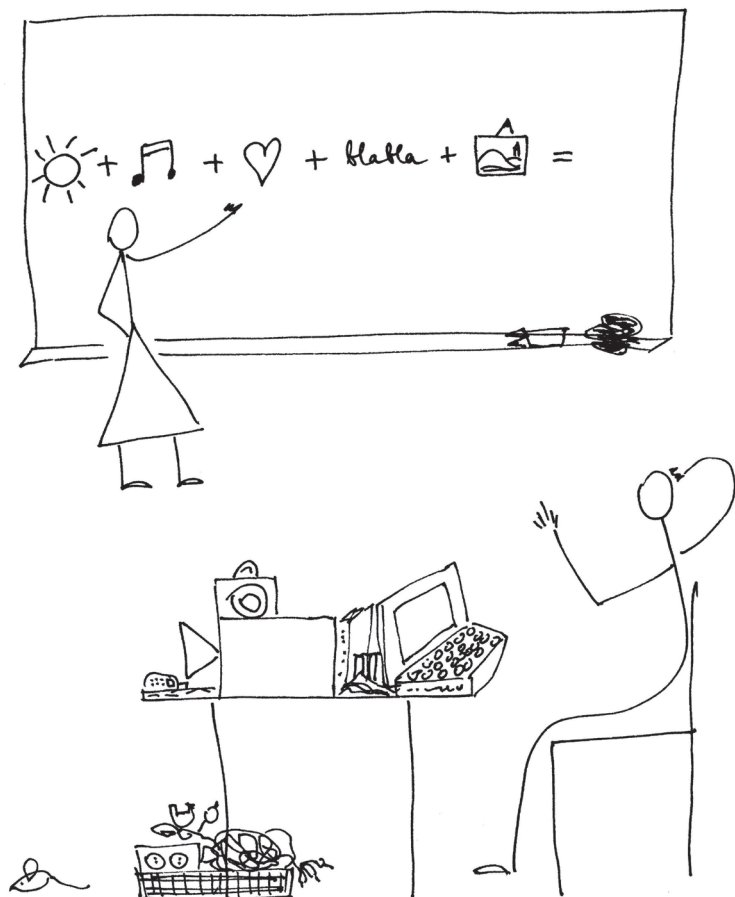




Birth of Image

A Concise Guide to Media Literacy

Birth of Image

A Concise Guide to Media Literacy

Birthof Image
A médiaműveltség tömör útmutatója

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 Obradović

Table of Contents | Tartalomjegyzék

Foreword	VII
Köszönetnyilvánítás	73
Introduction	IX
Bevezető	75

1 | the picture | a kép

1	Win-Win Civil Society vs Digital Youth	12
	Mindenki nyer Civil társadalom versus digitális ifjúság	78
2	The Media Landscape	15
	Média tájkép	81
3	What is Media Literacy? Reality Scan	17
	Mi a média műveltség A valóság vizsgálata	83

2 | the "how" | a "hogyan"

4	YouChoose 8 Tips on How to Broadcast Yourself	22
	Te választasz 8 tipp, hogy hogyan sugározd magad	88
5	The Social Media Revolution	29
	A közösségi média forradalma	95
6	Yes, But No? Fair Use of Copyright	33
	Igen, de mégsem? A szerzői jog használata	99

3 | the practice | a gyakorlat

7	Fine-tuning Media With and For the Underprivileged	38
	Finomhangolás Média hátrányos helyzetűeknek – értük, velük	104
8	Communication is the Response You Get	42
	A kommunikáció a válasz, amit kapsz	108

9	Is it OK? Ethics of Image-Makers	44
	Ez oké? Etika képalkotóknak	110
10	Transformers Who is in Charge Here?	47
	Átalakítók Ki itt a főnök?	113

4 | the outcome | az eredmény

11	Images of Me, Images of You	52
	Képek rólam, képek rólad	118
12	Connected by Cables	54
	Bekábelezve	120
13	New Perspectives	56
	Új perspektívák	122

5 | appendices | függelékek

a	About the Authors	60
	A szerzőkről	126
b	Civil Society Organizations & Contacts	62
	Civil Társadalmi Szervezetek és kontaktok	128
c	Stories Online Sharing is Caring	66
	Online történetek Sharing is Caring	132
d	Online Resources	67
	Online források	133
e	Council of Europe – European Youth Foundation	68
	Európa Tanács – Európai Ifjúsági Alap	134
f	Youth in Action 4.4	69
	Fiatalok Lendületben 4.4	135

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.

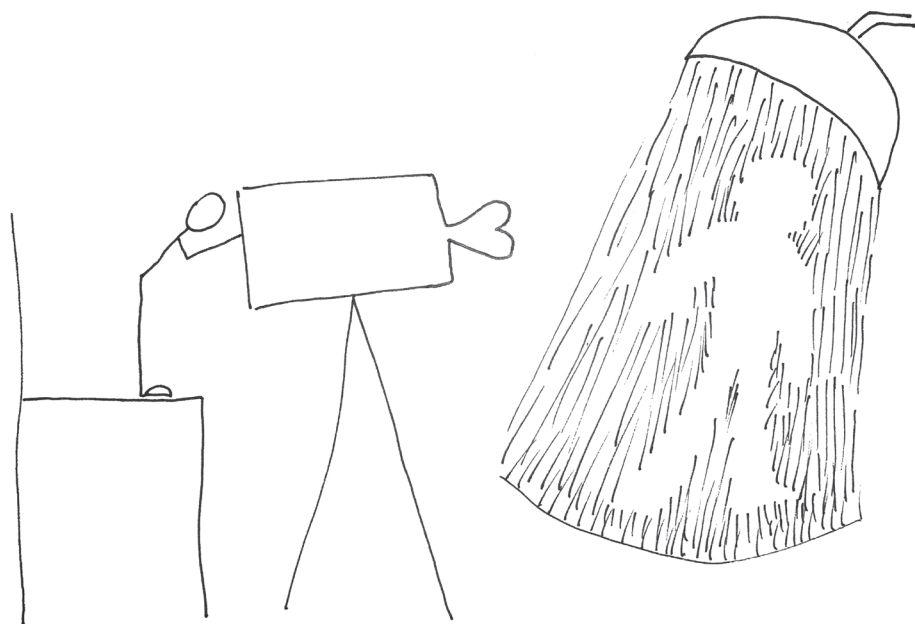
We are deeply indebted to the Council of Europe for funding that has allowed us to put into words and images our collective experiences. Through Birth of Image we hope to inspire and support others who share our passion for working with youth and media.

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



Introduction

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.

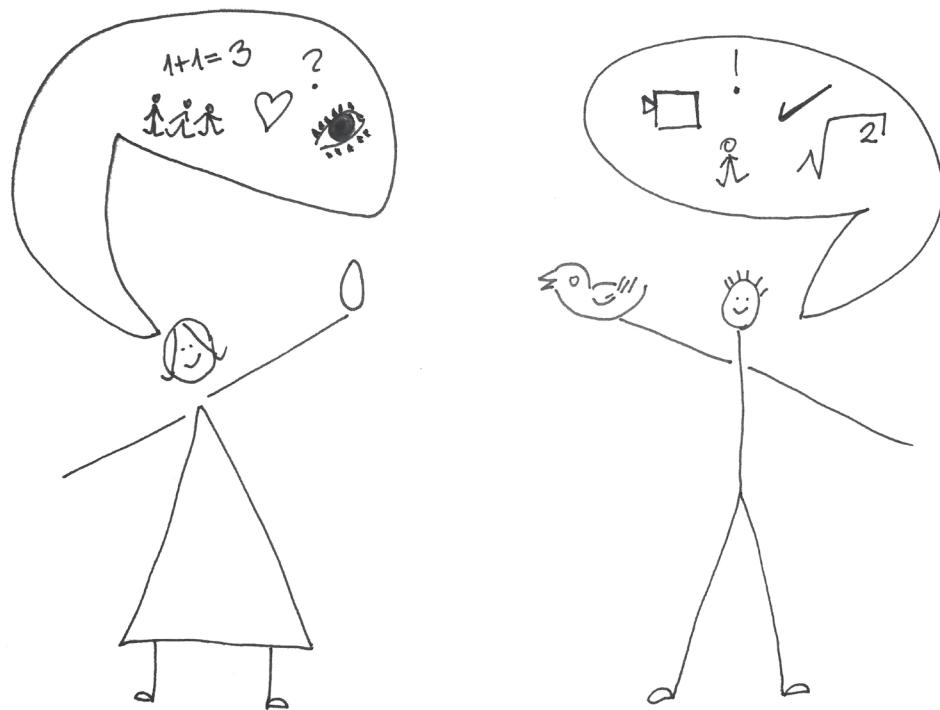
In Chapter 2 we discuss how to go about discovering the world of video making, social media and copyright.

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.

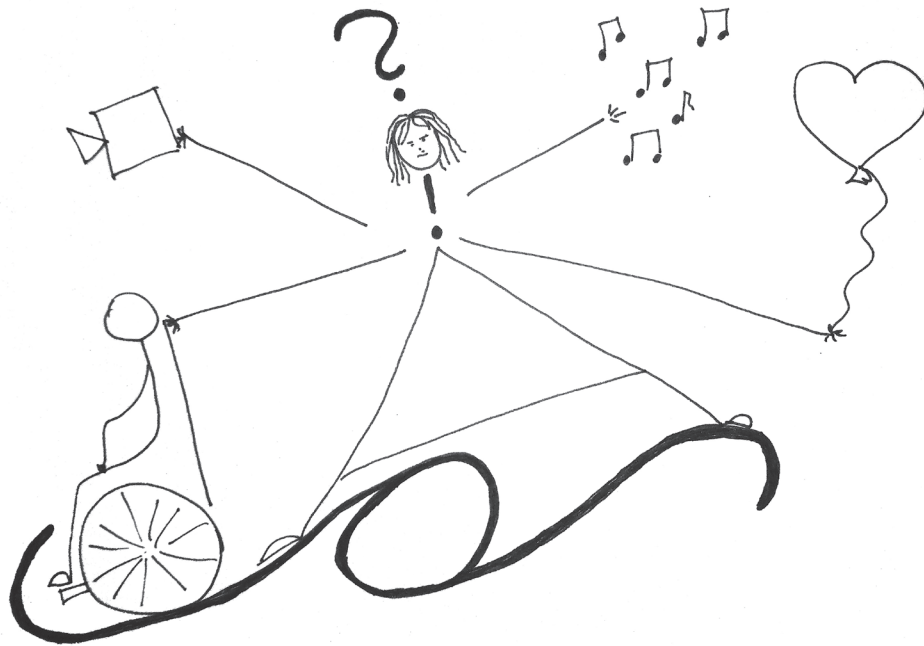
I'm a firm supporter of the empowerment of marginalised social groups through media and digital literacy. I believe that participants' control over content is crucial to successful learning, or for a truthful account of reality in journalism for that matter. One of the areas where gaps of literacy can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

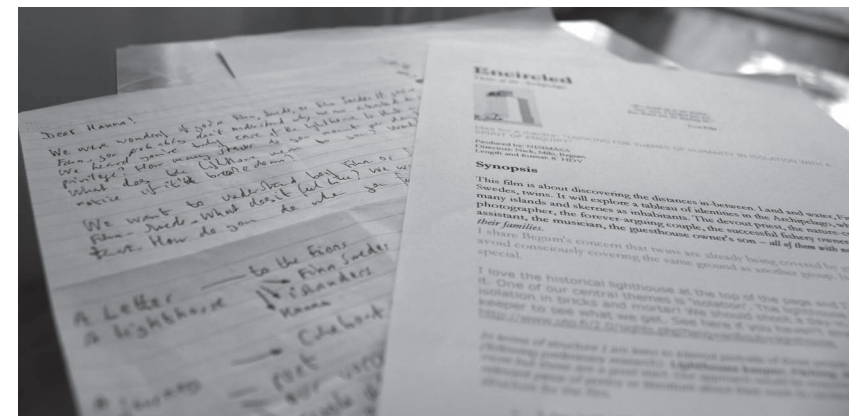
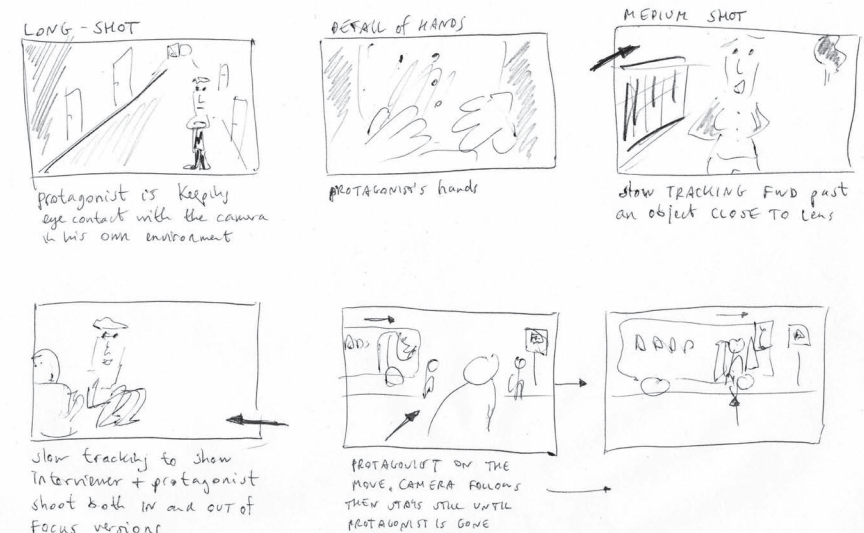
Your personal vision will strongly affect the videos you create. If you let yourself be fully, sincerely and passionately present in the video project you're working on, you will always express authenticity and achieve a universal appeal.

