

PRETĪ ILGTSPĒJĪGĀM UN KLIMAT GUDRĀM KOPIENĀM CAUR MĀKSLU UN SOCIĀLO UZŅĒMĒJDARBĪBU



COMMUNITY CHALLENGERS

CHALLENGERS ROKASGRĀMATA



INTELEKTUĀLAIS REZULTĀTS 3

KOPIENAS KARTĒŠANAS ROKASGRĀMATA IR TREŠAIS INTELEKTUĀLAIS REZULTĀTS PROJEKTĀ "COMMUNITY CHALLENGERS", KO FINANSĒ EIROPAS SAVIENĪBAS PROGRAMMA "ERASMUS+".

ŠĪS ROKASGRĀMATAS PIRMAJĀ DAĻĀ IR APLŪKOTI ČETRI MĀKSLINIECISKI IZAICINĀJUMI: VIZUĀLĀ MĀKSLA, PERFORMANCE, FILMA UN DZIESMA. OTRĀJĀ DAĻĀ IR APRAKSTĪTI UZŅĒMĒJDARBĪBAS IZAICINĀJUMI.

ROKASGRĀMATA IR PIEEJAMA PDF UN TIEŠSAISTES VERSIJĀ AR INTERAKTĪVĀM FUNKCIJĀM, KURĀS LIETOTĀJI VAR ATSTĀT KOMENTĀRUS UN ATSAUKSMES.

ROKASGRĀMATA IR PIEEJAMA SEŠĀS VALODĀS: ANĢĻU, ITĀĻU, PORTUGĀĻU, SERBU, HORVĀTU, UN LATVIEŠU.

© PUBLICĒTS 12/2022



SATURA RĀDĪTĀJS

	Ievads	01
	Pirmā daļa: MĀKSLAS IZAICINĀJUMI	04
1.	KINO	05
1.1	Satura definēšana	07
1.2	Radišana	09
1.2.1	TikTok videoklipi	10
1.2.2	Instagram Reals un IG- TV	11
1.2.3	YouTube	12
1.3	Nodarbības pirmā diena	16
1.4	Nodarbības otrā diena	18
1.5	Izvērtēšanas jautājumi	
2.	VIZUĀLĀ MĀKSLA	20
2.1	Satura definēšana	20
2.2	Nodarbības sagatavošana	22
2.3	Nodarbības pirmā diena	23
2.4	Nodarbības otrā diena	27
2.5	Izvērtēšanas jautājumi	28
2.6	Alternatīvs variants	29
2.7	Reklamēšana	30
2.8	Padomi un ieteikumi	31
3.	PERFORMANCE	35
3.1	Satura definēšana	37
3.2	Producēšana	39
3.3	Nodarbības pirmā diena	42
3.4	Nodarbības otrā diena	44
3.5	Izvērtēšanas jautājumi	45
3.6	Reklamēšana	46
3.7	Padomi un ieteikumi	48



4.	DZIESMAS UN MŪZIKA	50
4.1	Satura definēšana	52
4.2	Dziesmu producēšana	53
4.2.1	Ideju radīšanas process	54
4.2.2	Tekstu rakstīšana	57
4.2.3	Mūzikas komponēšana	58
4.2.4	Dziesmu ierakstīšana	59
4.3	Videoklipu veidošana	62
4.4	Izvērtēšanas jautājumi	64

Otrā daļa: UZŅĒMĒJDARBĪBAS IZAICINĀJUMS **65**

5.1	Kas ir hakatons?	66
5.2	Pasākuma struktūra un sagatavošana	67
5.3	Treneris/moderators	68
5.4	Mentori	68
5.5	Pasākuma struktūra	69
5.6	Nodarbības	74
5.6.1	Sākums: Notikuma vietas izveide	75
5.6.2	Pirmā nodarbība: ideju ģenerēšanas spēle	76
5.6.3	1. nodarbība: izpēte un problēmas definēšana	77
5.6.4	2. nodarbība: prototipu veidošana	79
5.6.5	2. A nodarbība: vērtības priekšlikums	80
5.6.6	2.B nodarbība: klientu segments/persona	81
5.6.7	Trešā nodarbība: biznesa modeļi un finanses	82
5.6.8	Ceturtnā nodarbība: pitch jeb īsprezentācija	84
5.6.9	Piektā nodarbība: nākamie soļi - finansējuma avoti	85
5.7	Izvērtēšanas jautājumi	86
5.8	Resursi	87

Trešā daļa: PIEREDZES APMAIŅA

IEVADS

PAR PROJEKTU

“Community Challengers” projekta mērķis ir piedāvāt jauniešiem rīkus, kas ļautu viņiem domāt par rīcību klimata jomā un aktivizēt savas kopienas, izmantojot inovatīvas un pievilcīgas metodes. Projektu attīstīja septiņas partnerorganizācijas no Beļģijas, Horvātijas, Vācijas, Itālijas, Latvijas, Portugāles un Serbijas. Šajā organizāciju apvienībā darbojas eksperti vides izglītībā, jaunatnes jomā, mākslā, interešu aizstāvībā un uzņēmējdarbībā. Projekta ilgums ir divi gadi (01/2021-12/2022), to finansē Eiropas Komisijas Erasmus+ jaunatnes programma.

Projekta pamatā ir modelis, kas iekļauj izglītību, mākslu un sociālo uzņēmējdarbību. Tas paredz dalībnieku gan intelektuālo, gan emocionālo pilnveidi. Šis mācīšanās modelis sastāv no četriem elementiem: mācīšanās, analīze, radošums un interešu aizstāvība. Tas palīdz jauniešiem mācīties par klimata pārmaiņām, analizēt savu kopienu no ilgtspējības skatpunkta, radīt savu nākotnes vīziju, izmantojot uzņēmējdarbības instrumentus, kā arī iestāties par vēlamajām pārmaiņām. Katrs minētais elements atbilst četriem intelektuālajiem rezultātiem - zināšanas par galvenajiem vides jomas faktiem un datiem jauniešiem draudzīgā valodā, kas pieejamas dažādos formātos: kartēšanas rokasgrāmata, instrukcijas un idejas mākslas radīšanai un video pamācības.

1. Mācīšanās – Klimata rīcības un ilgtspējības rokasgrāmata (IR1)
2. Analīze – Kopienas kartēšanas rokasgrāmata (IR2)
3. Radošums – Community Challengers ceļvedis (IR3)
4. Interešu aizstāvība – video pamācības (IR4).

Šos rezultātus izstrādāja un pārbaudīja visi projekta partneri. Uzrunātie jaunieši un jaunatnes darbinieki (projekta galvenā mērķa grupa) piedalījās testēšanā, apmeklēja mācības un sniedza savas atsauksmes, lai rezultāti tiktu precizēti un apstiprināti.

PAR CHALLENGERS ROKASGRĀMATU

Challengers rokasgrāmata ir projekta trešais intelektuālais rezultāts un iepriekš aprakstītā četru soļu modeļa trešais solis - radošums. Šīs rokasgrāmatas mērķis ir apvienot dažādus darbnīcu formātus, kas tālāk tiks dēvēti par izaicinājumiem.

Pirmā daļa ir vērsta uz mākslas izaicinājumiem kino, vizuālās mākslas, performances, izrādes un dziesmas formātos. Katrā izaicinājumā ir aprakstītas divu dienu nodarbības un iespējamie izvērtēšanas jautājumi.

Projekta partneri vienojās rīkot vismaz divus no šiem izaicinājumiem. Testēti tika visi izaicinājumi, bet katrs partneris pats izlēma, kurus izaicinājumus izvēlēties. Šī izvēle tika veikta, ņemot vērā jauniešu vietējās un kopienas vajadzības. Visos uzdevumos jaunieši radīja savus mākslas darbus, kuros mājās atspoguļot ar klimatu saistītās tēmas, izaicinājumus un risinājumus. Dalībnieki mājās arī izteikt savu viedokli par sabiedrību un vides jautājumiem.

Otrajā daļā tiek aprakstīti uzņēmējdarbības izaicinājumi, kas apvieno hakatonu formātu ar tādām tēmām kā klimata pārmaiņas, ekoloģija, ilgtspējība un vide. Šo piecu dienu izaicinājumu veica visi projekta partneri pēc starptautiskas jauniešu apmaiņas Belgradā, Serbijā, kur tika izstrādāti pamati tālākam darbam.

GAIDĀMAIS IZNĀKUMS

Jaunatnes darbinieki šo rokasgrāmatu var izmantot, lai sagatavotu izaicinājumus un atbalstītu jauniešus klātienes mākslinieciskajā un tiešsaistes uzņēmējdarbības procesā. Lai uzrunātu plašāku sabiedrību un iedzīvotājus, radītie mākslas darbi un uzņēmējdarbības risinājumi var tikt izplatīti starptautiskā līmenī. Šajā procesā radusies viedokļu apmaiņa un diskusijas atspoguļos jauniešu un iedzīvotāju perspektīvas un bažas, kā arī ietvers viņu redzējumu un iespējamus risinājumus ideju, projektu, sociālo uzņēmumu un citu darbību veidā. Tajā aicināti piedalīties arī citi kopienas pārstāvji un vietējā pašvaldība.

Tulkojums, kas pieejams sešās valodās, radīts, lai uzrunātu ikvienu jaunatnes darbinieku vai pasniedzēju izmantot šo rokasgrāmatu, lai kopā ar jauniešiem radītu mākslu un uzņēmējdarbības izaicinājumus, palīdzētu viņiem atspoguļot savu izpratni par klimata pārmaiņu jautājumiem un aktīvi iesaistīties izpratnes veidošanā, informācijas izplatīšanā un risinājumu meklēšanā.

PIRMĀ DAĻA: MĀKSLAS IZAICINĀJŪMI

Mākslas potenciāls un mākslas ietekme uz veselību, labklājību un mācīšanos ir ļoti plaša. Mēs varētu radīt vietas, kas veicina izpratni, inovācijas un jaunradi, kā arī izmantot mākslu un dabu, lai paātrinātu dziedēšanas procesu. Jebkuru mākslas veidu var izmantot, lai mazinātu stresu vai sāpes un uzlabotu zināšanas. Māksla maina mūsu domāšanu, un tā var padarīt mūs laimīgākus, veselīgākus un gudrākus. To var izmantot arī kā rīku, lai iemācītos risināt sarežģītas problēmas. Smadzenēm nāk par labu viss, kas rosina radošu domāšanu – spēju sasaistīt savstarpēji nesaistītas lietas un radīt jaunus saziņas veidus. Smadzenes izmanto informāciju, lai prognozētu, ko mēs varētu darīt tālāk, lai izdzīvotu un attīstītos, tāpēc mākslas radīšana ir līdzvērtīga ikdienas lēmumu pieņemšanai.

1. KINO

Brāļi Lumjēri 1880. gadā pirmo reizi iepazīstināja sabiedrību ar filmu un video. Paaudze, kas pieredzēja šo mediju pirmsākumu, varēja vērot, kā kino pārtapa par masu izklaides industriju. Filma kā mākslas veids ir balstījies uz vairākām senākām tradīcijām stāstniecības, literatūras, teātra un vizuālās mākslas jomās. Šo mākslas veidu noteikti var izmantot nodarbības gala rezultāta izgatavošanai. Filmu izplatīšanu un patēriņu ietekmēja jaunie plašsaziņas līdzekļi, tostarp televīzija (kas kļuva populāra 20. gadsimta 50. gados), mājas video (populāri kopš 80. gadiem) un internets (populārs kopš 90. gadiem). Filmu ražošana parasti pielāgoja saturu, lai tas atbilstu jaunajiem medijiem un būtu aktuāls. Lai kinoteātru seansi būtu aizraujošāki, 50. gados sāka izmantot jaunākas tehnoloģijas, piemēram, platekrāna, 3D un 4D filmas.

Lai gan video ir daļa no filmas radīšanas procesa, tā ir arī atsevišķa nozare. Tas ir elektronisks medijs jebkura veida kustīgu vizuālo datu ierakstīšanai, kopēšanai, atskaņošanai, raidīšanai un demonstrēšanai. Video tehnoloģija sākotnēji tika izstrādāta mehāniskajām televīzijas sistēmām. Vēlāk digitālā video tehnoloģija nodrošināja augstāku kvalitāti un galu galā bija daudz lētāka nekā agrīnā analogā tehnoloģija. Datortehnoloģiju attīstība ļāva pat ar lētu datortehniku un viedtālruniem uzņemt, saglabāt, rediģēt un pārraidīt digitālos videoklipus. Šī pāreja nozīmēja milzīgu video ražošanas izmaksu samazinājumu un ļāva programmu veidotājiem un televīzijām pāriet uz ražošanu bez filmu lentēm.