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 and introduced new practices of communication to the public arena.

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.

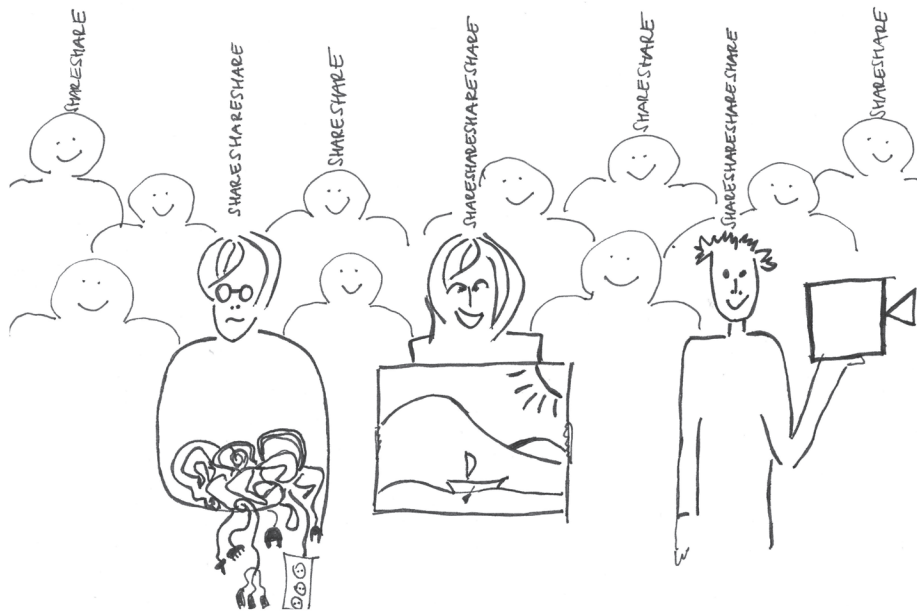
Secondly, we make a group-level agreement on the ground rules, which is a code of conduct. It lays out a playing field where open communication is in practice; where participants share and talk about their experiences in the first person singular, without making assumptions about what others are going 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.

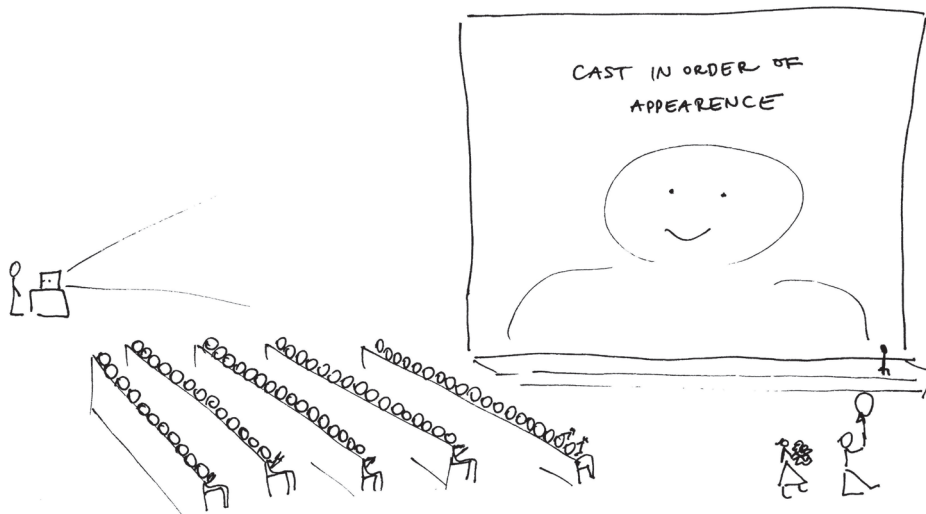
New Perspectives

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

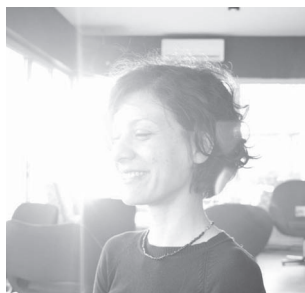
appendix a | About the Authors



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.



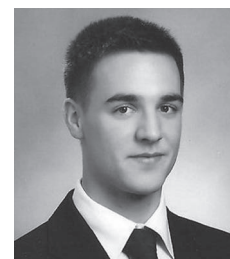
Dubravka Obradović is the president of Vega Youth Centre from Belgrade, Serbia, a nonprofit organisation which specialises in media literacy education and youth production of new media. She is passionate about getting to know people in order to see how they perceive the world and themselves.



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/birhofimage/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

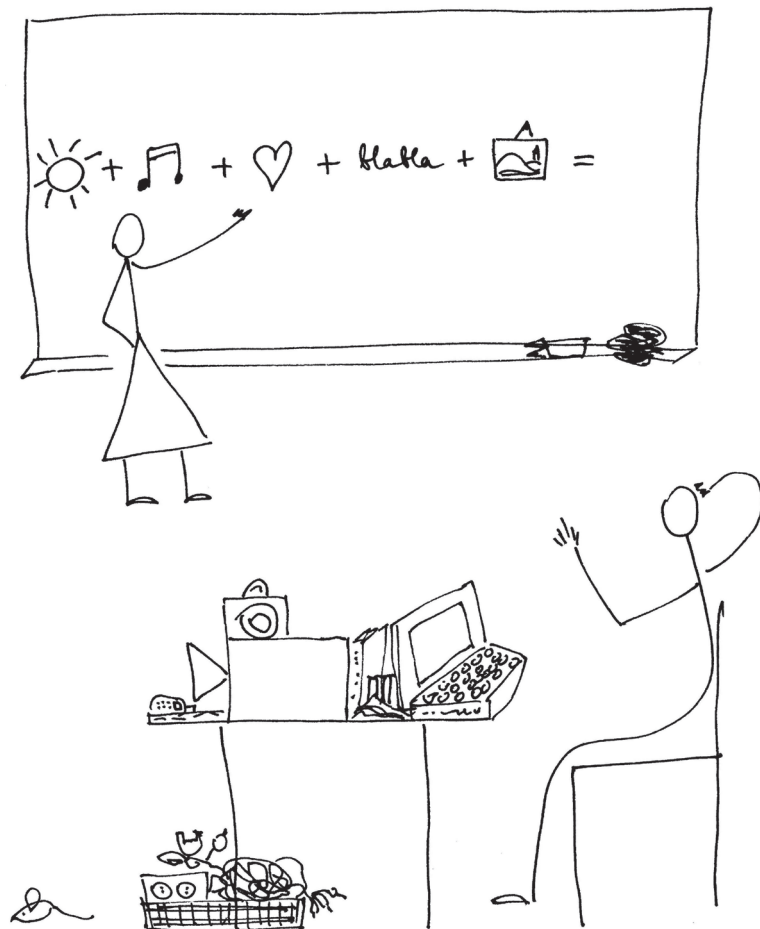
Action 4.4 of the European Commission

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

A médiaműveltség tömör útmutatója

Köszönetnyilvánítás

Szeretnénk kifejezni hálánkat mindazoknak, akik a Birth of Image projektet lehetőségből valósággá változtatták, az elmúlt 18 hónap során.

Először is szeretnénk köszönetet mondani az összes résztvevőnek, akik kivették részüket a tréningeinken és a hat különböző országban megrendezett helyi tevékenységekben, a részvételükért és hajlandóságukért, hogy velünk együtt tanuljanak.

Hálásak vagyunk mindazoknak az ifjúsági munkásoknak és önkénteseknek, akik a szabadidejükben támogattak minket, törődésből és az ifjúsági munka és média iránt érzett szenvedélyből. Páran közülük azóta maguk is trénerek lettek és már saját programjaikat és projektjeiket szervezik. Folytatják, amit együtt elkezdtünk és biztosítják, hogy folyton fejlődjék.

Szeretnénk kifejezni nagyrabecsülésünket és köszönetet mondani Sofianak, Evanak és Andrew-nak. Ösztönző javaslataik és bátorításuk mindvégig segítettek minket, és lehetővé tette számunkra, hogy a legtöbbet hozzuk ki az ifjúsággal és a médiával való munkánkból.

Hálásak vagyunk a Fiatalok Lendületben Programnak a támogatásukért, amely lehetővé tette, hogy hosszú idő óta dédelgetett álmunkat megvalósíthattuk, és megtaláltuk a médiaoktatás új módját.

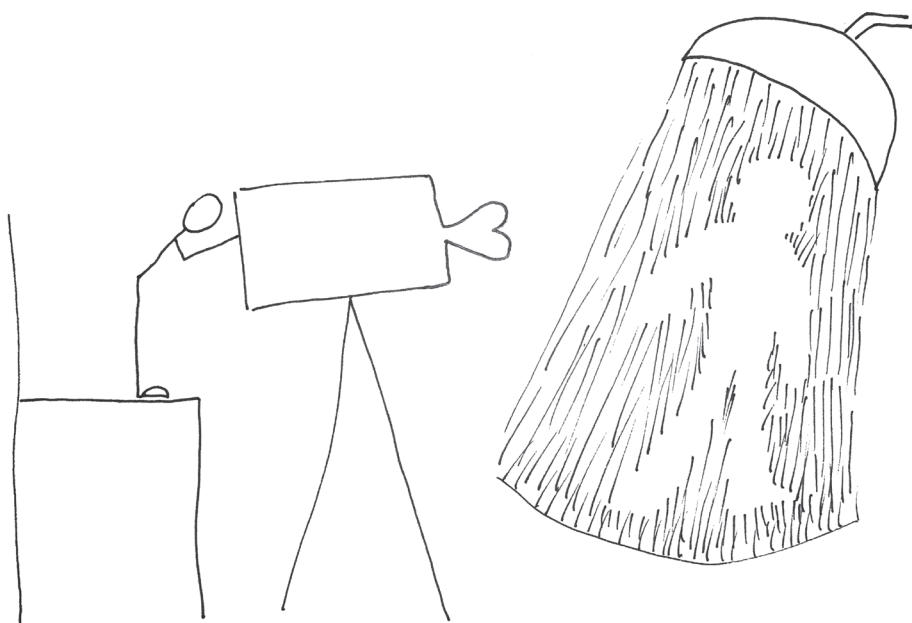
Köszönettel tartozunk az Európa Tanácsnak az anyagi támogatásért, ami lehetővé tette, hogy szavakba és képekbe öntsük közös tapasztalatainkat. Bízunk benne, hogy a Birth of Image-en keresztül inspirálunk és támogatunk másokat, akik osztoznak az ifjúsággal és a médiával való munka iránti szenvedélyünkben.

Csinálni azt, ami működik, nagyon jó érzés. Másokkal és másokért csinálni még jobb.

Köszönjük!

Zsiday Kriszta és Ambrózy Miki

média oktatók és projektvezetők



Bevezetés

Ez a cikkgyűjtemény egy egyedülálló oktatási folyamat ünneplése. A Birth of Image projekt sikeresen elért két célt. Először is egyesítette a személyiség fejlesztést és a médiaoktatást fiataloknak és fiatalokkal. Másrészt kifejlesztett egy módszertant az aktív médiaműveltség tanításához, beleértve a médiatörténet legutolsó fejezetét: a szociális médiaörületet.

Az 1.fejezetben egy áttekintést adunk arról mi is történik az ifjúság és média világában és bemutatjuk, hogy is néz ki a médiaműveltség valójában.

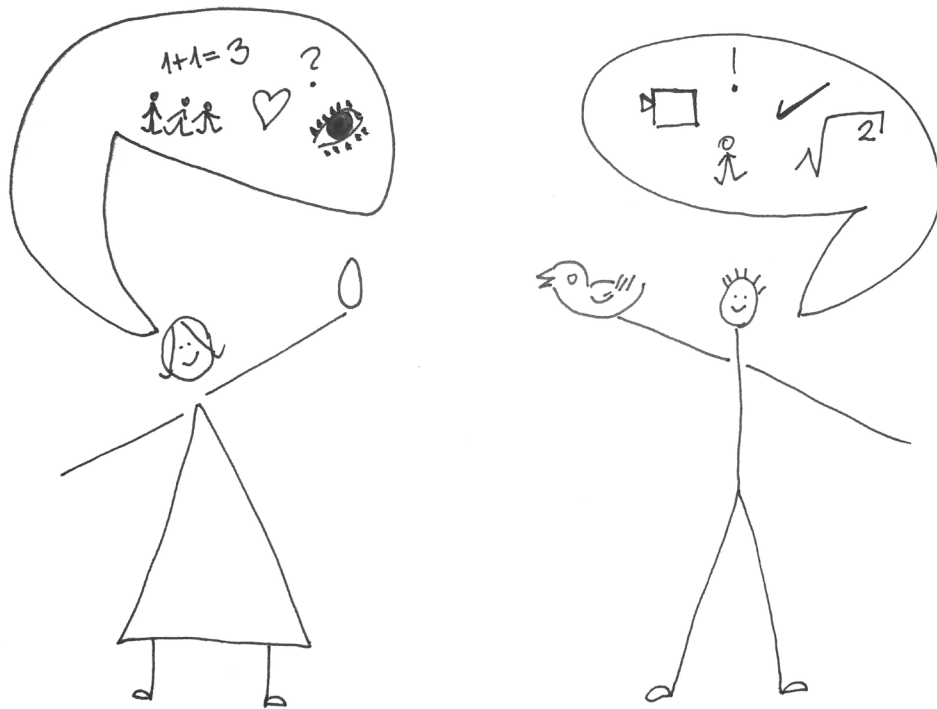
A 2. fejezetben megtárgyaljuk hogyan fedezzük fel a videókészítés, a szociális média és szerzői jogok világát.