Video kontekstā ir vēl viena nozare, kas šai nodarbībai ir īpaši nozīmīga, un tā ir videomāksla. Videomāksla ir mākslas veids, kas balstās uz video tehnoloģiju kā vizuāla un audio medija izmantošanu. Videomāksla radās 20. gadsimta 60. gadu beigās, kad ārpus televīzijas apraides kļuva pieejamas jaunas plaša patēriņa video tehnoloģijas, piemēram, videomagnetofoni. Videomāksla var izpausties dažādos veidos: ieraksti, kas tiek pārraidīti; instalācijas, kas skatāmas galerijās vai muzejos; darbi, kas tiek pārraidīti tiešsaistē; darbi, kas tiek izplatīti videokasetēs vai DVD; un performances, kurās var izmantot vienu vai vairākus televizorus, videomonitorus un projekcijas, demonstrējot tiešraides vai ierakstītos attēlus un skaņas. Viena no galvenajām atšķirībām starp videomākslu un teātra kino ir tāda, ka videomāksla ne vienmēr balstās uz teātra kino principiem. Piemēram, videomākslā var neizmantot aktierus, dialogus, var nebūt stāsta vai sižeta. Videomāksla var arī neievērot citus principus, kas parasti definē kinofilmas kā izklaidi. Videomāksla atšķiras arī no tādām kino apakškategoriām kā avangarda kino, īsfilmas vai eksperimentālās filmas.

1.1 SATURA DEFINĒŠANA

Projekta "Community Challengers" ietvaros jūs īstenošiet divu dienu videodarbnīcu, kurā galvenā uzmanība tiks pievērsta klimata pārmaiņām. Šajā nodarbība ir ļoti svarīgi atcerēties, ka video tiek izmantots tikai kā rīks, bet galvenais mērķis ir radīt saturu par klimata pārmaiņām.

Ņemot vērā, ka šī ir videonodarbība, ir nepieciešamas divas dienas, lai īsi iepazīstinātu grupu ar:

- to, kas ir video;
- padomiem par filmēšanu (kā veidot kadrējumu, kādi ir labi un slikti apgaismojumi);
- to, kas ir video māksla;
- vienkāršām metodēm video satura veidošanai (mobilie tālruņi vai kameras, mobilās telefonu lietotnes rediģēšanai vai Premiere Pro programma);
- video kā izpratnes veicināšanas rīku.

Ar viedtālruņiem tagad ir daudz vieglāk veidot video un foto saturu. No vienas puses, tas ir padarījis cilvēkus slinkākus attiecībā uz fotografēšanu un video uzņemšanu, jo mūsu tālruņi paši veic ekspozīcijas, ISO (gaismas jūtības) u.c. mērījumus. No otras puses, tas ir padarījis šo tehnoloģiju pieejamu daudziem cilvēkiem, kuri līdz šim to nebija varējuši iepazīt. Tas ļauj mums vairāk pavadīt laiku ar jauniešiem, strādājot pie gala darba, nevis skaidrojot visas detaļas videogrāfijas detaļas, kas aizņemtū pārāk daudz laika.

Runājot par klimata pārmaiņām, visiem mūsu dalībniekiem būtu jāpievēršas vietējām problēmām un jākoncentrējas uz lietām, kas ietekmē viņu kopienas. Piemēram: Horvātija pārtiek no tūrisma, un tā noteikti ir sākusi izjust šīs nozares negatīvos aspektus. Tomēr tūrisms ir tikai viena no problēmām; mēs saskaramies arī ar to, ka mazās pilsētas un ciemati ar katru dienu kļūst mazāk apdzīvoti, bet lielās pilsētas kļūst pārpildītas. Endēmisko sugu izmiršana, mežu izciršana, slikta atkritumu apsaimniekošana un pārmērīga būvniecība bez pilsētplānošanas ir tikai dažas no svarīgākajām problēmām, ar kurām pašlaik saskaras horvātu jaunieši.

Klimata pārmaiņas ir ļoti reāla un nopietna problēma, kas atstāj milzīgu ietekmi uz cilvēkiem, no kuriem daudzi nemaz neapzinās, kas notiek. Koncentrējoties uz vietējām problēmām, mums ir jāpalīdz dalībniekiem saprast, ka tās ir reālas šī brīža problēmas, un to, ka rīkojoties mēs varam veikt pozitīvas pārmaiņas. Interesēties par to, kas notiek vietējā, nevis globālā mērogā, ir daudz prātīgāk, vismaz īstermiņā.

1.2 RADĪŠANA

Lai gan nodarbības galvenais uzdevums ir risināt klimata pārmaiņu jautājumus, jums jāņem vērā mūsdienu sociālo mediju kultūra. Grafiskais un vizuālais saturs ir kļuvis svarīgāks nekā jebkad agrāk. Īsi video TikTok un Instagram vietnēs maina jauniešu uztveri ātrāk, nekā lielākā daļa televīzijas pārraidīto dokumentālo filmu. Tādējādi mainās ne tikai cilvēka uztvere, bet arī videomākslas nozare kopumā. Tā kā šī nodarbība (un programma kopumā) ir paredzēta jauniešiem, darba radīšanā ir svarīgi izmantot internetu.

Ir daudz veidu, kā izmantot sociālo mediju platformas gan mākslinieciskajā izpētē, gan mākslinieciskajā izpausmē. Iesakām izmantot sociālos medijus grupas darba popularizēšanai. Ņemot vērā to, ka darba grupās būs jaunieši, viņi, visticamāk, ir pazīstami ar internetu, un mēs varam viņiem parādīt jaunus veidus, kā izmantot šo platformu.

Tomēr paturiet prātā, ka sociālie mediji un internets noteikti nebūs šīs nodarbības uzmanības centrā.

Šo nodarbības divu dienu laikā jūs izveidosiet videoklipu un izmantosiet sociālos tīklus, lai izplatītu informāciju par klimata pārmaiņām. Jāsaprot, kādas priekšrocības mums sniedz interneta laikmets, piemēram, datu un materiālu glabāšana bez laika ierobežojuma. Tāpat jāsaprot, kādus riskus tas var radīt.

Ieteicams, lai gala rezultāta videoklipi būtu īsi - no 15-30 sekundēm līdz 1 minūtei.

Turpinājumā atradīsiet īsu pārskatu par sociālo tīklu video vietnēm. Daži no veidiem, kā kombinēt jauniešu veidotos video un sociālos tīklus:

1.2.1 TIKTOK VIDEOKLIPI

TikTok ir platforma, kas sastāv no tendencēm jeb trendiem. Trendi ir videoklipu idejas, kas izplatās milzu ātrumā, un cilvēki kopē formātu (skaņu, tekstu, estētiku), lai izveidotu savu personalizētu video versiju. Šajos videoklipos bieži vien tiek izmantota vairāk humoristiska pieeja, tāpēc, runājot par nopietniem jautājumiem, piemēram, klimata pārmaiņām, mums ir jābūt uzmanīgiem, lai neradītu iespaidu, ka tas ir joks. Ļoti ieteicams iesaistīt dalībniekus visā izstrādes procesā un būt gataviem sniegt konstruktīvus padomus.

Ja nolemjat izmantot TikTok platformu, obligāti jāizmanto īsāki video formāti. Lai gan TikTok ļauj veidot līdz minūtei garus videoklipus, tā ir platforma, kurā visvairāk patērē īsi pasniegtu informāciju. Ja TikTokā vēlaties noturēt lietotāja uzmanību, prātīgāk ir koncentrēties uz īsiem un vienkāršiem videoklipiem ar skaidru vēstījumu. Tāpēc ieteicams koncentrēties uz 15-30 sekundēm garu saturu.

Šajos divos videoklipos ir parādīti veidi, kā izmantot TikTok, lai aplūkotu klimata pārmaiņu, ekoloģijas un ilgtspējas tēmas:

<https://www.youtube.com/watch?v=qIBFOx0ZiYk>

<https://www.today.com/video/tiktok-green-teens-help-lead-fight-against-climate-change-110862917582>

Lai uzzinātu vairāk kā izveidot TikTok saturu, varat aplūkot šo videoklipu:

<https://www.youtube.com/watch?v=azPVvVFZ3Aw>

1.2.2 INSTAGRAM REALS UN IG-TV

Instagram ir lietotne, kas galveno uzmanību vērš uz fotoattēliem, taču pēc nesenās TikTok masveida popularitātes viļņa ir ieviesta reels jeb video rullīšu iespēja. Tie būtībā ir TikTok videoklipi, kas publicēti Instagram platformā. Formāts, estētika un jēga ir tāda pati kā TikTok video.

Videoklipus, kas tiek publicēti vietnē TikTok, var pievienot arī Instagram reels, lai paplašinātu skatītāju loku.

Apmācība par reels veidošanu:

<https://www.youtube.com/watch?v=fvbqH2tb3Q0>

IG TV (Instagram TV) kā papildiespēja ļauj veidot garākus videoklipus, tāpēc tas ir labs veids, kā dalīties ar savu darbu, ja tas pārsniedz iepriekšējās iespējās atļauto vienas minūtes limitu. IG TV videoklipu izveides pamācība:

<https://www.youtube.com/watch?v=XcfFT7iIaGU>

1.2.3 YOUTUBE

Lai gan jaunākā paaudze dažkārt nenovērtē YouTube iespējas, tā noteikti ir spēcīgākā videoklipu izplatīšanas platforma. Ja dalībniekus neinteresē iepriekš minētās iespējas, alternatīva ir garāka formāta videoieraksts vietnē YouTube. Videoieraksta augšupielāde YouTube dod jauniešiem iespēju dalīties ar šo darbu citās platformās un iegūt plašāku atpazīstamību.

YouTube augšupielādēto videomākslas darbu piemēri:

- Pipilotti Rist - Ever is Over All

https://www.youtube.com/watch?v=a56RPZ_cbdc

- Hito Steyerl - How Not to Be Seen: A Fucking Didactic Educational .MOV File

<https://www.youtube.com/watch?v=WbOmXEnluzg>

Visas minētās platformas ir tikai palīgs satura koplietošanai un informācijas izplatīšanai, bet darbnīcu galvenais fokuss ir videoklipa izveide.

1.3 NODARBĪBAS PIRMĀ DIENA

Nodarbības pirmās dienas izklāsts varētu būt šāds:

- dalībnieku iepazīšanās;
- īsa PowerPoint prezentācija par video māksliniekiem un video aktīvismu;
- videogrāfijas pamati;
- īsa saruna par sociālajiem medijiem;
- saruna par klimata pārmaiņām;
- dalībnieku sadalīšana grupās;
- video formāta izvēle un domu kartes vai vienkārša sižeta plāna izveide;
- mājasdarbi katrai grupai, pie kā strādā līdz nākamās dienas

Pirmajā dienā nodarbības vadītājs velta aptuveni pusstundu, lai iepazītos ar dalībniekiem un noskaidrotu, cik labi viņi pārzina video veidošanu un vai kāds ir pazīstams ar video mākslu. Šis ir arī labs brīdis, lai iepazīstinātu ar projekta Community Challengers mērķiem un partneriem, aktivitātēm un tēmām. Turklāt šajā nodarbībā būtu jāveido turpmākās komunikācijas pamats, piemēram, apmainoties ar numuriem un izveidojot dalībnieku WhatsApp grupu.

Pēc tam ar īsu PowerPoint prezentāciju dalībnieki tiek iepazīstināti ar dažiem māksliniekiem, kuri ir izmantojuši savu mākslu kā līdzekli, lai veicinātu izpratni par sociālām un politiskām tēmām (tas nav obligāti, bet ir ieteicams). Pat ja nodarbība nav veltīta klimata pārmaiņām, video tik un tā ir galvenais rīks. Ņemot vērā, ka dalībnieki nav šīs jomas profesionāļi, pirmajā dienā vajadzētu veltīt aptuveni pusstundu, lai viņus vienkārši iepazīstinātu ar dažiem video veidošanas pamatiem. Piemēram, var parādīt dažus stop motion jeb stop kadru tehnikas piemērus salīdzinājumā ar parasto video formātu un īsi izskaidrot filmēšanas pamatus, lai sniegtu kaut nelielas zināšanas par video veidošanu.

Grupas vadītājam vajadzētu pajautāt dalībniekiem, ko viņi domā par sociālajiem medijiem un sociālo mediju izmantošanu šajā nodarbībā, un iepazīstināt viņus ar dažiem piemēriem, kā cilvēki ir izmantojuši sociālos medijus līdzīgos projektos. Tādējādi nodarbības rīkotājs var noteikt, vai grupa spēj izmantot sociālos plašsaziņas līdzekļus kā papildu rīku interešu aizstāvībai, vai arī grupa koncentrēsies tikai uz video veidošanu.

Visbeidzot, apspriediet, kuras klimata pārmaiņu tēmas grupas dalībnieki ar vislielāko aizrautību pētītu un par ko veidotu videoklipu. Kā jau minēts iepriekš, ieteicams koncentrēties uz vietējiem klimata pārmaiņu jautājumiem.

Piemēram: ja jūs rīkotu šo darbnīcu Zagrebā, Horvātijā, tēmas varētu būt slikta atkritumu apsaimniekošana, slikta pilsētplānošana (nepietiekams zaļo zonu skaits pilsētās), pārmērīga būvniecība un automašīnu radītie izmeši, ļaujot dalībniekiem izvēlēties tās tēmas, kas visvairāk atbilst viņu ikdienas videi. Šīs tēmas ir vairāk vai mazāk pielāgojamas jebkurai pilsētai, taču noteikti vislabāk ir pievērsties konkrētām vietējām problēmām katrā kopienā.

Vēl viens piemērs var būt Portugāle, kas sevi pozicionē kā vienu no tām pasaules valstīm, kas visvairāk iesaistījušās atjaunojamās enerģijas izmantošanā. Atjaunojamā enerģija var būt labs temats diskusijām un darbam. Portugāle saskaras arī ar lielām mežu ugunsgrēku problēmām, tāpēc izpratnes veicināšana par to, kāpēc meži ir svarīgi un kā tos saglabāt, ir vēl viens ļoti aktīvi risināms jautājums.

Pēc sarunas ar grupu vadītājam vajadzētu noskaidrot, kā jaunieši vēlas tikt sargrupēti. Vadītājs jauniešiem dod divus variantus: strādāt visiem kā lielai grupai vai sadalīties mazākās grupās.

REZULTĀTS NR. 1

Ja dalībnieki lielākoties ir vienprātis par vienu tēmu, viņi visi varēs koncentrēties uz šo tēmu kā komanda un izveidot videoklipu par to.

Katrs dalībnieks joprojām sniedz savu ieguldījumu videoklipā, t.i., tiktu iekļauti visu dalībnieku kadri.



PLUSI

Šādā veidā dalībnieki labāk iepazīst viens otru, un grupas vadītājs vieglāk izprot grupas dinamiku.

Katram dalībniekam var deliģēt uzdevumus atkarībā no viņa interesēm. Piemēram, viens jauniešs var strādāt pie skaņas, kāds cits varētu filmēt, vēl kāds varētu nodarboties ar pēcapstrādi utt.



MĪNUSI

Tomēr nevajadzētu uzstāt, lai visi strādā pie vienas tēmas, jo klimata pārmaiņas ir tik sarežģīta un dziļi iesakņojusies problēma. Ja jauniešs ar izvēlēto tēmu līdz šim nav aizrāvis un to līdz galam neizprot, būs grūti tai veiksmīgi pievērsties.

Pievērsties klimata pārmaiņām kopumā ir pārāk liels izaicinājums grupai, kas, visticamāk, nekad iepriekš nav strādājusi pie šāda projekta. Klimata pārmaiņu tēmā ir daudz nozaru, un katram dalībniekam jāapzinās tēma, ar kuru viņš strādās, un jāizmanto atvēlētais laiks ne tikai, lai vairotu izpratni sabiedrībā, bet arī lai pilnveidotu savas zināšanas par šo konkrēto tēmu.

REZULTĀTS NR. 2

Ja dalībniekiem ir grūti vienoties par vienu tēmu, grupa jāsadala mazākās grupās atkarībā no viņu interesēm, un katrai grupai jānodod uzdevums, kas atbilst viņu izvēlei. Ja indivīds izsaka vēlmi strādāt vienatnē pie sava projekta, viņam jāļauj pašam attīstīt savu ideju.

Šī iespēja pavērtu iespēju grupai izveidot vairākus videoklipus, kurus varētu izmantot, lai izveidotu vienu garāku videokolāžu. Tāpat tos var arī vienkārši parādīt kā dažādus videoklipus, kas nav savstarpēji saistīti.



PLUSI

Katram dalībniekam būtu lielāka iespēja strādāt pie tēmas, kas viņam patīk, un mēs varētu vieglāk atrast veidu, kā palīdzēt.



MĪNUSI

Jāņem vērā ka darbs pie videoklipiem aizņem daudz laika. Ja laika nav daudz, vieglāk ir vienoties par vienu tēmu klimata pārmaiņu jomā, tādējādi ļaujot grupai kopā strādāt tikai pie vienas īsfilmas. Tā varētu izvairīties no virspusīga satura vai vairākiem videoklipiem bez padziļinātas tēmas. Tāpēc tad, kad grupas ir sadalījušās, ir svarīgi katrai grupai dot filmēšanas uzdevumu atbilstoši tēmām, ar kurām viņi ir nolēmuši strādāt, kā arī atbilstoši izvēlētajiem formātiem.

1.4 NODARBĪBAS OTRĀ DIENA

Otrā diena ir pēdējā klātienēs darba diena. Šo dienu varat izmantot, lai apskatītu, ko jūsu dalībnieki pa to laiku ir nofilmējuši, un sākt montāžas darbus. Pastāv liela iespēja, ka daļa satura var nebūt izmantojama (slikta kvalitāte, dalībnieki nav apmierināti ar to utt.). Tāpēc ir svarīgi atvēlēt laiku filmēšanai arī otrajā dienā. Mums ir jāvelta laiks, lai nodrošinātu, ka katrs dalībnieks aktīvi iesaistās procesā un ka viņa loma netiek atstāta novārtā.

Otrajā dienā aktivitāšu grafiks var mainīties atkarībā no tā:

- vai dalībnieki ir vai nav nolēmuši apvienot video un sociālos plašsaziņas līdzekļus;
- cik daudz viņi jau iepriekš zināja par video uzņemšanu;
- cik daudz dalībnieku dotajā laikā filmēja vieni paši;
- vai tā bija viena liela grupa vai vairākas mazākas grupas;
- cik ilgs laiks ir nepieciešams, lai noskatītos ierakstus.

Otrajā dienā jūs apspriežat arī videoklipa skaņu. Grupai nav jāliek uzsvars uz skaņas radīšanu, jo tas vienkārši aizņemtu pārāk daudz laika. Tomēr pie skaņas ir jāpiestrādā, vienlaikus saglabājot to pēc iespējas vienkāršāku. Tāpēc jāiekļauj telpas ieraksti, balss ieraksti, fona skaņa (no videomateriāla) un mūzika, ko var atrast internetā un legāli izmantot, piemēram, vietnē FreeSound atrodamās skaņas.

Šim nolūkam nevajadzētu izmantot mikrofonus vai skaņu ierakstīšanas ierīces (jo mēs vēlamies, lai process būtu pēc iespējas vienkāršāks, ņemot vērā īso laika posmu). Dalībniekus jāiepazīstina ar to, kā skaņas ierakstīšanai var izmantot dažādas mobilās aplikācijas.

Tāpat jaunieši var kopīgi radīt tekstu (dzeju, stāstu utt.). Kāds no dalībniekiem to nolasa skaļi, tas tiek ierakstīts, un tādējādi tiek radīts materiāls, ko var izmantot kā skaņu savam video.

Ja gala darbam paredzēta montāža, jums jāpalīdz ar pēcapstrādes tehnisko daļu. Ja otrajā dienā paliek laiks darbam arī pēcapstrādei, tad programmām, ko dalībnieki izmantos, jābūt pēc iespējas vienkāršākām. Mūsu uzdevums ir parādīt dalībniekiem, kā veidot videoklipus un tos rediģēt, izmantojot rīkus, kas viņiem ir viegli pieejami. Movie Maker un šāda veida mobilās programmas ir lieliska iespēja, taču sarežģītākas programmas, piemēram, PremierePro un Vegas, nevajadzētu izmantot. Ja grupai ir nepieciešama palīdzība, lai veiktu pēdējos video uzlabojumus, varat izmantot sarežģītākas pēcapstrādes programmas darba pabeigšanā.

Īsumā - otrajā dienā galvenā uzmanība jāpievērš tam, vai katrs zina, kas viņam jādara, un tam, lai tiktu uzņemti vismaz daži kadri. Videoklipa galīga versija nav jāpabeidz līdz otrās dienas beigām. Kad ir izveidota WhatsApp grupa (vai kāds cits komunikācijas rīks), mēs varam uzturēt kontaktu ar grupu arī pēc divu dienu nodarbībām. Grupas čats ļauj sazināties un veikt dažus pēdējos pielāgojumus arī pēc tam, kad nodarbība ir beigusies.

REZULTĀTS NR. 3

- Dalībnieku izpratnes veicināšana
- Iemācīt dalībniekiem pamata zināšanas par video (kā veidot kadrus utt.)
- Mācīt dalībniekus, kā izmantot vienkāršus rīkus video veidošanai (mobilais tālrunis).
- Mācīt dalībniekus, kā izmantot video kā līdzekli izpratnes veicināšanai.
- Galīgā video/videoieraksta izveide

1.5 IZVĒRTĒŠANAS JAUTĀJUMI

Pēc nodarbības ir ļoti svarīgi veikt pienācīgu izvērtēšanu, lai noskaidrotu, kas darbojās labi un kas ne, kādas mācības tika gūtas un kura daļa dalībniekiem patika visvairāk. Šo kopsavilkumu var ņemt vērā turpmākajos procesos, daloties padomos ar citiem pasniedzējiem un pielāgojot to iespējamām turpmākām nodarbībām. Izvērtēšana jāveic kopā ar dalībniekiem, izmantojot neformālu viedokļu apmaiņu vai spēles, grupā vai individuāli. Izvērtēšanā jāiekļauj arī pasniedzēja viedoklis, lai izvērtēšanas rezultāti sniegtu abu pušu skatījumu.

Turpmāk minētie jautājumi ir piemēri, un katrs pasniedzējs tos var pielāgot savai nodarbībai, dalībniekiem un konkrētajai pieredzei.

Dalībniekiem:

- Ko jūs iemācījāties abās nodarbības dienās?
- Vai jums šķiet, ka jūsu domas un idejas ir labi atspoguļotas jūsu radītajā mākslas filmā?
- Vai jūs motivētu arī citus veidot šādus darbus? Vai arī jūs labprātāk turpinātu attīstīt savu darbu, lai veicinātu izpratni par klimata jautājumiem un vietējām vides problēmām?
- Vai jūs uzskatāt, ka jūsu izveidotā filma ir veids, kā uzrunāt vietējos lēmumu pieņēmējus vai pašvaldības pārstāvjus un iestāties par pārmaiņām?
- Vai jūs jūtaties pietiekami droši izmantot filmu sava viedokļa paušanai?
- Kādi ir jūsu ieteikumi vai pieredze, ar ko jūs vēlētos dalīties ar citu valstu jauniešiem, kuri nākotnē piedalītos šādās filmu nodarbības?
- Vai jūs vēlētos dalīties ar savu stāstu?

Nodarbību vadītājiem:

- Vai esat sasniedzis nodarbības mērķus?
- Vai, ņemot vērā jūsu filmu nodarbības pieredzi, ir iespējams apvienot klimata pārmaiņu jautājumus ar jauniešu aktīvu pilsonisko līdzdalību?
- Ar ko jūs vēlētos dalīties ar citiem pasniedzējiem vai jaunatnes darbiniekiem, kas vada šādas nodarbības?
- Vai jūtaties motivēti vadīt turpmākas filmu veidošanas nodarbības un saistīt tās ar citiem mākslas izaicinājumiem? Ja jā, kuru jūs izvēlētos?

2. VIZUĀLĀ MĀKSLA

Visi mākslas darbi pilda sociālu funkciju, jo tie ir radīti publikai. Daži mākslinieki ar savu stilu un tehniku vēlas paust savu viedokli par sabiedrību un politiskajiem procesiem, un tas ir labs veids kā runāt par māksliniecisko līdzdalību. Māksla ir savarīga mūsu kolektīvās eksistences uzlabošanā. Tāpēc ar vizuālās mākslas palīdzību ir jārunā par aktuālām un svarīgām tēmām, kas var novest pie labākas sabiedrības veidošanas.

2.1 SATURA DEFINĒŠANA

Klimata pārmaiņu jautājums ir sarežģīts, tas ietver mežu izciršanu, nelikumīgu būvniecību un nepārredzamu zaļo zonu vai mežu apsaimniekošanu. Šī ir tēma, ko ir vērts pētīt un uz kuru ir svarīgi reaģēt. Mums ir jākoncentrējas uz risināmās problēmas pamatcēloņiem, un vienmēr jāsāk ar vietējiem klimata pārmaiņu jautājumiem.

Klimata pārmaiņu jautājumus un sekas vietējā līmenī var risināt, izmantojot māksliniecisku interpretāciju, zīmēšanas tehniku, skicējot idejas un pat veidojot sienu gleznojumus.

Sienas gleznojums ir liels mākslas darbs uz sienas vai griestiem konkrētas ēkas iekšpusē vai ārpusē. Sienas gleznojumu veidošana publiskā vietā liek dalībniekiem domāt par izmantoto materiālu otrreizēju pārstrādi, kas ir cieši saistīta arī ar vides saglabāšanu. To var veidot gan privātās, slēgtās vietās, gan publiskās vietās, taču Community Challengers nodarbības kontekstā sienas gleznojumam jābūt pieejamam plašākai auditorijai. Tāpēc iesakām to veidot publiskā vietā.

Sienu gleznojumu vēsture, sākot no alu zīmējumiem līdz pat mūsdienām, runā par sienu gleznojumu nozīmi un to ietekmi uz sabiedrību. Gleznojumi kā kultūras mantojuma daļa ir sastopamas visās vēsturiskajās civilizācijās.