A 3. fejezetben elmagyarázzuk módszerünket. Érintjük a hátrányos helyzet témáját, a visszajelzés folyamatát a mi megközelítésünkben, és a felhasználók által létrehozott tréning tartalom lehetőségét.

A 4.fejezetben megosztjuk amit a fiatalok osztottak meg velünk. Elmondjuk azoknak a résztvevőknek a történeteit, akik profitáltak a fent leírt szituációból úgy, hogy felvállalták a kezdeményezést, hogy egyszerűen azok legyenek akik csak akarnak lenni.

Élvezd, oszd meg és adj hozzá!

2011 Május

**első fejezet****a kép**

Mindenki nyer: Civil társadalom versus digitális ifjúság

Milyen lehetőségei vannak a médiának és az új médiának a civil társadalomban a nem formális oktatás szempontjából?

Ambrózy Miki

Amikor a Birth of Image-et terveztük egy budapesti kávéházban őszintén kíváncsiak voltunk, hogy is történik ez a dolog valójában: milyen folyamat előzi meg egy kép születését?

Marco Vlaming, a coach aki a projekt mögött áll (több mint 25 éves tapasztalattal a nemzetközi ifjúsági munkában) mindig azt mondta nekünk, hogy nem érti, hogy a közösségi média mitől lett olyan nagy ügy. Magát egy farmer fiának tartva, sokszor viccelődött azon, hogy egyáltalán nem érti mi a lényege az egésznek. Néhány hónappal a projekt indítása után azonban a legvalószínűtlenebb dolog következett be, ami mindenkit hitetlenkedéssel töltött el.

Marco elkészítette profilját a Facebookon.

Sokkolva meredtünk a képernyőre. Tényleg ő az?

És Marco nem csak egy új virtuális profilt készített aznap, hanem egy lépést is tett a tapasztalati tanulás felé, mert meg akarta érteni mit tartanak a fiatalok annyira vonzónak az új médiában.

Az olyan közösségi médiaoldalak, mint a Youtube és a Facebook fejlődése teljesen átrendezték a marketing és kommunikációs terepet. Ma bárki támogathat egy ügyet, megoszthat ötletet vagy feltölthet fotót az internetre nem több időt eltöltve ezzel, mint amennyi egy szendvics elkészítése. Neked van Facebook oldalad? Jó eséllyel már te magad is használod a közösségi médiát.

Ha egy vagy azok közül, akik morális alapon elutasítják a nagy márkákat, add fel a reményt. Mindig az jut eszembe, ahogy az apám próbálta elkerülni a mobiltelefon használatát ameddig csak lehetett... aztán amikor olcsóbb lett mint a vonalas, vett magának egyet. A jövőben a Facebook helyettesítheti a mobilodat, bebújhat az ágyadba, irányíthatja a hűtőd és leül majd veled egy sörre.

Az új tananyag

Mielőtt az alapfokú kötelező oktatást bevezették Európa szerte, évszázadokon át az írás-olvasás képességét tekintették az alapvető civilizációs tényezőnek. Ma már új tananyag van. Meglepő módon, ezt a felhasználók maguk írják – vagyis mi mindannyian. Legalábbis ez az évtized mantrája.

Ebből a kiadványból világossá válik majd, hogy nem minden fiatal jártas a média használatában. Ezzel egyidejűleg a legtöbb európai fiatal messzire elmenne egy iPadért, iPhone-ért vagy egy I-lányért. Az életük tele van audióvizuális ingerekkel, amelyek legtöbbje az üzleti szektorból ered.

Vonzó és mindenütt jelenlévő

Az egésznek az a vége, hogy a nonprofit ifjúsági szervezeteknek egy vonzó és mindenütt jelenlévő anti-hőssel szemben kell fellépniük. És ez az ítélet abból születik, ahogyan nézzük a kérdést. Egész addig amíg a digitális játékokat anti-hősként kezeljük, távoliak és félelmetesek maradnak.

Milyen előnyei származhatnak a civil társadalomnak az új média használatából? Mit tanulhat egy fiatal az okostelefonjától? Hogyan válhat a videokamera hasznossá egy non-profit szervezet számára? Ezek a kérdések izgalmas és gyümölcsöző beszélgetésekhez, tevékenységekhez és aktivitásokhoz vezethetnek, épp úgy, ahogy a 18 hónapon át tartó Birth of Image élmény tette ezt.

Tedd fel magadnak a kérdést milyen audióvizuális és digitális képességeid vannak. Más szóval: mit tudsz csinálni a digitális és online médiával? Talán egy PowerPoint prezentációt? Feltöltöttél valamit az internetre

a héten? Egy csatolmányt? Egy fotót? Töltöttél le ma valamilyen dokumentumot? Tudod hova mentetted el? Van blogod?

Az új média rengeteg lehetőséget kínál a nonprofit szervezeteknek. Fotózás, video és a web 2.0, ennek a kommunikációs technológiának a leghatékonyabb erőforrásai. A jó hír, hogy az oktatási és kulturális projektek támogatói pontosan tisztában vannak ezzel a ténnyel.

Azoknak akik ismerik az audióvizuális kommunikáció alapjait a projekt láthatósága rém egyszer. Az eredmények terjesztése azonban csak akkor lesz hatékony, ha ismered hogyan működik a helyi elektronikus média, ki dolgozik ott és mi kelti fel az érdeklődésüket.

Egy új műveltség?

Amikor egy gyerek írni tanul az óvodában vagy alsóban, az első "a" betűje reszketeg, egy kicsit bizonytalan. Évekkel később képessé válik arra, hogy kifejezést, színt és értelmet vigyen a nagy "A"-ba, ami mindössze egy betű egy fontos írásban (digitális vagy kézzel írott, most mindegy). Ugyanígy a képeid sem tűnhetnek nagyon vonzónak vagy profinak jelenleg. Legalábbis még nem.

A médiaszövegek a hagyományoshoz hasonló szerkezetűek és könnyedén tanulhatóak. Az egész csak gyakorlás kérdése és persze hajlandóságé a hibák kijavítására.

Amikor Birth of Image-nek, Kép születésének, kereszteltük a munkánkat, egy olyan folyamat járt a fejünkben, mely során az egész csapatunk képessé válik írni és olvasni fénnel és hanggal. 18 hónapunkba, néhány akadályba és rengeteg szórakozásba került. Összintén úgy gondolom, hogy nem vagyunk egyediek, csak egyszerűen követtük az új kommunikációs terep valóságát és megmaradtunk kíváncsinak...

;-)

Médiatájkép

Dubravka Obradović

Lehetetlen megérteni korunk életét, azt ahogy a világ legtöbb részén élők azt, ha nem ismerjük fel a média szerepét.

Képzeld el a helyzetet, hogy vidéken autózol, elhajtasz egy nagy hirdetőtábla mellett, mely eladásra reklámoz valamit. Észrevennéd egyáltalán? Különösnek találnád?

Próbáld meg visszaemlékezni az utolsó alkalomra, amikor napokig nem láttál valakit, aki igazán fontos számodra. Természetesen szalítottál időt rá, hogy csevegj, játszd vagy együtt neved skype-on vagy facebookon. Eszedbe jutott, hogy valami hiányzik a kapcsolatodból?

Naprakész vagy abban, hogyan néznek ki ma a tágabb családod tagjai, a flickr vagy picasa fotóalbumokon keresztül, vagy informálódsz napi szinten az aktuális politikai témákról twitteren vagy egy fórumon keresztül?

Nyilvánvalóan mindannyian beköltöztünk a médiatájba, és noha időnként úgy érezzük, mintha keresztül zuhantunk volna egy lyukon a fehér nyulat követve, nem tűnik annyira rossz helyne, hogy ne maradjunk rajta, hiszen számtalan lehetőséget kínál az információszerzésre, kapcsolódásra és együttműködésre.

Hogyan tudjuk mi, ifjúsági munkások, oktatók és aktivisták felvázolni ennek a folyton táguló tájnak a térképét, és felhasználni arra, hogy megértsük a fiatalokat és támogassuk őket azokban az erőfeszítéseikben, hogy jelentős és pozitív változtatásokat vigyenek véghez a mindennapi életükben?

Elsőként aprólékosan meg kell figyelni a tájat - mint ahogyan egy régész kutatna egy ősi kultúrát - és fel kell ismernünk, hogy a média hasonló képességekkel rendelkezik arra vonatkozóan, hogy tájékoztasson minket a hitrendszeréről, értékeiről és felfogásáról azoknak, akik (nem annyira régén) megalkották.

Aztán magunkat is rá kell helyeznünk a térképre és felhívni a figyelmet arra a tényre, hogy azáltal, hogy különféle típusú kapcsolatokat alakítunk ki a médián keresztül, egyúttal fejlesztjük saját médiához való viszonyunkat, legalább két módon:

I.) szeretjük, tiszteljük, óvjuk, belefáradunk, vagy időnként utáljuk a készülékünket és a speciális csatornákat (szoftver, alkalmazások, stb.) amik ellátnak bennünket információkkal;

II.) kialakítunk egy képet önmagunkról az új média terében, akár aktívan részt veszünk benne, akár csak fatáziálunk róla (tudatosan vagy sem :-).

Éppezért, a média nem csupán része a külső tájnak; hanem egyúttal része annak is akik vagyunk, és jelentős (és komplex:) kapcsolatunk van vele.

Ha őszintén támogatni szeretnénk a fiatalokat, hogy képesek legyenek kialakítani média műveltségi készségeket és eszközöket önmaguk kifejezésére, és képesek legyenek elmondani a saját történeteiket, ahelyett, hogy csupán a tömegmédia reprezentálná őket; akkor aktívan része kell hogy legyünk a tájnak és őszintén érdeklődnünk kell azok iránt a média-facilitált világok iránt, amiket a fiatalok felépítenek (pl. blogok, wiki bejegyzések, üzenetek, tweetek, fénykép blogok, videóklippek, naplók és sok más).

Ebből a pozícióból elsődleges célként fókuszálhatunk arra, hogy fejlesszük a kritikai gondolkodást azáltal, hogy bevonjuk a fiatalokat információkkal ellátott vizsgálódásokba, és hozzájárulunk ahhoz, hogy új médiatájképeket hozzanak létre.

A Birth of Image média trénerek részt vesznek a média tájképben, annak érdekében, hogy megértsék, támogassák, kommunikálják, megosszák és létrehozzák azt más fiatalokkal együtt Európa szerte. Lehet, hogy a térkép, amit elkezdtünk felvázolni, még nem teljes, de arra biztatunk, hogy ismerkedj vele a kiadvány oldalait olvasgatva, és - remélhetőleg - csatlakozz hozzánk.

Mi a média műveltség? | A valóság vizsgálata

Miki Ambrozy és Dubravka Obradovic

A média műveltség képesség arra, hogy elérd, elemezd, értékelj és alkoss médiát különböző formákban. Ez a képesség alapvetően szükséges egy pluralista, demokratikus társadalomban való élethez, mivel segít megérteni a média szerepét a modern világban, csakúgy, mint a kutatás, a kritikai gondolkodás és az önkifejezés képességének fontosságát.

Ahogy már te is rájöttél ennek a kiadványnak a lapjait olvasgatva, a média műveltség elmélete nagyon ígéretesnek hangzik. Így hát had kérdezzük meg: Mi az őszinte véleményed a fenti definícióról? Talán úgy hangzik, mint ami túl szép hogy igaz legyen? Ebben a részben az ifjúsági média műveltség mai valóságát vizsgáljuk meg.

Az elmúlt évtizedben az oktatási irányvonal mantrája az volt, hogy hozzáadjon egyetlen szót a főként a számítógéptudományban kibontakozó különböző kifejezésekhez. Hallottál már valaha a digitális műveltségről, web műveltségről, média műveltségről, információs műveltségről?

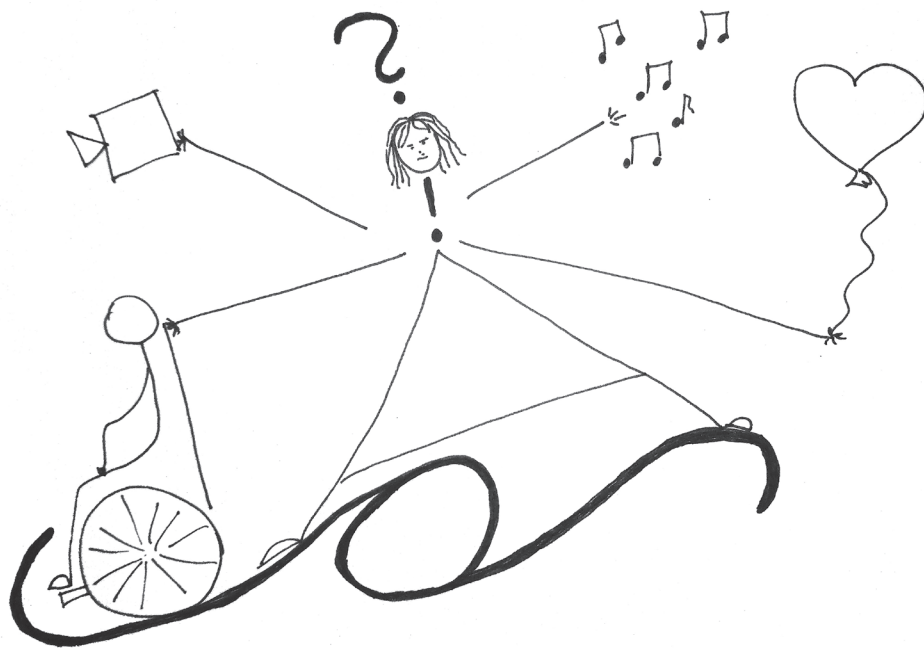
Isten hozott az új műveltségek korában!