VIENS NO INTERESANTĀKAJĪEM SIENAS GLEZNU TAPŠANAS PERIODIEM AIZSĀKĀS 1920. GADOS ZIEMEĻAMERIKĀ, MEKSIKAS REVOLŪCIJAS BEIGĀS. MEKSIKAS MURĀLISMA KUSTĪBAS MĒRĶIS BIJA AR VIZUĀLU VĒSTĪJUMU PALĪDZĪBU PARĀDĪT SOCIĀLOS UN POLITISKOS IEMESLUS, KĀDĒĻ MEKSIKAS TAUTAI VAJAG ATKALAPVIENOTIES. TRĪS ŠĪS KUSTĪBAS GALVENIE MĀKSLINIEKI BIJA DJEGO RIVERA (DIEGO RIVERA), HOŠĒ OROZKO (JOSE OROZCO) UN DĀVIDS SIKEIROSS (DAVID SIQUEIROS). TĀ KĀ PILSONU KARŠ RADĪJA LIELU POLITISKO UN SOCIĀLO IDEJU ŠĶELŠANOS, VALDĪBAS MĒRĶIS PĒC KONFLIKTA BEIGĀM BIJA SALIEDĒT SABIEDRĪBU VIENOTĀ MEKSIKAS IDEOLOĢIJĀ. SIENU GLEZNICĪBA BIJA GALVENAIS INSTRUMENTS, KO IZMANTOJA ŠĀ MĒRĶA SASNIEGŠANAI UN GLEZNOJUMU TĒMA PĀRSVARĀ BIJA MEKSIKAS REVOLŪCIJA UN JAUNĀS VALDĪBAS MĒRĶI.

2.2 NODARBĪBAS SAGATAVOŠANA

Nedēļu pirms nodarbības: **tiešsaistes grupas izveide.**

Pēc WhatsApp vai e-pasta grupas izveides un dalīšanās informācijā par nodarbību aiciniet dalībniekus sākt apkopot resursus, kas viņiem ir pieejami mājās un/vai viņu kopienās. Tās var būt eļļas krāsas, betona krāsas, pigmenti, otas un krāsojamie rullīši. Tas mudina dalībniekus sākt domāt "samazini, izmantot atkārtoti, pārstrādāt, kā arī veicina vietējos sadarbības tīklu veidošanos. Šāda aktīva iesaistīšanās, savstarpējās sarunas un ieraksti sociālajos tīklos veicina kopienas veidošanos.

2.3 NODARBĪBAS PIRMĀ DIENA

Pirmais solis – ievads, diskusija un prāta vētra

Sākumā dalībnieki un nodarbību vadītāji iepazīstas viens ar otru. Nākamajā posmā nodarbību vadītāji rosina diskusiju par klimata pārmaiņām un vides jautājumiem. Viņi īsi iepazīstina dalībniekus ar klimata pārmaiņu un vides problēmām savā pilsētā, kā tās ir radušās un kas var notikt, ja situācija nemainīsies. Kādas izmaiņas savā vidē viņi var identificēt? Ja viņi salīdzina savu pilsētu vai apkaimi šodien ar to, ko viņi atceras pirms dažiem gadiem, kādas atšķirības viņi pamana? Dalībniekiem ir iespēja demonstrēt savas novērošanas prasmes un izdomāt, atpazīt un izskaidrot vairākas izmaiņas. Diskusiju ceļā viņi izveido klimata pārmaiņu un vides problēmu un cēloņu struktūru. Šajā procesā var noteikt arī konkrētu mērķgrupu, lai rosinātu padziļinātas diskusijas, kurās tiek pētītas dalībnieku vērtības vai attieksme pret konkrētu tematu, piemēram, "Pilsētas zaļās zonas".

Ilgums: 30 minūtes

Otrais solis – prāta vētra

Dalībnieki dalās un apmainās ar zināšanām, idejām un vīzijām, izmantojot prāta vētras metodi un formulējot potenciālās idejas.

Dalībnieki tiek motivēti plašai diskusijai, nevis šauram tēmu lokam.

Ilgums: 30 minūtes

Trešais solis – digitālā dokumentācija un sociālie mediji

Dalībnieki tiek informēti par to, cik svarīgi ir dokumentēt savas komandas darba procesu, fotografējot un pierakstot no pirmajām skicēm līdz galīgajam sienas gleznojumam. Dalībnieki dalās ar savām idejām par vietējās vides jautājumiem ar fotogrāfijas, stop kadru animācijas vai video palīdzību. Uzsākot radīšanas procesu, katrs dalībnieks var aktīvi piedalīties arī savu darbu popularizēšanā un turpmākajā darba pabeigšanā (zīmēšana, sienas apgleznošana, fotografēšana, zīmēšana uz fotogrāfijām, izmantojot mobilos telefonus). Šajā posmā dalībniekiem var pajautāt, vai kāds vēlas būt reportieris šajā dienā, fotografējot un citādi dokumentējot procesu. Darba tapšanas gaitā viņi vienmēr var mainīties lomām ar citiem komandas dalībniekiem.

Ceturtais solis – kombinētā skicēšanas metode

Mutisko diskusiju un zīmējumu diskusiju apvienojums ir veidots kā spēle, kurā dalībnieki pauž savu viedokli un idejas gan mutiski, gan vizuāli. Kad dalībniekiem ir idejas, viņi tās var izteikt mutiski vai zīmējot, kā nu kurš vēlas.

Dalībnieki zīmējot (skicējot) un sarunājoties reaģē uz apspriestajām tēmām vai jautājumiem, kurus viņi vēlētos risināt. Sākotnēji katrs prezentē savas personīgās idejas (skices, nevis galīgo ideju). Tālāk dalībnieki veic prāta vētru par savām skicēm. Izmantojot šo kombinēto metodi, atmosfēra kļūst brīvāka un kopīgi tiek radītas skaidrākas idejas.

Piektais solis - darbs komandā, veidojot skices uz liela papīra

Šajā posmā uz liela papīra lapas, kas novietota uz grīdas, tiek radīta skice, kurā visi dalībnieki izstrādā motīvus un kopīgi veido mākslas kompozīciju, vadoties pēc iepriekšējās sarunās (1., 2. un 4. soļi) apspriestajām idejām par vietējiem jautājumiem un izmaiņām. Tagad dalībnieki iejūtas mākslinieku lomā, kuriem rūp vides jautājumi un kuri vēlas rosināt mākslinieciņu reakciju savā kopienā un apzināties apkārt notiekošās sociālās pārmaiņas. Rezultātā dalībnieki kopīgi rada sienas gleznojuma skici.

Ilgums: apmēram 30 minūtes

Sestais solis – dalībnieka iepazīstināšana ar sienas vēsturisko atrašanās vietu

Dalībnieki tiek informēti par sienas atrašanās vietu, uz kuras viņi gleznos, un par šīs vietas vēsturisko kontekstu viņu kopienā. Tiek sniegti fakti, informācija un ēkas nozīme. Galvenais jautājums: kādā veidā pilsētvidi var saistīt ar klimata pārmaiņām?

Ilgums: 10 minūtes

Septītais solis – materiālu koplietošana

Visi materiāli, ko dalībnieki apkopojā pirms sienas gleznojuma izveides, tiek izdalīti darba tapšanas laikā. Šie materiāli uzskatāmi par grupas īpašumu, kas veicina vienotības un dalīšanās sajūtu.

Ilgums: 10 minūtes

Astotais solis – skiču realizēšana uz sienas, gleznošanas uzsākšana

Pēc tēmas definēšanas, izmantojot sienas gleznojuma skices, jaunie dalībnieki ķeras pie sienas apgleznošanas. Tas sākas ar skiču pārvešanu no papīra uz sienas, izmantojot krītu, betona krāsas vai aerosolus. Mākslinieciskajā jaunradē vienmēr ir iespējamas nelielas izmaiņas, piemēram, pievienojot vai noņemot motīvus vai nedaudz mainot kompozīciju. Ir svarīgi, lai dalībniekiem būtu telpa, kurā viņi var brīvi izpausties, un lai tiktu radīta atmosfēra, kurā viņi var brīvi komunicēt savā starpā.

Nodarbību vadītāji aicina dalībniekus izdomāt topošā sienas gleznojuma nosaukumu.

Ilgums: līdz pirmās dienas beigām

Devītais solis – noslēguma dienas digitālā dokumentācija

Ar gala rezultātu var dalīties dažādās digitālajās platformās, aprakstot tēmas, akcentējot nosaukumu un norādot saites uz "Community Challengers" un citiem līdzīgiem projektiem, vienlaikus izmantojot dažādus tēmturus (#hashtags)

*Aptuvenais laiks, kas nepieciešams, lai apgūtu, saplānotu un radītu mākslas darbu uz sienas, ir divas dienas. Pirmajā dienā dalībnieki aktīvi mācās, plāno un glezno piecas līdz sešas stundas, ieskaitot pārtraukumu. Otrajā dienā dalībniekiem sienas gleznojums jāpabeidz aptuveni līdz plkst. 18.00 (ar pārtraukumiem).

2.4 NODARBĪBAS OTRĀ DIENA

Pirmais posms - gleznošana

Dalībnieki turpina apgleznot iepriekšējā dienā iesākto mākslas darbu.

Ilgums: 4-5 stundas

Otrais posms – pašnovērtējums un komandas izvērtējums

Dalībnieki reflektē par paveikto. Vispirms nodarbības vadītājam(-iem) motivē dalībniekus, uzdodot jautājumus, kas palīdz novērtēt gan savu, gan komandas darbu.

2.5 REFLEKSIJAS JAUTĀJUMI

Otrās dienas beigās sākas izvērtēšanas process, ko var sākt ar šādiem jautājumiem:

- Ko jūs iemācījāties šajā nodarbībā?
- Pie kādām idejām jūs strādājāt?
- Kā jūs nonācāt līdz sava mākslas darba idejai? Vai jūs gribētu kaut ko mainīt?

Tālāk aprakstīti citi jautājumu piemēri, un katrs nodarbības vadītājs tos var pielāgot atkarībā no konkrētās situācijas, dalībnieku grupas un dienas pieredzes.

Jautājumi jauniešiem:

- Ko jūs iemācījāties abās nodarbības dienās?
- Vai jums šķiet, ka jūsu domas un idejas ir labi atspoguļotas jūsu radītajā vizuālās mākslas darbā?
- Vai jūs motivētu citus radīt pašiem savus darbus? Vai drīzāk aicinātu turpināt jūsu iesākto, lai veicinātu izpratni par klimata jautājumiem un vietējām vides problēmām?
- Vai jūs uzskatāt, ka jūsu radītais darbs ir piemērots veids, kā uzrunāt vietējo lēmumu pieņēmēju vai pašvaldības pārstāvi un iestāties par pārmaiņām?
- Vai jūs jūtaties spējīgi izmantot vizuālo mākslu kā līdzekli, lai paustu savu viedokli?
- Kādi ir jūsu ieteikumi vai pieredze, ar ko jūs vēlētos dalīties ar jauniešiem citās Eiropas valstīs, kuri nākotnē piedalīsies līdzīgās nodarbībās?
- Vai jūs vēlētos dalīties ar savu stāstu?

Jautājumi nodarbību vadītājiem:

- Vai esat sasniedzis nodarbības mērķus?
- Balstoties jūsu nodarbības pieredzē, kā jums šķiet, vai ir iespējams savienot klimata pārmaiņu un jauniešu aktīvas pilsoniskās līdzdalības tēmas?
- Ar kādām atziņām jūs vēlētos dalīties ar citiem pasniedzējiem vai jaunatnes darbiniekiem, kas vada līdzīgas nodarbības?
- Vai jūtaties motivēti arī turpmāk vadīt šādas nodarbības un darboties arī ar citiem mākslas izaicinājumiem? Ja jā, ar kādiem?

2.6 ALTERNATĪVA

Kā alternatīvu var izmantot iepriekš aprakstītos nodarbības posmus, bet dalībnieki glezno uz liela audekla/papīra, nevis uz sienas.

Pirmais posms – gatavošanās gleznošanai uz liela audekla vai papīra

Ja sienu gleznojumi nav iespējami, darbība notiek uz liela audekla vai papīra lapas, kas novietota uz grīdas vai piestiprināta pie sienas.

Otrais posms – mākslas darba izvietošana

Lai padarītu darbu pieejamu plašākai sabiedrībai, apgleznotais audekls vai papīrs var tikt izstādīts iepriekš izvēlētā publiskā vietā tik ilgi, cik ilgi to iespējams noorganizēt.

*Dalībnieki jābrīdina, ka viņiem jāizmanto darba apģērbs (piemērots āra temperatūrai), un jāparedz vieta, kur viņi var pārgērbties.

2.7 REKLAMĒŠANA

Izmantojot sociālos tīklus, piemēram, Instagram, Facebook, TikTok un Twitter, tiek īstenotas reklāmas kampaņas sienas gleznojumu veidošanai par vides aizsardzību, klimata pārmaiņām un to cēloņiem. Nodarbības dalībnieki izmanto fotoattēlus, video, stop-animāciju, digitālo foto kolāžu un citus variantus, ko viegli veidot dažādās mobilajās lietotnēs, piemēram, Stop MotionStudio, PicPac un Time Spirit.

Veidojot sienas gleznojumus, dalībnieki rada arī jaunus digitālus darbus, kas ir cieši saistīti ar apgleznotajām sienu virsmām publiskajās vietās. Mērķis nav tikai popularizēt savu darbu, bet arī pārveidot fotoattēlus vai video, kas balstās iepriekš minētajā tēmā. Sociālo tīklu izmantošana palielina sabiedrības informētību par vietējām klimata pārmaiņām un mudina nodarbības dalībniekus komunicēt arī globālā mērogā.