Miközben az európai fiatal munkanélküliségi mutatók kissé sivarak, rengeteg vita folyik arról, hogyan lehetne összekötni az oktatási rendszer által szállított tartalmakat a munkaerőpiac aktuális igényeivel és növekvő elvárásaival. A technológia terén a fordulópontot a közösségi hálózatok drasztikus növekedése jelentette, mely a felhasználókat a tartalom alkotóivá változtatta.

Egy ifjúsági média tréner szemszögéből nézve azonban, számtalan kérdés van, amik nem illenek bele a digitálisan művelt generáció idealisztikus elképzelésébe. Egyre több és több fiatal tölti az idejét a cyber-térben, de a média műveltség valóban elterjedt volna?

Első pillantásra fontos kérdéseket kell feltennünk azzal a mítosszal kapcsolatban, hogy a fiatalok természetesen jártasak a digitális médiában. A valóság azt mutatja, hogy a “tartalmat-alkotó-felhasználó” továbbra is kisebbség.

A kreatív média műveltség megmaradt kevesek kiváltságának, még akkor is, ha ez a kör fokozatosan bővül. Ahhoz hogy csatlakozz, szükséged van általános műveltségi alapokra, beszélned kell angolul, vagy egy más világnyelven, rendelkezned kell biztos Internet kapcsolattal, kellően megbízható asztali géppel vagy lappal és tudnod kell megengedni magadnak számítógépes rendszered karbantartására időről időre. Ez a jelenség “technológiai-oktatási hézagként” is ismert, és nem hagyható figyelmen kívül, ha valóban egy, az ifjúság számára nyitottabb és befogadóbb világért tevékenykedünk. Ezen kívül, a tapasztalatunk azt mondja, hogy még ezen alapvető dolgok elérhetővé válásával is a fiatalok többsége digitális fél-művelt marad.



második fejezet

a "hogyan"

Te választasz – 8 tipp, hogy hogyan sugározd magad

Az audiovizuális kommunikáció alapjai

Ambrózy Miki

Ebben a cikkben tömören összefoglaltam azokat a dolgokat, melyek véleményem szerint az audio-vizuális kommunikáció alapjait adják. Céлом, hogy segítsék neked a TV, film és mozi nyelvének önálló megtanulásában. Nem fogok sem a technológiáról, sem a felszerelésről beszélni, hiszen az interneten számtalan hatékony és hasznos anyag érhető el könnyedén.

1 | Hol kezdjük?

Nézd és értsd meg

Hollywood és az MTV rengeteg dolgot tanított nekem az audio-vizuális kommunikációról. Ha az alapokról van szó, azt javaslom nézzük meg a hatáskeltés mestereit: a film és médiaipart.

A jó hír az, hogy már ismered a mozi és az audio-vizuális marketing nyelvét: hiszen ha ezt a kiadványt olvasod valószínűleg a TV, a mozik és az internet által kínált filmeket és reklámokat nézve nőttél fel.

Ha a non-profit szektorból jössz, jogosan gondolhatod, hogy ennek a világnak nincs már szüksége több vásárlásra buzdító propagandára... de ha az, amit csinálnak működik, miért ne fordíthatnád ezt a tudást saját javadra?

2 | Hogyan érjünk el hatást?

Érzelem és elbeszélés

A jó elbeszélés (storytelling) a legfontosabb elem. Hogy éred ezt el? Mondjuk film esetén hasznos lehet, ha összekapcsolod a sztori ötletét

egy főhőssel, akinek küldetése van, melyet jelképezhet egy akadályokkal és megválaszolandó kérdésekkel teli utazás. A történet akkor teljes, ha van megoldása és befejezése.

Ahhoz azonban, hogy hatást érij el, többre van szükséged mint ez a klasszikus recept. Szükséged van olyan elemekre, melyek beindítják a közönség fantáziáját, lehetővé téve, hogy továbbgondolják azt, amit látnak és be legyenek vonva a nézés folyamatába. Lehet ez egy annyira egyszerű dolog, mint amikor valaki énekel és flörtöl a webkamerával: a hitelesség, ami számít.

Egy történet csak akkor lesz hatással a közönségre, ha van érzelmi kapcsolat az elbeszélő és a közönség között; ha a történet egy vonal mentén fejlődve a főszereplőt vagy a közönséget, vagy mindkettőt arra készíti, hogy részesei legyenek egy utazásnak a saját fantáziájukba.

3 | Ki beszél a filmben?

Személyes küldetés

Először is kérdezd meg magadtól, hogy kapcsolódom én ehhez az ötlethez? Más szóval: Miért csinálom azt amit csinállok? Nem szükséges, hogy azonnal választ tudj adni, de lényeges, hogy folytasd a válasz keresését és ahogy a projekt halad újra és újra tedd fel magadnak a kérdést.

Én például mindig kíváncsi voltam lehetséges-e rendezőként és a jelenet operatőreként teljesen láthatatlanná válni azért, hogy megfigyelő filmeket készíthessek. Ez a kérdés alapjaiban határozta meg a fejlődésem mint filmkészítő, bár még nem találtam rá választ.

4 | Mi az üzenetem?

Személyes és egyetemes vízió

Az üzenetenednek csak akkor van esélye ha hiteles. Ezalatt azt értem, hogy a személyes víziód egyetemes helyzetbe kerül. Nemrégiben olvastam egy cikket arról, hogyan kapcsolódik a felnőtt foglalkozásunk a 9 és 12 éves

beállításokkal. A barátok akik többet tudnak a filmkészítésről, mint te, kiváló oktatók lehetnek, amikor olyan problémákkal nézel szembe mint hogyan készítsék egyenletes felvételt sétálás közben? vagy miért túl világos a felvétel?

Másodszor, tiszteld a hagyományokat! A mozi és film nyelvének megvannak a maga hagyományai, szabályai és újításai. Nézd a moziművészet mestereit éppúgy mint a legújabb örökléseket a YouTube-on. Ha nyitva tartod a szemed, sokat tanulhatsz nézés (és másolás) közben. Különösen figyelj oda a vágásokra (hol vannak?), a film ritmusára (hogyan működik?) és a sorrendre (mi után mi következik?). Ha már ismered a hagyományt elkezdheted kreatívkodni és megszegheted az összes szabályt.

Harmadrészt, maradj nyitott az újra! Ha automatikusan dolgozol vagy mindig ugyanazt a képi hatást használod, a munkád unalmassá válik. Erőltessd meg magad és tedd fel a kérdést magadnak: szép ez a felvétel így, ahogy megkomponáltam? Tetszik ez a közönségnek? Mi más tehetek még? Mi történe, ha elmozdítanám a kamerát (vagy épp egy helyben hagynám)?

7 | Mi a vágás szerepe?

Az amatőrök számára a filmkészítés két legkevesbé tárgyalt része a vágás és a forgatókönyvírás. A média tréningjeink résztvevői gyakran érkeznek azzal a tudatossággal, hogy gyakorolniuk kell a vágást.

Gyakran a vágás szerepe – különösen az otthoni alacsony minőségű filmkészítésben – hogy észrevedd mennyire keveset tudsz. Folyamatosan szembesülni fogsz a felvételek során elmulasztott lehetőségekkel, a munkafolyamat technikai problémáival, a hangvágás szükségességével és így tovább.

A vágás egy fontos és szép része a gyártásnak, az anyagod végső megszerkesztése. A filmeket három vagy több alkalommal készítik el, először a forgatókönyvben, aztán a felvételek készítése alatt és végül a vágási fázisban.

Mutasd meg a nyersanyagokat annyi embernek, amennyinek csak tudod és hallgasd meg amit ők mondanak. Sajnos csak egy “első alkalom” van, hogy megnézd az anyagot így egy friss szem felbecsülhetetlen lehet. Még ha nem is értesz egyet azzal, amit hallasz, készíts jegyzeteket a tesztközönség véleményéről.

8 | Hogy léphetek magasabb szintre?

A döntéshozás az egyetlen előre vezető út. Találd meg a személyes filmkészítési preferenciáidat. Milyen témák vonzanak? Mi a kedvenc elbeszélő technikád? Szeretsz megjelenni a filmjeidben vagy sem? Melyik iránt vagy a legszenvedélyesebb: Képek? Hangok? Tervek? Történet és forgatókönyvírás? Rendezés? A választások fókuszálják majd a fejlődésed folyamatát.

A lényeg, hogy megtanulj tanulni a hibáidból – anélkül, hogy a kezdeti kudarckokat túl komolyan vennéd. Az első filmednek semmilyen hatása sem volt a közönségre? És akkor mi van? Miért ne készítenél egy másodikat és egy harmadikat? Egyszerűen javíts ki pár dolgot és próbáld újra. Rengeteg olyan ember van odakint akik történeted megnézésével akarnak osztozni a történetedben. Sőt lehet, hogy még válaszolnak is rá a saját filmjükkel.

És így kezdődik a filmkészítés újabb körforgása...

A közösségi média forradalma

Forradalmi elv

Dubravka Obradovic

Ahhoz, hogy megragadjuk a közösségi média forradalmának valódi jelentését, emlékeznünk kell a tömegmédia kezdeti felemelkedésének társadalomra tett hatásaira.

A tömegmédia megjelenése előtt létező világ a tudás időigényes és drága terjesztésének korszaka, így elit uralkodók és vallási rendek által dominált világa volt.

Kontrollt gyakoroltak a tudás és annak terjesztése felett így szabályozva a társadalmat és intézményeinek fejlődését.

Gutenberg nyomtatásban tett felfedezése 1440 körül azért volt jelentős, mert lehetővé tette az információ tömeges terjesztését, mely végsősoron a modern európai társadalmak által létrehozott humanista értékek, tudomány, kultúra és a demokrácia intézményének megalapításához vezetett.

A tömegmédia forradalma azonban korántsem csökkentette a média jelentőségét a hatalomért és ellenőrzésért folyó harcban, mivel a média terjesztése még mindig drága volt és speciális technikai tudást igényelt, így a többség számára még mindig elérhetetlen volt.

Ez a kiegyensúlyozatlanság élesen elválasztotta a gyártókat a fogyasztóktól. Utóbbiak számára lehetetlen volt a média csatornákon át való reakció, ami miatt fantáziálatlan, passzív és könnyen manipulálható tömegként kezelték őket.

A hagyományos tömegmédia közel két évszázada után, az internet bevezetése mély és komplex változásokat és a közéletben új kommunikációs formákat eredményezett a modern társadalom számára.

Az internet fejlődése és az új/közösségi média bevezetése is sok embernek megadta az intenzív, gyors, olcsó, sok résztvevős kommunikációs rendszerbe való bekerülés, valamint az azonnal elérhető szinte határtalanul változatos információ elérésének lehetőségét – mindez korábban alig elérhető és rendkívül drága volt.

Az új média használata nem igényel technikai tudást vagy lényegesebb gazdasági befektetést, nyitott és a világon egyre több ember számára könnyen elérhető.

A közösségi média egy forradalmian új média jelenség – platform az egyéni és kollektív részvétellel, szervezésre, együttműködésre és kapcsolatra.

A tudás és részvétel új világa

Új definíciónk van a hatalomra, tárgyilagosságra, igazságra és tudásra. Többé nincs egy központi fókusz, hanem mindezek a párbeszédből, vitából és áttekinthetőségből gyökereznek. A kulcs összetevő, ami ezt lehetővé teszi, az interaktivitás. Magának a társadalomnak van kontrollja az új média és annak tartalma felett. A tudás közösségének fogalma abból a felfedezésből ered, hogy az egyén mindig szubjektív és tudása korlátozott, valamint hogy a hatalom, igazság és bölcsesség valószínűleg nyílt vitán keresztül támad fel.

A lehetőségek, melyeket a az információ és kapcsolat szabad áramlása biztosít, több mint ígéretesek: tanúi vagyunk egy felhasználók által létrehozott írásos, audio és vizuális anyag folyamatos gyártásának, melyet a Föld bármely sarkában élő emberek alkotnak.

A kollektív szerzőség nem ér véget szükségszerűen a cybertérben: egyre több ember rájön, hogy ez a fajta szervezeti model óriási hatással lehet, teret biztosíthat a tanulásra és bevonásra.

Az egyik kritika, mely az internetes közösségek által létrehozott produktumokat éri, hogy mivel olyan embereket von be a készítésbe, akik nem feltétlenül szakértők a területen, az alkotások kevésbé minőségek, mint amelyek hagyományos kultur-technológiákat használva jönnek létre.