Dalībnieki iepriekš iepazīstas ar tēmu, un pēc fināla skicēm viņi paši izdomā sienas gleznojuma nosaukumu. Katru reizi publicējpt savu digitālo darbu sociālajos tīklos, viņi atzīmē konkrētu tēmu un darba nosaukumu. Piemēram, izmantojot Instagram un tā stāstu koplietošanas (story sharing) iespēju, dalībnieki publicē darbu ar tēmturi (#) katrā ierakstā, lai identificētu saturu kā piederošu konkrētai tēmai.

Reklāmas iespējas pietiekami plašas, lai dalībnieki varētu izpausties pēc iespējas brīvāk, kā arī attīstīt savu māksliniecisko jaunradi. Vēlamais reklāmas aktivitātes rezultāts ir dzīvs mākslas radīšanas process un tā pilnveidošana, izmantojot foto kolāžas, savstarpējas intervijas, stop-animācijas, digitālus zīmējumus uz fotogrāfijām u.tml.

2.8 PADOMI UN IETEIKUMI

Šajā vizuālās mākslas nodarbībā dalībnieki tiek iepazīstināti ar sienas glezniecības tehniku (no skicēšanas līdz gatavai gleznei), kā arī ar digitālo ierīču lietošanu pirms nodarbības, tās laikā un arī pēc tam.

P&I – grupas sagatavošana tiešsaistē

Visi dalībnieki pirms nodarbības tiek virtuāli, lai vienotos par materiālu vākšanu un sagatavošanu (sienas krāsas, pigmenti, dažāda izmēra otas, papīrs, skiču papīrs, kartons, audums u.tml. materiāli). Dalībnieki jāinformē par to, kā darbojas virtuālā grupa, lai visi varētu aktīvi piedalīties diskusijā. Tikšanās laikā svarīgi atgādināt, lai visi paņem līdzīgu darba apģērbu un apavus, kā arī materiālus, ko **katrs būs sagādājis** atkarībā no tā, kā viņi šajā tikšanās reizē vienojas.

P&I – mācīšanās par sienas sagatavošanu

Pirms iesaistīšanās dalībnieki tiks iepazīstināti ar sienas virsmas sagatavošanu un pārbaudīs, vai siena ir vai nav piemērota gleznošanai. Ja siena ir sadrupusi un krāsa pie tās nelīp, tā jānoklāj ar emulsiju. Vai tas ir nepieciešams, jānoskaidro pirmajā dienā pašā nodarbības sākumā, vēlams pat pirms nodarbības.

P&I – audekla/papīra sagatavošana

Ja dalībnieki gatavojas gleznot uz audekla vai papīra, tas ir laicīgi jā sagatavo. Ja audekls vai papīrs atrodas uz grīdas, tam jābūt labi nostiprinātam, nostieptam uz visām pusēm un pārklātam ar zemāk aprakstīto preparātu. Zem audekla vai papīra jānovieto brezenta audums vai neilona plēve, lai tā aizturētu preparāta maisījumu un lai tas neiesūktos grīdā. Audumu/papīru ieteicams apstrādāt ar ģipsi. Ja tas nav iespējams, tad lielā spainī samaisa **koka līmi un balto krāsu proporcijā 60:40**, pievienojot 40 % ūdens. Šis maisījums uz audekla vai papīra jāuzklāj divas reizes. Preparāts nedrīkst būt ūdeņains. Sagatavošanu veic dienu pirms darba uzsākšanas. Nostieptajam audeklam vai papīram jāpaliek uz grīdas, līdz tas ir pilnīgi izžuvis. Pēc tam to paceļ un nostiepj uz sienas, ja dalībnieki strādā šādā veidā, vai arī tas paliek uz grīdas. Var izmantot arī ķīļus, ar kuriem var caurdurt audeklu un zem tā esošo aizsargplēvi, lai to piestiprinātu pie zemes un noturētu nostieptu. Alternatīvs risinājums, ar kura palīdzību var nostiept audeklu, ir izvietot vienu kilogramu smagus smilšu maisus ik pa 100 centimetriem. Tādā pašā veidā var izvietot ķieģeļus vai krāsu spaiņus.

P&I– jau sagatavots audekls

Ja darbs tiek gleznots uz jau sagatavota audekla vai papīra, tas nav ne ar ko jāpārklāj, tikai jānostiepj uz sienas vai grīdas. Jāpārlicinās, lai audekls ir bez viļņiem, lai tas ir nostiepts. Tas nodrošinās, ka dalībniekiem uz tā ir pēc iespējas vieglāk gleznot.

P&I – skicēšana uz maza un liela papīra

Skicējot uz maziem papīra gabaliņiem, dalībniekiem ir jābūt atbalsta virsmai no kartona vai līdzīga cieta materiāla, lai zīmējums izdotos pēc iespējas labāk. Otrajā skicēšanas posmā dalībnieki zīmē uz liela papīra vai vairākiem savienotiem papīriem, kas novietoti uz grīdas. Papīru var arī nofiksēt no visām pusēm, un virsmai jābūt pēc iespējas līdzenākai.

P&I– digitālā māksla no skicēm līdz sienas gleznojumam

Skicējot ar ogli, krītu, zīmuļiem vai marķieriem, dalībnieki tiek aicināti arī aktīvi sākt vērot savu darbu, izmantojot ar mobilo telefonu pašu uzņemtas fotogrāfijas. Šīm fotogrāfijām dalībnieki var pievienot noteiktas detaļas, motīvus vai tekstu ar digitālu zīmējumu (ši iespēja ir katrā mūsdienīgā mobilajā telefonā, un tam nav nepieciešama īpaša lietotne). Šis process palīdz ieraudzīt savu skici jaunā gaismā. Skicēšanas procesa laikā dalībnieki sāk darba popularizēšanu sociālajos tīklos.

P&I – sienas gleznojuma krāsošanas materiāli

Pēc tam dalībnieki, izmantojot biezu krītu, aerosolu, ogli vai krāsu un otas, pārnes gatavo skici no lielās papīra lapas uz sienas, nostiepta audekla vai papīra. Pirms skices pārvietošanas uz sienas jānogatavo vairāki lieli spaiņi ar ūdeni, lai mazgātu otas un atšķaidītu krāsas, vairāki mazāki trauki, kuros jaukt krāsu, un vairāki mazi vienreizlietojamie traučiņi, kuros jaukt mazāku krāsas daudzumu. Katram dalībniekam jāņem līdzi tik daudz trauku un krūzīšu krāsu jaukšanai, cik viņš vai viņa uzskata par nepieciešamu darbam, piemēram, pieci trauki un sešas mazas krūzītes vienam dalībniekam, savukārt lieli spaiņi ar ūdeni tiek dalīti starp vairākiem dalībniekiem.

P&I - krāsu atkritumi un koplietošana

Ja kādam dalībniekam ir palikusi pāri krāsa, pārējie to var izmantot, tādēļ mudiniet dalībniekus dalīties!

P&I – komunikācija ar garāmgājējiem darba laikā

Strādājot uz sienas publiskā vietā, ir gaidāmi komentāri, jautājumi un sarunas ar garāmgājējiem. No šī faktora nevar izvairīties cilvēku ziņkārības dēļ, un šādā veidā dalībniekiem ir iespēja prezentēt savu darbu un visas iecerētās idejas.

P&I – atlikušās krāsas pārstrāde

Otrajā dienā dalībnieki pabeidz sienas gleznojumu, nomazgā otas kopīgajos spaiņos (tuvumā jābūt pieejamam tīram ūdenim). Kopīgi jāizdomā, ko darīt ar krāsas pārpalikumiem, ja tādi ir. Ar nodarbības vadītāja palīdzību paši dalībnieki var izlemt, vai viņi paņem krāsu, lai to izmantotu citiem saviem darbiem, vai dāvina to kādam citam, kam tā nepieciešama.

3. PERFORMANCE

Šīs nodarbības mērķis ir divu dienu laikā izveidot iedomātu mutantu - cilvēku, dzīvnieku, augu vai pat sēņu, baktēriju vai citu organismu. Ja dalībniekiem ir citas idejas, viņi var droši tās realizēt, bet tās kaut kādā veidā ir jāsaista ar plastmasas piesārņojuma radīto problēmu vai jāizmanto šajā rokasgrāmatā sniegtie piemēri kā sava projekta metodoloģija. Nodarbības pamatā ir pieņēmums, ka piesārņojuma dēļ ir parādījušās vai kādu dienu varētu parādīties jaunas mutācijas. Dalībnieku uzdevums ir iztēloties un radīt tādus mutantus, kas mainītu cilvēku izpratni par pašlaik notiekošajām klimata pārmaiņām, lai iedvesmotu individuālām un personiskām pārmaiņām labākai rītdienai.

Cilvēce saražo neiedomājami daudz plastmasas, kas tiek izmantota visdažādākajos veidos, sākot no pārtikas iepakojumiem un beidzot ar automobiļu ražošanu. Vēl viens plastmasas piesārņojuma avots ir ātrās modes industrija. Lielie uzņēmumi, kuros darbinieki saņem neētiski zemas darba algas, ražo apģērbus no lētiem, sintētiskiem un bieži vien plastmasu saturošiem materiāliem, kas kalpo vienu sezonu un piesārņo vidi ar toksiskiem blakusproduktiem. Saražotais plastmasas daudzums netiek pienācīgi pārstrādāts. Plastmasa, kuras noārdīšanās ilgst līdz pat 1000 gadiem, netiek pārstrādāta vai sadedzināta, bet nonāk izgāztuvēs vai ūdeņos, kur ar šo materiālu saskaras savvaļas dzīvnieki. Bruņurupuči un zivis saskarsmē ar plastmasu un it sevišķi ar mikroplastmasu cieš un iet bojā, bet citas būtnes iemācās pielāgoties. Piemēram, krabji izmanto plastmasas gabaliņus, lai būvētu savas mājas. Mikroplastmasas pēdas ir atrastas arī cilvēka organismā, jo cilvēks ir ēdis zivis, kas okeānā ir uzņēmušas mikroplastmasu, vai arī dzēris no plastmasas pudelēm.

Tādējādi mutācijas un transformācijas tēma aktualizējās kā potenciāls risinājums būtnu izdzīvošanai uz zemes. Tas ir fundamentāls jautājums, vai pašreizējais piesārņojums un pārmaiņas augsnē, jūrā un gaisā rada pamatu jaunai dabiskajai atlasei vai jaunam evolūcijas posmam, kurā izdzīvos tikai tās būtnes, kas spēj nodot gēnus, kuri ļauj izdzīvot vai mutēt. Šajā nodarbībā dalībnieki var piedāvāt savas atbildes uz šo jautājumu.

Mutanti ir būtnes, kas sastopamas 20. un 21. gadsimta populārajā kultūrā. Daiļliteratūrā tie parasti ir radīti nejaušības dēļ, traku zinātnieku eksperimentos, vai arī mutanti ir būtnes, kas piedzimušas ar īpašām spējām, piemēram, supervaroņi. Dažkārt tās ir labais spēks, dažkārt ļaunais; citos gadījumos mutācija izpaužas kā pārdabiskas spējas vai ķermeņa transformācija, kas var būt nejauša vai piespiedu kārtā. Dzīvnieki, tāpat kā cilvēki, arī iederas šādā klasifikācijā.

3.1 SATURA DEFINĒŠANA

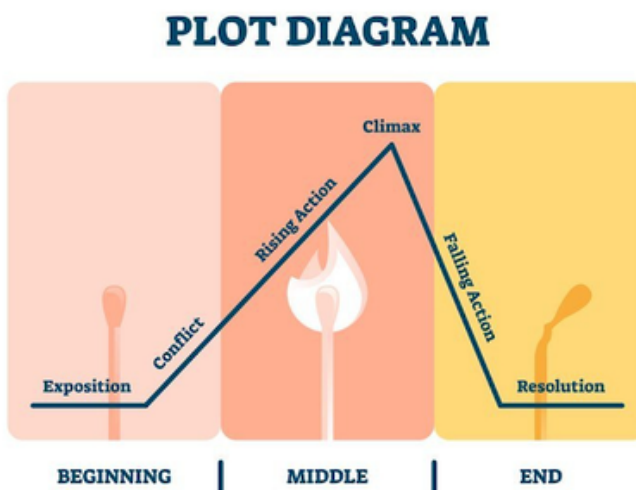
Performance ir vairāk improvizēta, nevis balstīta scenārijā. Nodarbības dalībnieki saņem informāciju par performances mākslas vēsturi un labāko praksi, kā arī gūst labu priekšstatu par performances norises vietu, lai to varētu sasaistīt ar performances tēmu. Visbeidzot, nepieciešams dalībniekus izglītēt arī par klimata pārmaiņu cēloņiem un sekām (IR1 rokasgrāmata ir lielisks resurss šim nolūkam), kā arī par reālo un metaforisko mutāciju tēmu (kāminēts iepriekš).

Dalībnieku veidotās performances stāstam par mutantu vajadzētu būt saprotamam visiem dalībniekiem un skatītājiem. Darbā ir jābūt skaidram vēstījumam, un tas sākas ar stāstu par mutanta izcelsmi, tā konfliktu ar nemutantu vidi, citu radniecīgu mutantu atrašanu un, visbeidzot, mutanta izmantošanu cilvēces labā, lai atrisinātu klimata pārmaiņu problēmu un palīdzētu cilvēcei pielāgoties jauniem apstākļiem. Šādu konceptu, protams, var redzēt Holivudas filmās un seriālos par androidiem, supervaroņiem un mutantiem, piemēram, Blade Runner, Batman, Wonder Woman, X-Men un Mutant X. Tomēr performances radīšanā mēs iesakām izmantot arī ideju par kiborgu, kas pirmo reizi attīstīta Viljama Gibsona (William Gibson) romānā Neuromancer (1984). Mutanti ir romantizēta būtne, līdzīga savvaļas mežoniem, kas ļauj atklāt mūsos to cilvēcības pusi, kas patiesībā mūs padara par cilvēkiem. Pieņemot mutantu, kopiena atkal kļūst homogēna, taču tā arī transformējas jaunā, atvērtākā kopienā.

Jāņem vērā, ka laikmetīgās mākslas metodes vairumam nodarbības dalībnieku būs nesaprotamas, tāpēc ir svarīgi pievērsties populārajai kultūrai vai pieejamiem laikmetīgās mākslas piemēriem. Ir vērts pievērst uzmanību laikmetīgās mākslas praksēm, kas atsaucas uz šādām idejām (mutanti, kiborgi un androīdi), un jo īpaši transformācijas, transhumānisma un bionisko implantu kā jaunas cilvēcības formas idejai, ko savos darbos atklāj mākslinieki Orlan, Stelarc un Matthew Barney.

Dramaturģija

Svarīgi, lai izrāde atbilst klasiskajai dramaturģijas struktūrai. Tajā jābūt ekspozīcijai jeb aprakstošai ievaddaļai, pieaugošai darbībai, kulminācijai un atrisinājumam "stāsta morāles" vai vēstījuma veidā. Skatītājiem caur mutanta stāstu vienkāršā veidā jāsniedz informācija par plastmasu un tās ietekmi uz klimata pārmaiņām un bioloģisko daudzveidību. Šajā kontekstā vēstījums ir arī metaforisks aicinājums uz kopīgu rīcību, lai risinātu vietējās un globālās problēmas.



1. ATTĒLS. SIŽETA SHĒMA/DRAMATISKĀ STRUKTŪRA. AVOTS.

Saturam jābūt saprotamam plašākai sabiedrībai gan nodarbības norises valstī, gan partnervalstīs, gan arī pasaules mērogā. Klimata pārmaiņas vieno cilvēci kopīgā cīņā un dzēš atšķirības starp tautām, kultūrām un reliģijām. Kad visus skar kopīga problēma, cilvēcei jābūt vienotai.

3.2 PRODUCĒŠANA

Šajā nodarbībā jāpatur prātā visas šī mākslas medija iespējas, sākot ar deju un beidzot ar performanci. Liela atšķirība starp performansēm un visiem citiem mākslas medijiem ir tāda, ka performances vienīgais instruments un medijs ir izpildītāja fiziskais ķermenis. Šajā ziņā producēšanas jeb performances veidošanas izmaksu gandrīz nav. Dejotājs vai performances mākslinieks var izpausties jebkurā vietā un laikā, izmantojot tikai kustības, balsi un žestus.

Tomēr performances producēšana var arī prasīt vairāk resursu, ja tā ietver izpildītājus, mūziķus, kostīmus un scenogrāfiju, grimētājus un visu pārējo. Piemēram, operas producēšana noteikti ir sarežģīta un dārga performance. Skatuves māksla ir patiešām plaša - no bezmaksas performances ar vienu izpildītāju līdz lielām izmaksām un plašam mūziķu un dziedātāju kolektīvam. Tāpēc būtu jāpārliedzinās, ka nodarbības mērķis ir izrāde ar vienu vai nelielu skaitu izpildītāju, lai izrāžu veidošanu un vēstījuma nodošanu skatītājiem varētu atkārtot dažādos apstākļos.

Viss iestudējumam nepieciešamais jā sagatavo laicīgi un ar dalībniekiem jāizrunā, kādas ir reālas ekspektācijas, kādas - nereālas. Dalībnieki sadalās komandās, vēlams, ka katrā grupā ir kāds dalībnieks, kuram jau ir aktiera dotības/teātra pieredze. Jauniešiem pēc iespējas vairāk jādalās ar materiāliem (piemēram, kādam no dalībniekiem pieejami kostīmi/rekvizīti/tehniskie līdzekļi un viņš to aizdod citiem performances vajadzībām). Lai samazinātu atkritumu daudzumu un palielinātu materiāla vērtību, būtu jāizmanto aprites pārvaldības principi (esošo produktu un materiālu koplietošana, aizņemšanās, atkārtota izmantošana, remonts, atjaunošana un pārstrāde).

Svarīgākais un mākslinieciski sarežģītākais process projektā būtu maskas vai vairāku masku izgatavošana, ja vienā izrādē piedalīsies vairāki dalībnieki. Maskas var izgatavot no papīra vai tekstila, taču var izmantot arī plastmasu, kā arī citus atkritumus un lietotus materiālus. Ieteicams arī organizēt āra aktivitātes - talkas, kurās dalībnieki apmeklētu kādu parku vai aizsargājamu teritoriju pilsētā vai tās tuvākajā apkārtnē, kur viņi varētu savākt atkritummateriālus un no tiem izgatavot mutanta kostīmu un masku. Šīs aktivitātes, no vienas puses, veicinātu dalībnieku izpratni par cilvēku ietekmi uz klimata pārmaiņām un dažādu piesārņojumu radīšanu, un, no otras puses, saliedētu grupu radošā procesā, atpazīstot "estētiskos objektus" atkritumos. Var izmantot arī dabiskus materiālus, piemēram, zariņus, sausas lapas, čiekurus u. c., bet tikai tad, ja dalībnieki tos atrod, nevis noplēš no kokiem un krūmiem.

Tērpus var veidot katrs dalībnieks pats, izmantojot savas vecās drēbes vai arī materiālus, kas atrasti tīrīšanas talkas laikā. Izvēloties personīgos tērpus, dalībniekiem un vadītājiem tā pārveidošanā jāiekļauj stāsts, lai tērpu varētu izmantot dalībnieku personības reprezentēšanai.

Performanču ierakstīšanas aprīkojumam pietiek ar viedtālruni un selfiju nūju, ko var izmantot arī kā kameras statīvu. Ja uzstāšanās notiek trokšņainā telpā, vajadzētu izmantot divus tālruņus, no kuriem viens tiek izmantots tieši skaņas ierakstīšanai un kurš būtu novietots tuvāk izpildītājam. Protams, ir jāpārzina pamata programmas vieglai video montāžai vai arī video jāveido ar nolūku to pielietot kā neapstrādātu materiālu (rokas kamera, bez skaņas).

Ja izrāde ietver arī vienkāršu scenogrāfiju, iesakām to veidot no atrastiem atkritumiem vai dabiskiem materiāliem ar minimāliem papildinājumiem, piemēram, koka paneļiem. Scenogrāfijā var izmantot arī pilsētas arhitektūras elementus, kas piedod distopisku noskaņu; tās var būt pamestas rūpnieciskās telpas vai būvlaukumi, skvoti (nelegāli ieņemtās mājas, kurās izveidotas rezidences), apkaimes un ēkas, ko rotā grafiti un sienu gleznojumi, nekoptas zaļās zonas vai pilnīgi tukšas betona virsmas. Protams, scenogrāfijas un kostīmu dizaina elementi tiek izstrādāti balstoties performances scenārijā vai koncepcijā.

3.3 NODARBĪBAS PIRMĀ DIENA

1. Ievada prezentācija par skatuves mākslu klimata pārmaiņu kontekstā;
2. Iespējamo priekšnesuma koncepciju un scenāriju prezentācija; dalībnieki iepazīstina ar savām idejām;
3. Atkritumu vākšana masku, kostīmu un scenogrāfijas izgatavošanai;
4. Citu nepieciešamo materiālu iepirkšana;
5. Masku izgatavošana;
6. Kostīmu izgatavošana;
7. Scenogrāfijas izgatavošana vai izvēle (publiskajā telpā).

Pirmā diena ir veltīta izrādes scenārija koncepcijas jeb pamatidejas izveidei un visu nepieciešamo elementu izgatavošanai, sākot no maskas beidzot ar scenogrāfiju. Nodarbības laikā (īpaši pirmajā dienā) galveno uzmanību pievēršiet darbam atklātā, pieejamā vietā (āra aktivitātes) un komunikācijai starp mentoriem un dalībniekiem. Turklāt jau no paša sākuma priekšroka būtu jādod tādām mācību procām, kurās tiek izmantoti praktiski un eksperimentāli vingrinājumi. Sākumā izstrādāriet pasākuma programmu tā, lai visi pasākumi būtu piemēroti ikvienam. Parūpējieties, lai programma būtu pieejama ieinteresētajai publikai. Veicot plānotās aktivitātes, ņemiet vērā ierobežoto performances laiku.

Cik vien iespējams, vienkāršojiet teorētisko zināšanu nodošanas procesu, bet noteikti sniedziet ieskatu konkrētā literatūrā vai citos materiālos, kurus dalībnieki var izpētīt paši. Varat izmantot kādu no vienkāršotajām rokasgrāmatām, kas atrodamas tīmekļa vietnēs Climate Outreach (<https://climateoutreach.org>), Carbon Literacy (<https://carbonliteracy.com>) un Climate Fresk (<https://climatefresk.org>), kā arī katras projektā iesaistītās valsts vietējo aktīvistu grupu sociālajos tīklos un mājas lapās. Lielisks informācijas veids, kā apgūt plastmasas un klimata pārmaiņu problēmu, ir filmas, kurās kodolīgi un saprotami, izmantojot uzskatāmus piemērus, stāstīts par aktuāliem jautājumiem. Internetā bez maksas ir pieejams liels skaits filmu par šo tēm, piemēram, The Story of Plastic, A Plastic Ocean, A World Full of Plastic, Albatross, Bag it, Straws. Filmas par klimata pārmaiņām, kas var noderēt nodarbībā un ko var atrast internetā bez maksas, ir šādas: Before the Flood, An Inconvenient Truth, Sustainable, The True Cost, Demain (Tomorrow), Chasing Coral, One Strange Rock, 2040 un dokumentālo filmu sērija Our Planet.

*Climate Outreach (<https://climateoutreach.org>)

**Carbon Literacy (<https://carbonliteracy.com>)

***Climate Fresk (<https://climatefresk.org>)

3.4 NODARBĪBAS OTRĀ DIENA

- 1.Scenārija vai koncepcijas lasīšana un kopīga analīze;
- 2.Dalībnieku iestudēta izrāde vai amatierizrāde;
- 3.Izrādes mēģinājums nodarbības norises vietā;
- 4.Ģenerālmēģinājums publiskā vietā vai nodarbības norises vietā;
- 5.Noslēguma izrāde, ieraksts;
- 6.Performances ieraksta pārskatīšana un kopīga analīze;
- 7.Nobeiguma diskusija.

Otrā nodarbības diena ir veltīta noslēguma performancei un dokumentāla videoklipa izveidošanai. Aktivitātes galvenā daļa ir darbs pie uzdevuma, t.i., performances vai izrādes izveides.

Īpašu uzmanību pievēršiet ekoloģiskajai trauksmei, kas arvien vairāk skar jauniešus, kuri apzinās, ka klimata pārmaiņu sekas viņus skars visas dzīves laikā. Eko-trauksme attiecas uz pastāvīgām bažām par Zemi, dzīvi un nākotni, un šīs bažas bieži vien ietver ļoti spēcīgus simptomus. Tāpēc ir ļoti svarīgi pievērst uzmanību dalībnieku noskaņojumam un emocijām, ko varētu izraisīt ekoloģiskā trauksme. Attiecīgi vairākkārt uzsveriet (gan savus, gan citu cilvēku) paradumus cīņā pret klimata pārmaiņām, kā arī sadarbības - tādas pašas sadarbības, ko jūs praktizējat šajā nodarbībā, - nozīmi. Gadījumā, ja nodarbības vadītāji vai dalībnieki intuitīvi nespēj tikt galā ar šo situāciju, ir pieejamas vairākas bezmaksas rokasgrāmatas, kurās izskaidrots, kā mazliet mazināt ekoloģiskās trauksmes sekas.

3.5 IZVĒRTĒŠANAS JAUTĀJUMI

Kā minēts iepriekšējās nodaļās, pēc katras nodarbības ir svarīgi veikt pienācīgu izvērtēšanu, lai atklātu gūto pieredzi un ņemtu to vērā turpmākajos procesos.

Turpmāk minētie jautājumi ir tikai piemēri, un katrs nodarbības vadītājs tos var pielāgot savai situācijai, dalībnieku grupai un nodarbības pieredzei.

Jautājumi jauniešiem:

- Ko jūs iemācījāties abās nodarbības dienās?
- Vai jums šķiet, ka jūsu domas un idejas ir labi atspoguļotas jūsu radītajā performancē?
- Vai jūs motivētu citus radīt pašiem savus darbus? Vai drīzāk turpināt jūsu iesākto, lai veicinātu izpratni par klimata jautājumiem un vietējām vides problēmām?
- Vai jūs uzskatāt, ka jūsu radītais darbs ir piemērots veids, kā uzrunāt vietējo lēmumu pieņēmēju vai pašvaldības pārstāvi un iestāties par pārmaiņām?
- Vai jūs jūtaties spējīgi izmantot performanci kā līdzekli, lai paustu savu viedokli?
- Kādi ir jūsu ieteikumi vai pieredze, ar ko jūs vēlētos dalīties ar jauniešiem citās Eiropas valstīs, kuri nākotnē piedalīsies līdzīgās nodarbībā?
- Vai jūs vēlētos dalīties ar savu stāstu?