Legkiemelkedőbb példa a Wikipédiát, illetve annak érvényességét és tartalmának minőségét övező vita. A Wikipédiát és a Britannica Encyclopaediát összehasonlító kutatás azonban azt mutatta, hogy a két különböző kötetben hasonló mennyiségű hiba volt. A fő különbség, hogy ha Wikipédiát használsz, megvan a lehetőséged, hogy a "vitalap"-ra lépj és elolvasd vagy éppen posztolj kommenteket a cikk tartalmának érvényességét illetően.

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



Ebben a szócikkben egyes szerkesztők szerint sérül a Wikipédia egyik alappillérenek számító, úgynevezett semleges nézőpont elve. A vita részleteihez lásd a vitalapot. A vita rendezéséig ne távolítsd el ezt az üzenetet. (January 2011)

Az előttünk álló út

A média fejlődésének köszönhető oktatásra és részvételre való lehetőségek növekvő száma, felveti a világ különböző részein felbukkanó technológiai és oktatási hiányosságok problémáját is; jelenleg is rengeteg embernek csupán korlátozott hozzáférése van bizonyos

technikai eszközkhöz (számítógép, kamera, internet), így számukra az is korlátozott, hogy bármilyen médiát használjanak, hangot adjanak véleményüknek és megmutassák valóságukat.

Ugyanakkor létezik egy másik réteg, melynek van ugyan hozzáférése a technológiához, de híján van azoknak a kulturális és társadalmi készségeknek, melyek a kortárs médiaképbe való teljes bevonást jelentenék.

Mindezért nekünk, ifjúsági munkásoknak és trénereknek feladatunk olyan projekteket fejleszteni, melyek elérhetővé teszik az új technológiákat fiatalok széles körének. Ezenkívül nagy hangsúlyt kell fektetnünk azon készségek és tapasztalatok elérhetőségére, melyek a fiatalok számára lehetővé teszik a társadalomban való teljes részvételt. Azt a fajta részvételt, mely során kifejthetik, hogyan értik meg azt, ahogy a média alakítja érzékelésüket, és melynek során tudatossá válnak a kialakuló etikai normák, melyek befolyásolják őket mint média készítőket és mint online közösségek tagjait.

Hogy eredményeinket maximalizálni tudjuk és olyan oktatói közösséget hozzunk létre, mely a média bevonásának lehetőségét széles körben elérhetővé teszi, az ifjúsági média projektekre és a médiaműveltség oktatására is nagy hangsúlyt kell fektetnünk. Különösképpen ügyelnünk kell a szolgáltató szektor és média együttműködésére és az ifjúsági munkások új technológiákra való oktatására, melyeket munkájuk során használni tudnak.

Izgalmas út előtt állunk, mely lényegesen kreatívabb és gyümölcsözőbb utazás lesz, ha együtt indulunk el rajta.

Igen, de mégsem? | Szerzői jogok tisztességes használata

Andrew Chanis

A szerzői jogok használata olyan terület, melyet sok médiával foglalkozó ember jobb szeret elkerülni. Nem azért, mintha nem tudnák kezelni őket, de az a hír járja, hogy ezek a jogok meglehetősen komplikáltak.

Az internet elterjedésével a szerzői jogok folyamatosan változnak; mivel mindenki kereshet bármit a Google-on, másolhat, megtarthat és használhat anyagokat, a szerzői jogok lényege és jelentősége radikálisan elmozdult az évek során. A szerzői jogok mégis léteznek!

Léteznek, meghatározottak és elérhetőek. Fiatal filmkészítők általában nincsenek tisztában a média különböző formáira (film, fotó, rajzok stb.) és tárgyaira (kreatív ötletek) vonatkozó szerzői jogokról. Gyakran a fiatalok a média ifjúsági cseréken találják szembe magukat először a ténnyel, hogy foglalkozniuk kell a szerzői jogokkal.

Az egyik legáltalánosabb akadály, amelybe videókészítők ütköznek, a jogtiszta zene használata. Azt gondolhatod, hogy a legegyszerűbben ettől a gondtól úgy szabadulhatsz meg, ha feltüntetsz minden adatot a szerzői joggal rendelkezőről, ez azonban nem elég.

A YouTube például elnémihatja, vagy akár törölheti is a feltöltött videót. Ez megtörténik szándéktól és célcsoporttól (barátok, iskolatársak, ország stb.) függetlenül.

Javasolt, hogy először lépünk kapcsolatba a zene alkotójával vagy tulajdonos cégével. Ne várjuk, hogy Madonna válaszolni fog a kérésünkre! Ha független filmkészítő vagy, elég csekély az esély rá, hogy

valaha választ kapsz a kérésedre, de a próbálkozásnak köszönhetően, legalább nyugodtan alhatsz éjszaka. Ha egy művész mégis válaszolna, a legjobb az őszinte hozzáállás.

A jogtiszta anyagok használata nem újkeletű dolog vagy olyasmi, amivel nehéz megküzdeni. Rengeteg weboldal létezik, melyeken szerzői jogoktól mentes zenét, fotókat és videókat találhatsz és ezeket legalább olyan könnyű elérni, mint a Facebook oldalad.

A Birth of Image projekt alatt jogtiszta anyagokat használva növeltük a résztvevők tudatosságát a szerzői jogokkal kapcsolatosan. Legtöbbjük a szerzői jogmentes zenét használják vagy zene helyett a hangok gondosabb felvétele mellett döntenek csendes részek kitöltésére.

A legjobb módja annak, hogy videóid, fotóid, kollázsaid vagy zenéid ne sértsék senki más szerzői jogait, ha használod saját képzeleted, készségeidet, forrásaidat valami eredeti és igazán saját alkotás létrehozására.

Ez esetben soha nem kell majd aggódnod a szerzői jogok miatt. Természetes hangok felvétele, saját filmzene készítése vagy zenészekkel való kapcsolatok kiépítése szabadságot és elégedettséget jelenthet számodra.

Ne feledjük, hogy amennyire mi szeretnénk, hogy saját videóink és fotóink jogaival mi rendelkezünk, ugyanannyira szeretnék ezt a produkciós cégek és művészek is. A közösségi média korában lehetséges saját alkotásod jogait biztosítani. Az ún. "Creative Commons Copyright Licenses" rendszer jelenleg 53 különböző jogrendszert alkalmaz világszerte, és ez a szám egyre nő. Ezek a szerzői jogok egyszerűek; igényeid szerint változnak és a legjobb választást jelentik egyéni alkotóknak, sőt még cégeknek is, kreatív munkájuk védelmére.

Linkek

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

Ez az oldal segít a Creative Commons egyezmény alapján engedélyezett zenétet találni. A szerzők már engedélyt adtak zenéjük használatára.

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

Ezt az adatbázist jogtiszta zenék keresésére használom, műfaj, stílus vagy érzélem alapján tudok keresni.

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

A legrészletesebb, legjobban felépített és legnaprakészebb weboldal a jogok tisztességes használatát illetően. Példákat, magyarázó videókat és válaszokat találhatsz a szerzői jogok használatával kapcsolatos kérdésekre.

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

A Creative Commons liszenszeinek hivatalos oldala. Nagyon egyszerű értelmezésekkel szolgál arra vonatkozóan, hogy szerzők, művészek és oktatók hogyan válasszanak különböző védelmek közül.



harmadik fejezet

a gyakorlat

Finomhangolás | Média hátrányos helyzetűeknek – értük, velük

Zsiday Kriszta

Sok ember számára a tapasztalatok lényegtelennek tűnnek. Ugyanakkor hatalmas hatással vannak az életünkre, különösen fiatalon. Az érzelmek és tapasztalások folytonos áramlása amely az olyan élethelyzetekből ered, mint az átmeneti rítusok, az otthon elhagyása, illetve a szociális, gazdasági és személyes kihívásokkal való szembetalálkozás, alapvetően meghatározóak.

Mindezek az események hatnak az egyéni reakcióinkra: milyen képet alkotunk a tudatunkban; milyen életstratégiák mellett döntünk; hogyan fejezzük ki magunkat és veszünk részt a társadalomban. Míg ezeknek a tetteknek és reakcióknak egy része az öröklött gének, hormonok és a felnövekvés biológiájának eredménye, mások közvetlenül a kulturális, családon belüli és szociális tapasztalatokhoz kapcsolódnak.

A Birth of Image-ben árvaházakban felnőtt, bevándorló, hiperaktív és süket fiatalokkal dolgoztunk. Az ő élettörténeteik gyakran magukban foglalnak személyes hiedelmeket, elképzeléseket és témákat, amelyek előzetesen ismeretlenek nekünk, ifjúsági munkásoknak.

Azonban ez az a valóság, amivel dolgozunk. Azok a kollégák, akik elég hosszú ideig csinálják ezt a munkát, általában arra a következtetésre jutnak, hogy ez a finomhangolásról szól – nem arról, hogy reggelre megváltoztassuk a világot.

A “finomhangolás” motivációs rendszerek felfedezését jelenti és azt ahogyan ezek működnek a fiatalok számára, saját életük logikáján belül. A média remek eszköz erre. Kiindulásnak rendelkezik azzal a képességgel, hogy kifejező formában egyesítse és rendszerezze a

személyes történeteket. Ami ehhez szükséges, az a motiváció, hogy játszani kezdjünk a média eszközeivel. Ha megnézzük mi zajlik a Facebookon, Twitteren, YouTubeon, stb., akkor biztosak lehetünk abban, hogy ez már eleve egy olyan csatorna, ahol a fiatalok finomhangolása történhet.

Amikor a finomhangolásról van szó, akkor nincs ellentmondás a “kevesebb lehetőséggel rendelkező” és a kiváltságosabb háttérből érkező fiatalok közt. Az egyes elképzelések csak úgy értelmezhetők, ha tekintettel vagyunk arra a valóságra, amelyikben megszülettek. A problémás fiatalok fogalomnak csak akkor egy olyan társadalomban van értelme, amelyik eldönti, hogy ki a normális ember és ki nem az.

Lájkolj!

Mindannyian reagálunk arra a környezetre, amiben élünk. Friss kutatások kimutatták, hogy a szociális elfogadás, a szimpátia, amit másoktól kapunk, az egyik legalapvetőbb ösztönző erő a motivációs rendszeren belül. A negatív tapasztalatok lecsökkentik a motivációt és fokozzák a stresszt. Bauer a “The Humanity Principle” (Az emberiség alapelve, 2006) című könyvében azt mondja, hogy “a legjobb drog az ember számára egy másik ember”.

Amikor egy fiatal őszintén és szabad akaratából megoszt történeteket, ez fokozza annak az érzését, hogy valóban él, és az alkotás öröme adja. Mindez fokozza a motivációját, hogy csináljon valamit olyanok számára, vagy azokkal együtt, akiket kedvel. Amikor nehéz háttérből érkező fiatalokkal dolgozunk, akkor alapvető tény az elfogadásra való igény és annak érzése, hogy engem kedvelnek a többiek.

Előfordulhat azonban, hogy ez az igény és ez az érzés különböző módon fejeződik ki, eltérő szinteken és intenzitással. Azáltal, hogy videó- vagy digitális kamerát adunk ezeknek a fiataloknak, illetve lehetőséget az alkotásra, egyúttal arra is esélyt kapnak, hogy saját személyes problémáikat kitegyék önmagukból egy külső közönség elé. A videó megosztás révén ez a közönség lehet akár a világ különböző pontjain

élő emberek ezrei vagy milliói is. Az, amikor kapsz egy “lájkot” egy képre, videóra, vagy állapotjelentésedre egy olyan mérőföldkő lehet, ami azt jelzi, hogy az illető személy szerepet játszik más emberek életében.

Követem azt, ami érdekel

A média üzenetek létrehozása két szinten lép működésbe: technikai és érzelmi. A technikai részt meg lehet tanulni online oktatáson, szoftver tréningen, vagy barátokon keresztül. Ahhoz azonban, hogy szívesen megnyílj és megoszd a személyes történetedet, valami más is szükséges.

Az egyik tréning alkalmával, ahol függő fiatalokkal dolgoztam, a csapat kiütötte magát előző éjszaka és nem készült el a rájuk osztott videófilmmel. Az, hogy találjak egy kivezető megoldást ebből a helyzetből, az tréneri munkám egyik legemlékezetesebb pillanata volt. Következő nap, a velük való beszélgetést követően, ismét lerészegedtek. De ez alkalommal magukkal vitték a kamerát, és készítettek egy filmet ebből az élményből. Ezt később bemutatták a csoportnak és ezzel a filmmel megteremtették a saját helyüket a tréningen. Megértették, hogy ebben a környezetben dolgozhatnak a problémáikon, ahol részt vehetnek, ahelyett, hogy ellenállnak.

A média képzés projekt finom-hangolása támogatta őket, és lehetővé tette számukra, hogy reflektáljanak arra, amit tettek, ahogyan és amiért tették. Nem hagytak fel az ivással, de filmeket készítettek a függőség sötét oldaláról. Beszéltek róla a többiekkel. Végül elhatározták, hogy nem isznak egy egész napig, mindezt tíz év rendszeres napi fogyasztás után.

Létrehozom a személyes oldalamat

Az én számomra a legjobb praktika, amikor komplex, különböző háttérrel rendelkező célcsoportokat összehozunk. Sok esetben a nyelv, a kultúra és a szokások akadályt jelentenek majd. De amint a kezükben van a kamera, az alkotás és megosztás vágya erősebb lesz, mint az akadályok.