Jautājumi nodarbību vadītājiem

- Vai esat sasniedzis nodarbības mērķus?
- Vai, ņemot vērā performances nodarbības pieredzi, ir iespējams apvienot klimata pārmaiņu jautājumus ar jauniešu aktīvu pilsonisko līdzdalību?
- Ar ko jūs vēlētos dalīties ar citiem pasniedzējiem vai jaunatnes darbiniekiem, kas vada šādas nodarbības?
- Vai jūtaties motivēti vadīt turpmākas performanču veidošanas nodarbības un saistīt tās ar citiem mākslas izaicinājumiem? Ja jā, kuru jūs izvēlētos?

3.6 REKLAMĒŠANA

Popularizējot performances, ieteicams izvēlēties vienkāršus un visiem pieejamus medijus, piemēram, YouTube, sociālos tīklus (Facebook, Instagram, TikTok) vai partizānu reklāmas pasākumus virtuālajā telpā (trollēšana). Reklāmas kampaņu ir iespējams īstenot arī klātienē, rādot īsus skečus jeb ainiņas pilsētas laukumos, stacijās un citās gājēju iecienītās vietās. Šāda veida publicitāte var notikt arī ar vox populi palīdzību, kad performances dalībnieki jautā garāmgājējiem, ko viņi domā par plastmasas piesārņojumu un klimata pārmaiņām, vai par dalībnieku radīto skeču kopumā. Tajā pašā laikā šo uzdevumu varētu attēlot kā skici, t.i., mazāku priekšnesumu.

Visi reklāmas pasākumi ir tikpat svarīgi kā pašas performances. Klimata pārmaiņu tēma arvien vairāk aizņem mūsu ikdienas dzīvi, un tā ir daļa no ES un citu valstu politikas. Protams, arī tas nāk par labu reklāmas pasākumiem.

Tāpēc mērķis ir rosināt iedzīvotājus uztvert sevi kā dalībniekus cīņā pret klimata pārmaiņām. Izrādes vai performances video noteikti būs vizuāli pievilcīgs, jo masku un kostīmu izgatavošanā tiks izmantoti atkritumi. Pievilcību var pastiprināt distopiskas pasākuma norises vietas. Videoklipa ievietošana sociālajos tīklos un pietiekami daudz tīkšķu un komentāru ļaus popularizēt pašu performanci. Vēl iespējams procesa laikā ierakstīt sarunas ar dalībniekiem un publicēt tās sociālajos tīklos tajā pašā dienā. Mēs arī iesakām sekot līdzi tam, kurā diennakts laikā vislabāk publicēt ziņas dažādos sociālajos tīklos, lai maksimāli palielinātu publikas sasniedzamību. Tā sauktā "reālā laika" pieredze ir veids, kā jaunieši komunicē, un, pievienojot rakstus katru dienu, jūs apliecināsiet savu esamību virtuālajā vidē.

Mūsdienu jauniešu paaudze reklāmas pasākumiem vairs praktiski neizmanto analogos plašsaziņas līdzekļus. Tādēļ nav ieteicams publicēties drukātajos laikrakstos vai izmantot plakātus; tā vietā kāds no dalībniekiem var veidot nelielas ielu mākslas performances. Pasākumiem var izmantot dabiskus materiālus, ko var nomazgāt no ēkām un kas ne tikai vēstīs par performanci, bet arī saturēs skaidru vēstījumu par cīņu par ilgtspējīgu attīstību un veicinās izpratni par klimata pārmaiņām. Attiecībā uz pašu publicitāti ir svarīgi, lai dalībnieki izmantotu stāstu formātu (stories) WhatsApp, Facebook vai Instagram, lai katru dienu informētu draugus un sekotājus par interesantiem notikumiem performances veidošanā. Dalīšanās ar šiem ierakstiem sociālajos tīklos nodrošinās izrādes plašāku redzamību pirms tās norises, pievēršot ne tikai sabiedrības, bet arī kultūras darbinieku un vides aktivistu.

3.7 PADOMI UN IETEIKUMI

Svarīgākais performances veidošanas nodarbībās ir iepazīstināt dalībniekus ar vienkāršiem risinājumiem (mutantu maskas un kostīma izgatavošana, izmantojot papīru, tekstilu, atrastus atkritumus vai dabas materiālus, kā arī vienkārša scenogrāfija un mobilo tālruņu un digitālo kameru izmantošana). Veidojot mutantu maskas, iesakām izmantot visvienkāršākās tehnikas, ko cilvēki var apgūt vienas dienas laikā. Vispirms uzzīmē mutanta seju. To var izdarīt pats talantīgākais dalībnieks vai ikviens, kurš vēlas radoši izpausties. Pēc tam mutanta seju var veidot, vienkārši pielīmējot atkritumus vai dabass materiāla gabaliņus pie maskas modeļa, kas iepriekš izgatavots no biezāka papīra, piemēram, kartona. Maskas modelēšana ir ļoti vienkārša: uzlieciet kartonu uz dalībnieka sejas un veidojiet kontūru. Pēc tam izgrieziet caurumus acīm un mutei. Līdzīgi gatavo tērpu no papīra vai tekstilizstrādājumiem - apģērba gabaliem piešuj atkritumus vai dabīgus materiālus.

Scenogrāfijā iesakām izmantot jau lietotus paneļus vai kādus citus izmestus priekšmetus un materiālus, no kā var izveidot plakanu fona virsmu. Tas pats attiecas uz aksesuāru izgatavošanu. Liekot visu kopā, ja iespējams, izmantojiet vienkāršus paņēmienus, piemēram, šūšanu vai sasiešanu, tāpat izmantojiet izmestus koka gabalus vai virves.

Ja dalībnieki ir jāiepazīstina ar to, kā ierakstīt priekšnesumu, izmantojot viedtālruni, izskaidrojiet viņiem, kā to izdarīt, izmantojot vienkāršākās mobilās lietotnes, kas pieejamas Android un iPhone sistēmās. Svarīgi ir iepazīstināt arī ar dažām vienkāršām datorprogrammām, piemēram, Video Editor; nekādā gadījumā nevajadzētu izmantot profesionālas programmas, piemēram, Premiere.

Apgūstot skatuves mākslas pamatus, parādiet dalībniekiem kā notiek uziešana un noiešana no skatuves, apzinoties savu ķermeni, kustību, dialogu, telpu un skatuvi. Šī, iespējams, ir visspecifiskākā nodarbības daļa, un tajā būtu labi iesaistīt visus dalībniekus ar pieredzi amatierteātra vai cita veida izrādēs. Šis pieredzējušais cilvēks parāda savas izrādes fragmentu, ainu, dziedāšanas vai dejošanas priekšnesumus un izskaidro savu mācīšanās procesu. Protams, daudziem jauniešiem jau ir pieredze dažādās deju nodarbībās, un, ja tādi piedalās arī jūsu nodarbībā, iesakām izmantot viņu pieredzi. Pēc tam pārējo dalībnieku uzdevums ir atkārtot redzēto priekšnesumu vai pat uzlabot to, ja viņiem ir iedvesma to darīt.

Svarīgs ir arī izrādes ģenerālmēģinājums, kad notiek uzstāšanās ar masku, pilnā kostīmā, uz skatuves publikas priekšā, kas var būt arī pārējie dalībnieki. Ģenerālmēģinājums palīdzēs noslīpēt performances nianšes, kas ir svarīgas, uzstājoties publikas priekšā. Rosiniet diskusijas un līdzdalību, lai neviens no dalībniekiem nepaliktu malā.

4. DZIESMAS UN MŪZIKA

"Universālajai valodai", kā bieži tiek dēvēta mūzika, ir liels potenciāls un priekšrocības, īpaši attiecībā uz personīgo izaugsmi, izglītību, iespējām un ideju veicināšanu.

Organizācijas YEPP EUROPE īstenoja projektu "Songs for Rights". Dažādās vidēs un ar dažādām mērķgrupām gūtā pieredze liecina, ka piedalīšanās nodarbībās, radošo dziesmu rakstīšanas, komponēšanas un ierakstīšanas prasmes uzlabo bērnu un jauniešu pašapziņu un pašvērtējumu. Tas, ka viņu radītais rezultāts - dziesma un videoklips - tiek popularizēts YouTube un citās sociālo mediju platformās, bieži vien ir motivējošs faktors bērniem un jauniešiem. Turklāt mācīšanās caur mūziku un dziesmu rakstīšanu un producēšanu, kurā tiek pausts viņu pašu viedoklis, uzskati un radošums par tādām tēmām kā cilvēktiesības vai cīņa pret klimata pārmaiņām, dod iespēju dalībniekiem apzināties savu atbildību un iespēju kaut ko mainīt, kā arī aktīvi cīnīties par pozitīvām pārmaiņām.

Kā liecina pētījumi un daudzi mūzikas izmantošanas piemēri, mūzika iedarbojas uz cilvēku emocionālo līmeni[1], tāpēc mūzika ir ļoti spēcīgs līdzeklis ideju, vērtību un mērķu izplatīšanai un popularizēšanai. Domu un viedokļu paušana ar melodijas un teksta starpniecību dod iespēju pievērsties jebkurai tēmai; tai skaitā tādām tēmām, ar kurām klausītājs uzreiz neasociējas. Mūziku plaši izmanto arī miera, mīlestības, vienlīdzības, solidaritātes, cilvēktiesību un taisnīguma veicināšanā. Daži spilgti piemēri ir līdzekļu vākšana LiveAid koncertā 1985. gadā, lai risinātu bada krīzi Etiopijā, pianista Daniela Barenboima miera koncerti, kas veicina mieru starp palestīniešiem un izraēliešiem. Šādu piemēru ir daudzi. Svarīgi ir dziesmu vārdi un nolūks, ar kādu mūzika tiek izmantota, lai uzrunātu cilvēku prātus un sirdis un lai ietekmētu viņu rīcību.



MŪZIKA KĀ KLIMATA PĀRMAIŅU VEICINĀŠANA PROJEKTĀ "COMMUNITY CHALLENGERS" IR NOZĪMĪGA TRĪS IEMESLU DĒĻ. PIRMKĀRT, IR ZINĀTNISKI PIERĀDĪTS, KA MŪZIKAI IR POZITĪVA IETEKME UZ JAUNIEŠU INTELEKTUĀLO, SOCIĀLO UN PERSONĪGO ATTĪSTĪBU[1]. OTRKĀRT, MŪZIKAI IR SVARĪGA LOMA VIŅU DZĪVĒ. LIELĀKAJAI DAĻAI PUSAUDŽU MŪZIKA IR PERSONĪBAS ATTĪSTĪBAS UN IZPAUSMES IESPĒJA. MŪZIKA VAR PALĪDZĒT JAUNIEŠIEM ATSLĀBINĀTIES UN MAINĪT GARASTĀVOKLI, KĀ ARĪ SNIĒGT IESPĒJU VEIDOT SAIKNI AR VIENAUDŽIEM (ERĪNA VALŠA, 2011). TREŠKĀRT, DZIESMAS UN VIDEOKLIPI IR VIEGLI KOPLIETOJAMI SOCIĀLAJOS PLAŠSAZIŅAS LĪDZEKĻOS, LĪDZ AR TO RADĪTĀJAM DARBAM IR MILZĪGS POTENCIĀLS ATTIECĪBĀ UZ SASNIEDZAMĪBU UN IETEKMI UZ JAUNIEŠIEM.

1 Erīna Valša (Erin Walsh) (2011), Mūzikas ietekme uz jauniešiem (Influence of Music on Youth), Spark & Stitch Institute <https://sparkandstitchinstitute.com/influence-of-music-on-youth/>

2 Sūzana Hallama (Susan Hallam) (2010), Mūzikas spēks: tās ietekme uz bērnu un jauniešu intelektuālo, sociālo un personīgo attīstību (The power of music: its impact on the intellectual, social and personal development of children and young people), International Journal of Music Education 28(3):269-289 https://www.researchgate.net/publication/242560857_The_power_of_music_its_impact_on_the_intellectual_social_and_personal_development_of_children_and_young_people

4.1 SATURA DEFINĒŠANA

Šajā nodarbībā jaunieši izvēlas vienu vai vairākus vides un klimata jautājumus, lai uzrakstītu, producētu un popularizētu savu dziesmu. Izvēlētā dziesmas tēma var būt viens vai vairāki dalībniekiem svarīgi jautājumi. Piemēram, tas var būt jautājums par rūpniecības radīto gaisa piesārņojumu, pārāk daudz automašīnu, pārmērīgs gaļas patēriņš vai ātrā mode, un citi ar ārkārtas klimata situāciju saistīti jautājumi.

Mēģinot izvēlēties dziesmas tēmu, pirmais grupas uzdevums ir atrast tematu, ar kuru grupas dalībnieki jūtas emocionāli saistīti. Lai gan ne visiem var būt līdzīgas sajūtas, emocionālas saiknes radīšana ar tēmu ir būtiska dziesmas radīšanas procesa daļa. Šī procesa laikā, kurā emocionālā saikne kļūst ļoti spēcīga, un nākamajā solī dziesmu vārdi bieži vien plūst viegli un dabiski.