A másik jó taktika, hogy a vizuális kifejezés egy formáját használjuk arra, hogy a személyes (és sokszor korlátozó) gondolataikon túl

manőverezzünk. Komplex üzenetek vizuális kifejezése egy csoportban segíti a közös megértést. Az alkotás folyamatán keresztül pedig “aha” élményt és belátást nyújt. A vizuális nyelv egy univerzális nyelv - és ezt a tényt azok a vak résztvevők bizonyították, akik filmeket rendeztek a Birth of Image projektek során.

A sikerhez való harmadik kulcs szerintem, hogy úgy alakítsuk ki a feladatokat, hogy belevonjuk mind a környezetet, mind az emberi erőforrásokat. Egy olyan helyszín és tréninghely, ahol a résztvevők fizikailag mozoghatnak segíteni fog nekik abban, hogy kiengedjék a feszültséget, mozgásos gyakorlatok és kinti tevékenységek segítségével. Egy kis közösség, mint például egy falu, megkönnyíti, hogy a fókusz a csoporton belül maradjon, miközben arra is lehetőséget nyújt, hogy szocializálódjanak és felfedezzenek más életformákat.

Végül, de nem utolsó sorban az oktatók csapatának kialakítása. Fontos, hogy bevonjunk technikai tudással rendelkező embereket, illetve erős szociális képességekkel rendelkező trénereket, hogy támogassák a résztvevők mentális és érzelmi folyamatait. Különösen fontos ez a kombináció, amikor “nehéz helyzetű” fiatalokkal dolgozunk.

A nehéz háttérből érkező fiataloknak feltehetőleg nincs okostelefonja, drága kamerái, de ők ugyanúgy keresik a “lájkokat”, nézőket és követőket a Facebookon, és legfőképpen rendelkeznek elmondható történetekkel. A Birth of Image média aktivitásainak köszönhetően annak az érzésével ajándékoztuk meg őket, hogy az ő hangjukat is meghallották, az élményeiket elismerték. Értékes lett az, hogy kik ők, és ez mindenkinél működik.

A kommunikáció a válasz, amit kapsz

Hogyan használd a társaidat és a közönséged visszajelzésre az (audióvizuális) kommunikáció hatásával és értelmével kapcsolatban?

Ambrózy Miki

Amikor médiával dolgozunk, hangi, képi és vegyes média elemeket használunk, hogy az üzenetet kommunikáljuk. Ilyenkor kommunikációnk hatását a közönségen teszteljük. Más szóval kommunikációnk értelme a válasz amit kapunk.

A néző számára a kérdés mindig az lesz: Megértem az üzenetet illetve a kifejezett érzelmet? Vonz ez engem vagy sem? Mit találok benne a magam számára? Hatással van rám? Tudatosan vagy tudattalanul, de ezek a kérdések vezetnek a nézőt a döntéshez: tovább nézem vagy sem?

A Birth of Image-ben kifejlesztettünk egy kérdéssort amely arra bátorítja az ifjú filmkészítőket, hogy lépjenek túl társaik nevetésén és a csoport kedvességén.

levettett filmeinkre általában olyan fizikai reakciót várunk mint például kéz feltartása, azért, hogy az online videónézés közbeni reakciót szimuláljunk (mint mikor a bezár vagy a tetszik gombra kattintunk). A kérdések az alábbiak:

Elküldenéd a videó linkjét a családtagjaidnak és a közeli barátaidnak?

Szórakoztató lehet ez a videó valakinek a csoporton kívül, mondjuk valakinek aki Japánban nézi?

Összekapcsolja ez a videó a helyi valóságot egy egyetemes érzellemmel?

Ha a válaszok pozitívak eléggé biztosak lehetünk benne, hogy gondolati szinten “működik” a film és fel fogja kelteni az érdeklődést a

közösségi média oldalain. Még érdekesebb, ha megfigyeled a közönség testbeszédét és légzését miközben nézik a filmet. Így értékes információt nyerhetsz a kommunikációd hatásairól. A nevetés és a taps nyilvánvaló jelek, de társaid úgy is kifejezhetik és visszajelezhetik mi történik a vásznon, hogy a széken ülve áthelyezik a súlyukat a szék szélére (a figyelem a filmre fókuszál) vagy ásitának és mocorognak (a figyelem elterelődik).

A kezdeti reakciók után kritikai javaslatokat és dicséreteket kérünk. Ez segíti a filmkészítőt, hogy javítson a munkáján és megtartsa azt ami már működik. A szóbeli visszajelzés még további értéket is adhat az eredeti ötlethez vagy megközelítéshez.

A videókészítő oldaláról persze kockázat lehet, ha mindent szó szerint vagy túl személyesen vesz - ezt célszerű elkerülni. A visszajelzés egy vélemény a munkádról, melyet érzelmek színeznék és mindig a filmkészítő döntése, hogy elfogadja-e vagy sem. Igyekszünk a fiatalokat emlékeztetni arra, hogy a visszajelzés a filmre vonatkozik, nem személyesen rájuk.

Végül pedig, a visszajelzés a közösségalkotás eszköze is lehet. Ez elég nyilvánvaló a hozzászólások továbbfejlesztett használatából a közösségi videómegosztó oldalakon. Mindez emeli a beszélgetés szintjét, strukturálja a véleményadás folyamatát és képessé teszi őket, hogy meghallgassák egymást, miközben a részvételre vonatkozó döntést a kezükben hagyja.

Ez oké? | Etika képalotóknak

Kriszta Zsiday

Gyakran állítjuk, hogy ami egy nyári táborban, tréningen vagy média workshopon történik, az ott is marad. Ez persze nem teljesen igaz. Facebook állapotok, az eseményről készült, online megosztott videók és fotók, mind hordoznak információkat. Amikor fiatalok dolgoznak médiával, még jelentősebb kérdések a hogyan és mit osztunk meg. Alkotóként a lehető legnagyobb közönséggel szeretnénk megosztani műveinket és a közösségi médián keresztül ez gyorsan és könnyen megvalósítható. Partyfotóidat és videóidat piallanatok alatt látod a közösségi oldalakon.

A megosztás szabadsága azonban csak az érem egyik oldala.

Egy nemzetközi ifjúsági cserén, melyen dolgoztam, egy csoport érdeklődni kezdett a bevándorlók helyzete iránt. Rájöttek, hogy néhány bevándorló utcai koldulással keres pénzt. Készíteni akartak egy videót ezeknek a bevándorlóknak a küzdelméről egy élehető életért. A résztvevők visszatértek egy felvétellel, melyet egy fiatal anyáról és gyermekéről készítettek, akik apróért könyörögtek az utcán. Az anya sajnálatra méltónak és koszosnak látszott a felvételeken, melyeket ráadásul távolról, rejtőzködve készítettek el.

A videó készítői nagyon büszkék voltak alkotásukra, arra, hogy sikerült a szomorúság egyetemes üzenetét közvetíteniük. Amikor megkérdeztem őket, hogy mit gondolnak, a képeken szereplő nő hogy érezné magát, ha látná, hogy így módon mutatják őt nyilvánosság előtt, a videó készítőinek szembe kellett nézniük az etika kérdésével.

Nem gondolom, hogy a videó készítői bármi erkölcselenséget követtek el. Sőt, odaadóak és társadalmilag aktívak voltak. Ugyanakkor szeretnék rámutatni, hogy a videókészítés, könnyedén eredményezhet etikátlan magatartást. A nyomás, hogy videónkkal tetszést váltsunk ki, hogy

elégedetté tegyük a trénert vagy az ifjúsági munkásokat, és hogy valami igazán kiemelkedő alkotást osszunk meg, etikailag kifogásolható média alkotásokat eredményezhetnek.

Hogyan jelenítsünk meg valamit őszintén, miközben védjük az alkotás tárgyát, főleg ha az egy nehéz élethelyzetben lévő ember? A kihívás épp oly régi, mint a történet elbeszélés létezése. Az újdonság most a közönség méretében van, az információ terjedésének sebességében és – a fenti esetben – hátrányos helyzetű fiatalok egy csoportjában, akik hirtelen képesek és készek voltak médiát alkotni.

Egyszerűnek tűnhet ignorálni alkotásod lehetséges következményeit valaki más életére, ahogy ez a trend mutatkozik meg a tömegmédiában (gondoljunk csak a Big Brother valóság showra vagy a pletyka oldalakra).

Az én felfogásomban az etika azt jelenti, hogy tisztelned kell a törvényt és mások személyes bevonását, bármennyire is kiemelkedő a történet, amit meg kívánsz osztani. Ez személyes törődést is követel. Szükséges, hogy szem előtt tartsd az emberi értékeket ahhoz, hogy értékalapú médiát alkoss. Ez csak akkor lehetséges, ha eléred, hogy a média valós tényekhez és más emberi lények valóságaihoz való kapcsolata érdekes legyen.

Kerüld a tények hamisítását és eltúlzását, a történetbe személyes információk csepegtetését és kutatás hiányában fennálló egyoldalú információk továbbítását.

Mindezek lealacsonyítják a média produktum információforrás értékét egy szenzációhajhász riporttá.

Ifjúsági munkásként te is találkozatsz fiatalokkal, akiknek a diszkrimináció, fogyatékoság, munkanélküliség, szegénység jelenségével vagy egyszerűen más bizonytalansággal kell szembenéznük.

Íme hat alapérték, melyet érdemes szem előtt tartani ha médiával dolgozol: szavahihetőség (szolgáltatás), felelősség (társadalmi igazságosság), tisztlet (emberi méltóság és érdem), becsületesség (méltányosság), törődés (az emberi kapcsolatok fontossága) és hozzáértés. Lentebb öt trükköt olvashatsz, melyek segítenek etikus vizuális médiát alkotni.

A törvény és jog más mint az etika. Az etika morális elvek rendszere. Ki van a képen? Mit mondok el a képpel? Hol fogom a képet megmutatni? Ez így rendben van? A média üzenete és a vizuális képek hatalommal bíró eszközök, mely eszközökhöz csak az alkotónak van teljes hozzáférése. Nagy hatalommal nagy felelősség jár. Te teszel különbséget minden alkalommal, amikor eldöntöd, hogy az adott kép oké vagy sem.

A vizuális média 5 trükkje

- 1 Használj a megjelenített témáról olyan képeket, melyeken a személyt nem lehet felismerni (tömegfelvétel, felvétel hátulról, formák használata).
- 2 Kérdezd meg, hogy lefotózhatod vagy felveheted-e a videód témáját. Meg is kérheted az embereket, hogy szóljanak, ha nem akarnak a képeken szerepelni.
- 3 Amikor fotókat vagy videót szélesebb közönség elé társz, kérj aláírt írásos beleegyezést mindenkitől, aki a képeken felismerhető lehet. (Ezen a papíron szerepelhet az alkotás címe, a bemutató helye, és hogy használhatod-e teljes nevüket a bemutatáskor).
- 4 Filmkészítéskor, mutasd meg a végső produktumot a film hőségnek és központi szereplőjének/szereplőinek.
- 5 Kérdezz meg másokat, milyennek látják alkotásodat. Így ellenőrizheted, hogy miközben társadalmilag és érzelmileg kihívásokkal teli üzenetet közvetítesz, nem ártasz-e bárki hírnevének.

Átalakítók | Ki itt a főnök?

Mit jelent a részvételi kultúra a média oktatásban? Történet arról, ahogyan az új média megkérdőjelezi az oktató és ifjúsági munkás hagyományos koncepcióját.

Ambrózy Miki

Az új audióvizuális média teljes mértékben a cselekvésről szól. És mi kell ahhoz, hogy új médiát alkoss? Kreatív gondolkodás és képzelőerő, kitartó (újra)próbálkozások és hibázások a gyártás közben. Döntések és választások sorozata egyénileg és kollektíven.

Az új audióvizuális média a tökéletes eszköz a holisztikus oktatásra, legyen szó bármilyen tárgyról vagy témáról. Egy új nyelv a fiatalok önkifejezésében, miközben hatalmas lehetőséget kínál a személyes kommunikációs képességek minden aspektusának fejlesztésére: írásbeli kifejezőmód, képi nyelv, testbeszéd, rajzolás, mozgás és interperszonális kommunikáció.

Egy kérdés: Mit fejezzünk ki? A Birth of Image mögött álló oktatók hoztak egy döntést arról, hogy a tartalommal kapcsolatban maximális szabadságot adnak a résztvevőknek. Ha végigbongészed a projekt keretében készült több mint 70 filmet a Vimeo-n, számos egyetemes témát talász majd melyek felölelik az emberi tapasztalást.

A kifejezés domináns formája a játék. Az üzenetet a vélemények, kísérletezés és mókázás játékos kombinációja fejezi ki. Közvetett módon arról beszélnek, ami a fiatalokat ma érdekli (mint például a Stay Curious és az Advertising Life sorozatok). Két másik egyetemes téma: Valaki megtalálja a saját hangját illetve próbára teszi magát. A Birth of Image projekt legnépszerűbb filmjét egy vak résztvevő rendezte (Slightly Different). Az online verseny egyik lengyel résztvevőjét a nők tinédzser imádata foglalkoztatta (Women are.... Oh yeah), míg más egy hontalan vállalkozóról készített dokumentumfilmet (Can Man).

Első látásra ezek az eredmények nem egyeznek meg az interkulturális párbeszédéről, toleranciáról és az Európaiság érzéséről szóló intézményes elvárásokkal. Azonban, közelebbről megvizsgálva az látszik, hogy azok, akik részt vettek ezekben a média alkotásokban, fontos és kreatív döntéseket hoztak, egy kimerítő folyamatban egy csapat tagjaiként kooperáltak, új média képességeket szereztek, és gyakorolták a szabad önkifejezés jogát a nyilvánosság előtt – mindezt anélkül, hogy bárki megmondta volna nekik mit csináljanak.

Egy módszer, ami működik

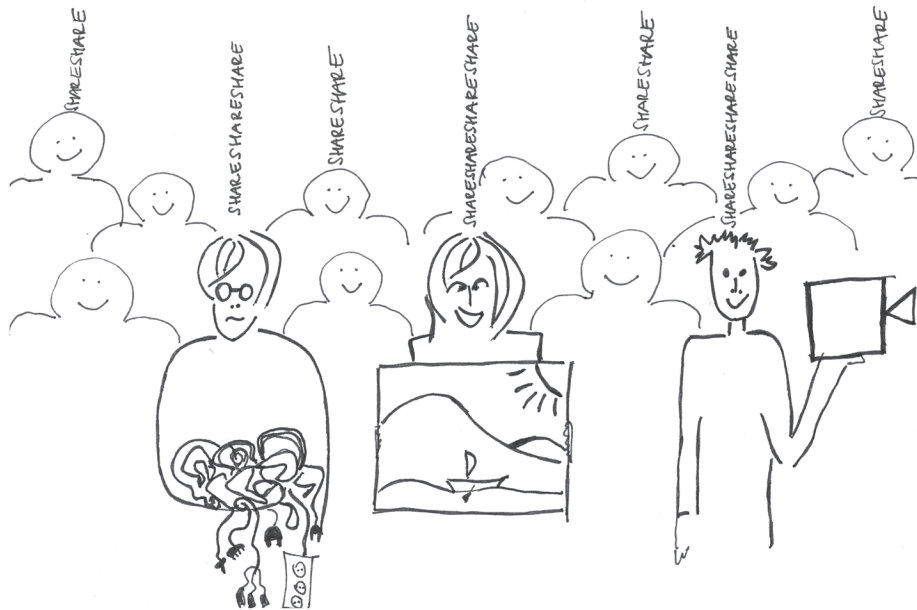
Minden Birth of Image projekt azzal kezdődik, hogy az oktatók világosan kommunikálják az esemény filozófiáját. A mi filozófiánk az, hogy szakítsunk a receptre felírt oktatás paradigmájával, ahol a kezdet előre meghatározza az eredményt. Mi csak annyi ideig vagyunk jelen, amennyire a résztvevőknek feltétlenül szüksége van ránk ahhoz, hogy a saját kezükbe vegyék a dolgokat. Ez néha lehet mindössze egy programnap. Csak akkor ragaszkodunk a szervezett foglalkozásokhoz, ha az adott pillanatban ez a résztvevők igényeit szolgálja.

Másodszorban készítünk egy csoportszintű megállapodást az alapszabályokról, ami egy magatartási kódex. Ez meghatároz egy játékkeret, amin belül a nyílt kommunikáció a gyakorlat; ahol a résztvevők megosztják az élményeiket és egyes szám első személyben beszélnek a tapasztalataikról, anélkül, hogy feltételezéseket gyártanának arról, hogy egy adott pillanatban mások min mennek keresztül és ahol tiszteletben tartják az olyan alapvető emberi szükségleteket mint biztonság, változatosság és kapcsolat.

Harmadrészt definiáljuk a szerepünket, mint erőforrások, készen arra, hogy kísérjük a résztvevőket a kérdéseikre adott válaszokkal és alkalmazva a megerősítés egyszerű elvét. Azaz, támogatjuk a résztvevőt a problémái megoldásában, de anélkül, hogy egy “jó” vagy “helyes” megoldást javasolnánk, így a teljesítmény és a siker a résztvevőé marad.

A módszerünk fókusza ettől a ponttól kezdődően az, hogy válaszolunk a résztvevők kérdéseire és cselekedeteire. A projekt első óráiban ellenőrizzük és nyomon követjük mindegyik résztvevő szándékait és céljait olyan szinten, amit szükségesnek ítélnünk. A tréner és asszisztensek csapata elérhető szakmai műhelyek vezetésére, előadásokra vagy személyes konzultációkra, bármilyen témában, ami a non-profit média készítéshez kapcsolódik, kezdve a forgatókönyvírástól a kamerakezelésig, a konfliktus kezeléstől a személyes coachingig.

A módszerünk kezdetektől fogva a részvételen alapszik, és olyan tréningeket eredményezett, mint például az, ahol 11 teljes média produkciót készített el mindössze 24 résztvevő 7 nap alatt, a többségük bármilyen előzetes tapasztalat nélkül. A Birth of Image a különböző formátumú alkotások széles skáláját eredményezte, a dokumentumfilmtől a kísérleti alkotásokig és élő TV showkig, összesen körülbelül 70 filmet, amit több mint 250 olyan fiatal alkotott, akik teljes mértékben felelősséget vállaltak az eredményért.



negyedik fejezet

az eredmény

Képek Rólam, Képek Rólad

Hogyan fejlődtem fotózáson keresztül

Donalda Sinkute

Élek – Látok – Létezem. A képek az életemre néző ablakok. Lehet hogy hazudnak, egy jobb vagy rosszabb verzióját mutatják az életnek, ami zajlik, de annak a képnek a ténye, amit alkottál egyértelmű – nem tudod megváltoztatni, amit bekereteztél. A kíválság az, hogy megragadd ezt aényt olyan igazán ahogy csak tudod. Ezen a szinten vagyok most én. És fejlődöm. Most már azt akarom, hogy a képeim valódiak legyenek.

Rengeteg elmélet, könyv és milliónyi bejegyzés van az interneten arról, hogyan fejleszd magad képek készítésében. Én egy egyszerű igazságban hiszek: érzened kell az erejét annak a felvételnek amit el akarsz készíteni. Gyakran nehéz beletenni a fényképbe azt a képet amit én látok, és ezáltal megmutatni azt, amit szeretném hogy mások lássanak. Mégis imádom a pillanatot, amikor az agyam elkapja a képet! Még akkor is, ha a menő technika és a tudás hiánya nem is emeli a munkám, csodálom azt a ferde képet, amit én csináltam.

Szerintem a technika hatalma manapság azt jelenti, hogy számtalan lehetőséged van saját életed vizuális narrátorának lenned – amikor a képek által “írsz”. Alkosd meg a képeidet, hogy elmondják azokat a szavakat, amiket nem találsz.

Gondoljunk csak a Facebookra. Valakinek nincs egyetlen fotója se a profilján? Mit gondolnál róla? Vagy mi a helyzet a kommentekkel és a feltöltött linkekkel? Ezek vajon megbízható információt nyújtanak az illetőről? Aztán feltűnik az első kép erről a személyről. Még akkor is, ha ez csak egy random felvétel, olyan erővel bír, hogy elhitegeti veled, a másik több mint egy üres profil. Még az sem számít, hogy a fotó igazi vagy hamis, vagy egyáltalán a képe valakinek. A képek elhitegetik veled amit látsz.

Mindez hogyan fejleszt engem? Mindig keresem azokat az érdekes beállításokat, amik segíteni fognak visszaemlékezni egy pillanatra, visszahozzák az érzést, az ízt vagy az illatot. Az utazásaimat fényképes napló formájában dokumentálom. Nem olvasom annyit a bejegyzéseimet, mint amennyit a képeimet nézem. Összefoglalva, a fényképezés által egyre konkrétabb leszek. Ezen kívül segít abban, hogy érdekesebbnek, viccesebbnek, punkabbnak, időnként örültebbnek, mesésebbnek érezzem magam; és segít, hogy másokat is inspiráljak...

Ettől élek!

„Bekábelezve”

Gregory Painter

A tréning előtt nagyon kevés médiával kapcsolatos tapasztalatom volt. Az első élményeimet a Tarzan Online Tréningen keresztül szereztem, melyet a Birth of Image oktatóinak csapata szervezett, ahol lehetőségem volt rá, hogy a kitoljam képességeim néhány személyes határát. Ki akartam próbálni mindent, amit csak lehet, és mindezek felett valódi lehetőségem volt videók, kommentek és feladatok révén tanulni.

Az első kihívás akkor következett, amikor elmentem Hollandiába, ahol öt országból származó emberek nemzetközi csapata vett körül, akik mind azzal a céllal érkeztek, hogy médiát alkossanak. Szembe kellett néznem néhány váratlan kihívással: kamerán keresztüli kommunikáció, tánc, tanulni a testemről és az érzékelésemről, csakúgy mint másokról. Ez ráébresztett arra, hogy a médiakészítés nem önálló munka. Ezt észben tartva láttunk hozzá a projektekhez, kezdetben apróbbakhoz, amik aztán nagyobb alkotásokhoz vezettek.

A tréning második felében úgy kezeltek minket, mint egy kis céget. Létre kellett hoznunk egy elképzelést és egy ötletet, majd producerek egy csoportjának kellett ezt elővezetnünk. Én valami nagy projektet szerettem volna létrehozni, mint egy film vagy TV műsor.

Javaslatok és visszajelzések sorozatán keresztül, illetve forgatókönyvek és story boardok megírásával tökéletesítettük az ötletünket – egy TV műsort. Igyekeztünk a lehető legprofibbra csinálni. Használtunk világítást és annyi kamerát, amennyire csak rá tudtuk tenni a kezünket, betanítottunk néhány színészt, hogy beüljenek mint közönség a stúdióban. Szintén „alkalmaztunk” hangtechnikusokat és operatőröket. Igyekeztünk mindent megszerezni, amit csak tudtunk. Szerettem volna megalkotni egy új valóságot, még ha megrendezett is.

Zárt ajtók mögött építettük a mi TV műsorunk valóságát, míg a többi résztvevő nem is tudta mit művelünk. A legijeszőbb dolog a főszereplő színész volt – én. Radikálisan át kellett alakítanom magam. Egy hangos és szókimondó személy lettem, aki nem fél attól, hogy belemosolyogjon a kamerába vagy hasson rá. Ez teljes ellentéte volt a szokásos énemnek, aki normál esetben elkerülte volna, hogy kamera elé kerüljön és aki túlzottan félénk ahhoz, hogy közönség előtt beszéljen.

A tréninget követően elhatároztam, hogy folytatom az ötletem fejlesztését, hogy ezáltal még több tapasztalatot szerezzek. Csináltam egy kis franchise-t a műsornak – volt rajongói oldala, heti egy epizóddal. Nagy móka volt elkészíteni. Úgy gondolom, hogy remek eszköz volt a fejlődésre. Segített megtanulnom, hogy mit szeretne a közönség, mi az ami működik mint kamera beállítás és mi nem, és lehetőséget adott arra, hogy kipróbáljak az új ötleteket.

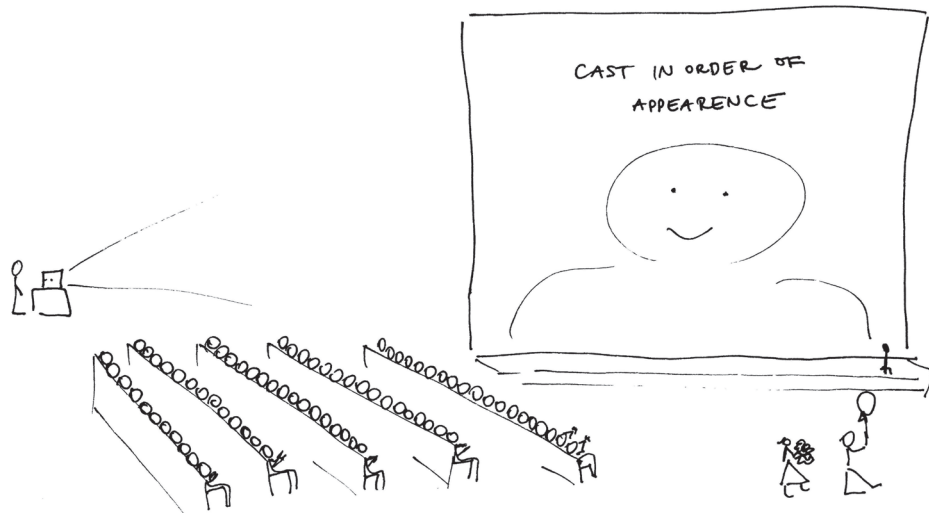
Egy napon szeretnék létrehozni még ennél is nagyobb társaságot egy filmhez, vagy egy bonyolultabb TV műsorhoz és másnak is segíteni abban, hogy ilyen lehetőséghez jusson.

Új perspektívák

Sólyom Krisztián. 18 éves vagyok. Győrbe járok gimnáziumba, ez az utolsó évem.

Egy kedves ismerősöm által kerültem kapcsolatba az Egyesekkel, aki ekkor már részt vett pár képzésen. Egy kihagyhatatlan lehetőséget tárt fel előttem: ez volt a Birth of Image. A Görögországban töltött 10 nap alatt 2010 májusában többet tanultam magamról és a világról, mint egész addigi életem során. Megtanultam a dolgokat új nézőpontba helyezni, ami igazán hasznos dolog, főleg nehezebb időkben. Ezután 2010 decemberében lehetőséget kaptam, hogy részt vegyek egy belgiumi konferencián, melynek címe: Young People And Mobility - a Luxury?

A Birth of Image egy 18 hónapos projekt, ebben még mindig részt veszek. A projekt a vizuális médiával foglalkozik. A képzések során fejlődik a vizuális kifejezőképességünk, megtanuljuk az alkotás fontosságát, melyek a projekt céljai is. Rengeteg fiatal ismerte és szerette meg a vizuális kifejezés formáit a projekten keresztül. Én a rövidfilmek készítését szerettem meg legjobban, ezt saját környezetemben, barátain körében is népszerűsíttem, folytatom. A csapatmunkát volt alkalmam gyakorolni, fejleszteni a képzések során, így ezzel nincs probléma. 2010. május előtt fogalmam sem volt a vizuális médiáról. Mostanra rengeteget tanultam erről a témáról, melyek felhasználása az alkotás folyamata során nagyon izgalmas területeket nyit meg. Mint befogadó is könnyebben megérttem a filmek, képek mondanivalóját, ami szintén nagy élményt nyújt. A projekttel kapcsolatos információk, hírek megtekinthetők a www.birthofimage.com oldalon.



ötödik fejezet | függelékek

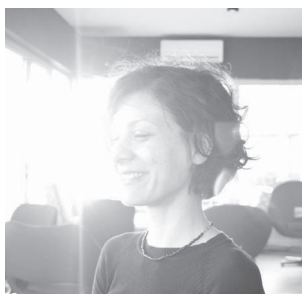
bijlage a | Over de Auteurs



Ambrózy Miki a Global Soma Youth Association alapítója. Szenvedélyes dokumentarista, tanult nyelvtanár és szociológus. A Global Soma Youth Association alapítója. Jelenleg Görögországban, Teszalonikiben él.



Andrew Chanis Görögországban, Teszalonikiben tanult zenét és ütős hangszereken játszani. Gyakorló filmkészítő és művész. Jelenleg Hollandiában él és médiatrénernként dolgozik az ifjúsági munk területén.



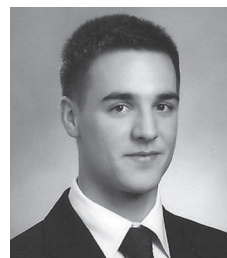
Dubravka Obradović a Vega Youth Centre elnöke, Belgrádból, Szerbiából. A nonprofit szervezet médiaműveltség oktatására és új média ifjúsági gyártására specializálódott. Dubravka szenvedélyesen szeret új embereket megismerni, hogy lássa hogyan látják mások a világot és magukat.



Gregory Painter az Egyesült Királyságból származik. Jelenleg Cantiere Giovanniban önkéntes, Olaszországban. Nemrégiben határozta el, hogy elindítja saját média csoportját Media4Evey1 (MédiaMindenkinek) névvel, azért, hogy kíváncsiságát kielégítse média ifjúsági cserék szervezésével Angliában.



Donalda Sinlitvkute önkéntes ifjúsági munkás és média oktató Litvániából. Workshopokat tart az ország különböző részeiből jövő fiataloknak.



Solyom Krisztián magyar. Most fejezte be a középiskolát, rövid filmeket készít és oszt meg barátaival. 201 májusában részt vett egy Birth of Image média ifjúsági cserén.



Kriszta Zsiday európai ifjúsági tréningeken aktív tréner, média területén mester diplomás és 10 éves munkatapasztalattal rendelkezik. Odaadóan dolgozik hátrányos helyzetű fiatalokkal. Jelenleg mozgáskifejezés terapeutának képzi magát.

Együttműködő partnerek

YMCA Parthenope Onlus (IT)

A YMCA Parthenope ONLUS egy non-profit, nem kormányzati, szabad és önálló szervezet. Küldetésünk, hogy fejlesszük az emberek tudatát, testét és lelkét, és ezáltal létrehozzunk egy olyan világot, ami mindenki számára elérhető a szeretet, gondoskodás és együttműködés révén. Céljainkat helyi és nemzetközi projektek létrehozásával és ezekben való részvétellel igyekszünk elérni, mint például szemináriumok, csereprogramok, tréningek, alkotótáborok, kutatások és kreatív kezdeményezések.

HONLAP: www.ymcaparthenope.com

TELEFON: +39 340 7821363

EMAIL: info@ymcaparthenope.com

Egyesek Youth Association (HU)

Tevékenységünk fókuszában a fiatalok és ifjúsági munkát végző szakemberek informális személyes fejlesztése áll, magyar és nemzetközi környezetben egyaránt. Ifjúsági cseréket, önkéntes projekteket, ifjúsági vezetőknek és kortárs segítőknak szóló tréningeket, nyári táborokat és iskolai közösségi programokat szervezünk. Speciális területeink a média, coaching, tánc és a különböző háttérrel rendelkező fiatalokból álló, integrált csoportokkal való munka.

HONLAP: www.egyesek.hu

TELEFON: +3613210495

EMAIL: info@egyesek.hu, egyesek@gmail.com

VIDEÓ CSATORNA vagy más SZOCIÁLIS MÉDIA: <http://www.facebook.com/egyesek>

Kriszta Zsiday

Média és kifejezés tréner, ifjúsági munkás

<http://trainers.salto-youth.net/ZsidayKriszta>

+36302319819

zsidaykriszta@gmail.com

Skype: [strella314](#)

Olde Vechte Foundation – YMCA Nederland

HONLAP: www.oldevechte.nl / www.ymca.nl

TELEFON: 0031 529 451 963

EMAIL: oldevechte@hotmail.com

Marco Vlaming

Vezető tréner és szervező

www.oldevechte.nl

oldevechte@hotmail.com

0031 529 451 963

Zeesserweg 12, 7731 BG

Ommen, The Netherlands

Global Soma Youth Association (GR)

A GLOBAL SOMA egy non-profit szervezet, fő tevékenysége az AUDIOVIZUÁLIS és IFJÚSÁGI tréningek. Programokat szervezünk, hogy teret adjunk a fiataloknak. A Global Soma egy kreatív szociális színtér. Ez a tér sok egyéb között lehet szeminárium, kutatás, tréning, rendezvény, oktató programok és műhelyek.

HONLAP: www.globalsoma.com

TELEFON: + 30 2311 200996 / +30 6907532925

EMAIL: global.soma@gmail.com

www.vimeo.com/globalsoma

<http://www.vimeo.com/birhofimage/>

<http://www.facebook.com/pages/Global-Soma-NGO/194982857506>

Miki Ambrozy

Εκπαιδευτής στα media & κινηματογραφιστής, εργαζόμενος με νέους
www.vimeo.com/ambrozymiki

www.vimeo.com/globalsoma

+306948734397

miki.ambrozy@gmail.com

Skype: [ambrozy.miki](#)

Sofia Moudiou

Média oktató, tréner

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

Radvila (LT)

Radvila egy olyan nem kormányzati szervezet, amely önkéntes alapon összehozza az evangélikus református ifjúságot és azokat az embereket, akik aktívan részt vesznek az ifjúság tevékenységeiben. A Radvila legfőbb céljai, hogy inspirálja a fiatalokat az evangélikus szellemben való növekedésre, bátorítsa morális, kulturális és fizikai fejlődésüket és hogy egyesítse az evangélikus református egyházhoz tartozó ifjúságot Litvániában. A Radvila céljai elérése érdekében szervezője nyári táboroknak gyerekek, fiatalok és fiatal családok számára, illetve a gyerekeknek vasárnapi iskolát, szemináriumokat, konferenciákat, előadásokat; szabadtéri programokat szervez és tevékenyen részt vesz zenei, szociális és jótékonyági projekteken.

HONLAP: www.radvila.lt
TELEFON: +370 654 04407
EMAIL: radvila@ref.lt

Donalda Sinkutė

Ifjúsági vezető
+370 654 04407
sinkute@yahoo.com

COFA (LT)

A COFA fiatalok egy olyan csoportja, akiknek közös céljai, hogy lehetőségeket teremtsenek más fiatalok számára, hogy tevékenyen részt vehessenek helyi és nemzetközi tanulmányi programokban, elősegítsék az informális oktatást és létrehozzanak egy olyan helyet, ahol a fiatalok kifejezhetik ötleteiket.

Helyi programokat szervezünk, mint például audiovizuális média műhelyek, találkozók és beszélgető csoportok. Részt veszünk nemzetközi projekteken is és hirdetjük őket az ifjúság körében Litvániában.

HONLAP: www.cofa.lt
TELEFON: +370 618 34435
EMAIL: cofa@hotmail.lt
VIDEÓ CSATORNA vagy más SZOCIÁLIS MÉDIA: <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)

HONLAP: www.vega.org.rs
EMAIL: vegayc@gmail.com
VIDEÓ CSATORNA vagy más SZOCIÁLIS MÉDIA: <http://www.youtube.com/user/vegayc>

Dubravka Obradovic

Média oktató és tréner

dubravka.obradovic@gmail.com

Online történetek | Sharing is Caring

Lentebb két Birth of Image produkció linkje látható, melyek véleményünk szerint, tiszta képet adnak a módszertanról. Azért választottuk ezeket, mert ezek az alkotások jól mutatják a résztvevők reakcióit a média alkotás folyamat-alapú megközelítésére és azt, hogy ezen folyamaton keresztül önismeretük, hogyan fejlődik.

Azt kapod, amit adsz | Rövid dokumentumfilm

Időtartam: 00:05:17

Formátum: HD

Rendező: Andrew Channis

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

Tamás és Stefania megfigyelő története. Ők a görögországi Birth of Image tréningen vettek részt (2010 május). A dokumentumfilmben beszélnek érzéseikről, felismeréseikről és a tréning alatt szerzett személyes élményeikről.

The Geki Show

Időtartam: 00:04:46

Formátum: HDV

Ötlet: Gregory Painter

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

Facebookon: <http://www.facebook.com/pages/Geki-Show/154941661229222>

Geki-Show/154941661229222

Gregory, holland Birth of Image tréningen volt résztvevő (2011 február), vlog stílusú története. A Gregory beszél élményeiről és felismeréseiről, melyek a TV show alkotása közben születtek. A videóban láthatók az élő show jelenetei is.

Online Források

Birth of Image Website

Mik a média műveltség alapjai és miért kellene a formális és informális oktatásba egyarátn bevonni? Hogyan használjunk digitális kamerát és a Video Zsurnalizmus alapjai. Közösségi média és digitális műveltség-gyűjtemény.

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 Csatorna

Videók, melyek fiatalokkal fiataloknak készültek a project során, helyi és nemzetközi szinten. A videók témáinak sokszínűsége a bevándorlástól és társadalmi igazságosságtól kezdve, a természet és szórakozás témáján keresztül a helyi újságírásig és a tiszta önkifejezésig terjed.

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

Videók médiaműveltséghez és oktatáshoz

Egy csatorna non profit oktató videók számára, melyek kihívást és kiszélesítést jelentenek a hagyományos médiaműveltség koncepciója számára. A fő vezérelvek (a) A médiaműveltség létfontosságú a világ megértéséhez, és (b) Mindenkinek van megosztani való története.

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

Európa Tanács – EYF

Az Európai Ifjúsági Alapítvány (European Youth Foundation - EYF) egy olyan szervezet, amelyet az Európa Tanács azért hívott életre 1972-ben, hogy pénzügyi támogatást biztosítson európai ifjúsági programokhoz.

Célja, hogy bátorítsa az együttműködést az európai fiatalok között azáltal, hogy anyagi támogatást nyújt olyan európai ifjúsági programokhoz, amelyek a béke, megértés és kooperáció előmozdítását szolgálják, és szellemiségükben tiszteletben tartják az Európa Tanács alapvető értékeit: az emberi jogokat, a demokráciát, a toleranciát és a szolidaritást.

Az EYF “B kategória” támogatja az ifjúsági kérdésekkel kapcsolatos információs anyagok és dokumentációk létrehozását, mint például nemzetközi ifjúsági szervezetek és hálózatok által készített tréning útmutatók, audiovizuális anyagok vagy képes újságok készítését.

Ez a kiadvány a “B kategória” támogatásában valósult meg, mint a Global Soma Youth Association (Thessaloniki) projektje, az Olde Vechte Foundation (Ommen), a Radvila Reformed Youth Fellowship – Creative Opportunities for All (Vilnius), az Egyesek Ifjúsági Egyesület (Budapest), a YMCA Parthenope Onlus (Naples) és a Vega Youth Center (Belgrade) együttműködésével.

A kiadvány célja, hogy bemutassa a Birth of Image projekt által bevezetett módszertant, amely a médiát mint eszközt használja az ifjúsági munkában.

Youth in Action (Fiatalok Lendületben)

Az Európai Közösség 4.4-es alprogramja

Oktatási és Kulturális Általános Igazgatóság

Az Európai Közösség elindított egy felhívást a következő címmel: Projektek a kreativitás és innováció bátorítására az ifjúsági szektorban – média műveltség 2009-ben.

A Birth of Image projektet a YMCA Netherlands partner szervezete, az Olde Vechte Foundation (Ommen) nyújtotta be, a Global Soma Youth Association (Thessaloniki), a Radvila Reformed Youth Fellowship – Creative Opportunities for All (Vilnius), az Egyesek Ifjúsági Egyesület (Budapest), és a YMCA Parthenope Onlus (Naples) szervezetekkel együttműködve. A Vega Youth Center (Belgrade) társfinanszírozással csatlakozott az együttműködéshez.

A Birth of Image fókusza, hogy a média műveltséget eszközként használja, így erősítve a kreativitásra való képességet a fiatalokban, hogy megtanuljanak innovatív és eredeti megoldásokat találni privát, szakmai és közösségi életükben.

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