Paturiet prātā, ka radītās dziesmas galvenais mērķis ir aizstāvēt klimata kustību un izmantot mūziku kā pārmaiņu rīku, lai ietekmētu citus aktīvi iesaistīties kādā konkrētā vides vai klimata jautājuma risināšanā. Kad galvenā tēma ir definēta, svarīgi noteikt dziesmas mērķus un atbildēt uz šādiem jautājumiem : "KĀPĒC mēs radām šo dziesmu?" un " KO mēs vēlamies panākt ar šo dziesmu?". Šo mērķi iesakām pierakstīt un turēt redzamu (piemēram, uz liela papīra pie sienas) dziesmas radīšanas procesa laikā.

4.2 DZIESMU PRODUCĒŠANA

Ir daudz dažādu veidu, kā kopā ar jauniešu grupu uzrakstīt un radīt dziesmu. Katrs mūziķis/mūzikas pasniedzējs dziesmu rakstīšanas un producēšanas procesam pieiet atšķirīgi. Daži grupu vada, spēlējot klavieres, citi - ģitāru vai citus instrumentus, bet vēl citi pievērš uzmanību atskaņām un ritmiem. Radošais process atbilst grupas vadošajam māksliniekam, viņa/viņas darba stilam un, protams, arī pašai dalībnieku grupai. Jāņem vērā viņu muzikālā pieredze, vecums un sociālā vai kultūras vide.

Dziesmas struktūra

Atkarībā no dalībnieku vecuma (jaunākiem bērniem, iespējams, nevajadzētu iedziļināties sīkumos), varat izskaidrot grupai dziesmas pamatstruktūru. Lai gan struktūrās var būt variācijas, šeit ir daži pamatelementi:

IEVADS: piesaista klausītāju uzmanību un iepazīstina ar dziesmu.

PANTIŅŠ: pastāsta stāstu

PĀREJA UZ PIEDZIEDĀJUMU: veido priekšstatu par piedziedājumu

PIEDZIEDĀJUMS: dziesmas galvenais vēstījums vai tēma, kas tiek atkārtota vairākas reizes

PĀREJA: savieno divas dziesmas daļas (piemēram, pantiņu ar piedziedājumu) un veido pārtraukumu vai kontrastu pārējai dziesmas daļai

NOBEIGUMS: dziesmas beigas ar fade out vai variāciju.

Šos dziesmas elementus var kombinēt dažādā garumā un secībā, lai panāktu atšķirīgus efektus. Galu galā dziesmu rakstīšana ir brīvs un intuitīvs process.

Dziesmu rakstīšanai nav zelta noteikumu. Tomēr, strādājot ar bērniem vai jauniešiem, kuriem ir maza vai nav nekādas pieredzes mūzikas radīšanā, ieteicams izmantot 4 soļu pieeju:

- 1 - IDEJU RADĪŠANAS PROCESS
- 2 - DZIESMU TEKSTU RAKSTĪŠANA
- 3 - MŪZIKAS KOMPONĒŠANA
- 4 - DZIESMU IERAKSTĪŠANA

4.2.1 IDEJU RADĪŠANAS PROCESS

Pirmais solis ir ideju ģenerēšana, kas ir kā brainstormings jeb prāta vētra bez filtra, kam seko radīto ideju vizualizācijas vai nu uz sienas, vai uz liela papīra. Lai arī šīs idejas parasti ir ļoti vienkāršas un neizstrādātas, dalībnieki diezgan ātri sāk vēlēties izteikt savas sajūtas muzikālā veidā (piemēram, dziedot dažas rindas, izspēlējot ar instrumentiem utt.).

Otrais solis ir sākt grupēt vārdus, zīmējumus un izteiktās sajūtas. Sadalot tās grupās, dalībniekiem ir iespēja pārskatīt radīto, rediģēt atsevišķus tekstus un vārdus un pat pievienot attēlus vai skaņas pie atsevišķiem vārdiem vai frāzēm, ko var izmantot dziesmā. Pastāv daudzas metodes un paņēmieni, kā definēt tēmu un radīt emocionālu saikni ar to:

Vārdu pierakstīšana uz tāfeles

Kādas frāzes vai vārdi jums nāk prātā, kad domājat par klimata jautājumiem, kurus esam apsprieduši un/vai kuri ir novērojami mūsu kopienā?

Zīmējumi

Uzzīmējiet to, ko esat piedzīvojuši, uzzinājuši vai to, ko mēs pārrunājam saistībā ar kādu vietējo klimata vai vides problēmu!

Skaņas

Kādas skaņas jums nāk prātā, kad domājat par mūsu pārrunātajiem jautājumiem? Izmantojiet savu balsi, ķermeni (ķermeņa perkusijas) vai instrumentus telpā!

Viena vārda vingrinājums

Pierakstiet vienu vārdu, kas ilustrē jūsu attieksmi pret šodien apspriestajiem vides vai klimata jautājumiem!

Haiku dzeja

Uzrakstiet haiku dzejoli par to, ko esam iemācījušies vai pārrunājuši. Haiku dzejā tradicionāli tiek runāts par abstraktām lietām vai dabas tēmām, tostarp gadalaikiem, mēnešiem, dzīvniekiem un par mazākajiem dabas elementiem, piemēram, zāles stiebriņu vai rasas pilienu.

Haiku ir trīs rindas, tā ir poētiski aprakstoša dzejas forma, kas paredzēta lasīšanai vienā elpas vilcienā. Lielākajā daļā tradicionālo haiku pirmajā rindā ir piecas zilbes jeb skaņas, otrajā rindā - septiņas, bet pēdējā rindā - piecas.[3]

HAIKU PIEMĒRI KLIMATA PĀRMAIŅU KONTEKSTĀ:

Seja asarās.

Brūnā upe traki smird.

Plastmasas zivis.

Ielās dun dusmas.

Daudz runāts, maz rīcības.

Zeme iet bojā.

[3] Haiku rakstīšanas vadlīnijas:

<https://grammar.yourdictionary.com/style-and-usage/rules-for-writing-haiku.html>

Prāta vētra caur vizualizāciju

Dalībnieki apsēžas aplī, fonā atskaņo meditatīvu mūziku. Palūdziet cilvēkiem aizvērt acis un koncentrēties uz savu elpu. Palūdziet grupai padomāt par izvēlēto dziesmas tēmu un aiciniet viņus iztēloties kādu ainu. Jautājumi, ko var uzdot: Ko jūs redzat? Kas tur ir? Kas notiek? u.c. Tas var būt cilvēks, ainava, vieta, jebkas.

Pēc tam grupa atbild uz vienkāršiem jautājumiem:

- Vai laiks ir saulains vai lietains?
- Vai mani kādu kustību? Vai tā ir lēna vai ātra?
- Izvēlieties trīs krāsas, lai raksturotu attēlu!
- Vai attēlā ir cilvēks? Kā viņš ir apģērbies?
- Kur šis cilvēks stāv?
- Kāds ir kopējais noskaņojums?

Kamēr dažādi grupas dalībnieki apraksta savas redzētās ainas, nodarbības vadītājs tās pieraksta (uz papīra vai tāfeles). Vēlāk, dziesmas teksta rakstīšanas fāzē, dalībnieki attīstīta tālāk prāta vētras laikā radušās ainas un izdomā vizuālas metaforas[1] (kas parāda, nevis apraksta!). Tipisks vizuālas metaforas piemērs, ko bieži izmanto klimata pārmaiņu kontekstā, ir attēls ar globusu saldējuma konusā, kas kūst un pil.

[4] Vizuāla metafora ir personas, vietas, lietas vai idejas reprezentācija caur vizuālu tēlu, kas akcentē kopīgu asociāciju vai līdzību. To dēvē arī par tēlainu metaforu un analogisku salīdzinājumu. (Avots: Ričards Nordkvists (Richard Nordquist) (2018) Visual Metaphor Glossary of Grammatical and Rhetorical Terms <https://www.thoughtco.com/visual-metaphor-1692595>)

4.2.2 TEKSTU RAKSTĪŠANA

Dziesmas radīšanas procesā, rakstot tekstu, iespējams, jau esat atlasījuši dažas spēcīgas frāzes piedziedājumam vai kādai citai dziesmas daļai. Mēģinot radīt dziesmas par klimata pārmaiņām un/vai vides jautājumiem, iesakām koncentrēties uz to, kā cilvēki jūtas saistībā ar šiem jautājumiem, nevis pievērsties šo tēmu teorētiskajai pusei.

Ir vairāki veidi, kā grupā rakstīt dziesmas vārdus. Metodes ir atkarīgas no tā, kurš mūziķis vada grupu (ģitārists, pianists, hiphopa mākslinieks u. c.), kāda ir grupas (muzikālā) pieredze, cik daudz materiāla jau ir savākts iepriekšējā solī (ideju izstrādē) utt. Ja strādājat ar lielu grupu, viena pieeja ir to sadalīt un rakstīt dziesmu mazākās grupās.

Darbs mazās grupās

Jūs varat sadalīt grupu mazākās grupās pa 3-5 dalībniekiem, un katra grupa var uzrakstīt vienu dziesmas pantiņu.

Dziesmas piedziedājumu var sacerēt kopējā grupā. Turklāt dažas frāzes (pirms) piedziedājuma var būt radušās jau iepriekš, ideju izstrādes procesā.

Pāreja, ievads un nobeigums ir mazāk svarīgi salīdzinājumā ar dziesmas pantiņiem un piedziedājumu. Tos var pievienot vēlāk, tie var rasties spontāni procesa laikā, un dažās dziesmu struktūrās nav ne ievada, ne nobeiguma, ne pārejas.



SVARĪGI ŅEMT VĒRĀ!



CILVĒKIEM IR DAŽĀDAS PRASMES UN VĒLMES, UN NE VISIEM IR VIEGLI RAKSTĪT TEKSTUS VAI DZIEDĀT. TĀPĒC VĒL VIENS VEIDS, KĀ SADALĪT GRUPU, IR IZVEIDOT APAKŠGRUPAS, KAS KONCENTRĒJAS UZ DAŽĀDĀM DZIESMAS DAĻĀM, PIEMĒRAM, TEKSTU, DEJU, FILMU (JA VĒLATIES IZVEIDOT VIDEOKLIPU SAVAI DZIESMAI) UN, PROTAMS, MŪZIKU, KURĀ PIEDALĀS TIE DALĪBNIKĪ, KURI PROT SPĒLĒT KĀDU INSTRUMENTU.

4.2.3 MŪZIKAS KOMPONĒŠANA

Komponēt dziesmu var dažādos veidos. Piemēram, nodarbības vadītājs vai kāds pieaicināts mūziķis piedāvā melodijas vai idejas, spēlējot kādu instrumentu (ģitāru, klavieres u. c.) un dziedot pantiņus vai piedziedājumu. Bieži vien dalībnieki jau ir izdomājuši melodiju, kas atbilst viņu dziesmas tekstam. Šādā gadījumā nodarbības vadītājam jācenšas neuzspiest stilu vai ritmu, un jāpalīdz tikai vajadzības gadījumā. Šajā radošajā procesā mūzikālais vadītājs var palīdzēt dalībniekiem arī ar taktsmēru vai kopējo dziesmas struktūras ritmu.

Ja tika izmantota prāta vētras metode ar meditāciju, nodarbības vadītājs un dalībnieki var sākt spēlēt savus instrumentus, mēģinot radīt mūziku, balstoties brainstorming laikā prātā ienākušajās ainās un uz tāfeles pierakstītajiem atslēgas vārdiem.

Bieži vien dalībnieki jau izjūt ritmu vai ātrumu. Jūs varat iesaistīt cilvēkus ritma veidošanā, lūdzot viņus radīt kādu pamata ritmu, izmantot perkusijas vai internetā pieejamos bungu ritmu paraugus (ir daudz bezmaksas lietotņu ar ritma paraugiem, piemēram, Loopz, Beatmaker u. c.).

Kad jums ir gatavs ritms, varat pievienot melodiju un mēģināt izdziedāt dažas teksta daļas vai dungot - "hmmhmmhmmmm". Tas palīdz radīt atmosfēru, un dalībnieki sāk lēnām vienoties par melodiju, kas plūst kopā ar tekstu.

Dažreiz teikumam jau ir sava melodija, kad tas tiek nolasīts skaļi. Tomēr, ņemot teikumu un mēģinot atrast veidu, kā to izdziedāt, vai atrast labu melodiju, var būt sarežģīti. Dažreiz tas vienkārši neizdodas, jo kādā vārdā var būt pārāk daudz zilbju.

Tieši tāpēc ideju ģenerēšanas process ir tik svarīgs. Jūsu tēma ir skaidra, un dalībnieki jūtas tai emocionāli piesaistīti. Kad dalībnieki jūtas emocionāli piesaistīti tēmai, viņi ir mazāk pieķeras konkrētiem vārdiem vai frāzēm un vieglāk pielāgojas, atrodot jaunus vārdus, kas darbojas labāk.

Attiecībā uz mūzikas kompozīciju nodarbības vadītājam ir jābūt ļoti elastīgam. Grupā var būt dalībnieki, kuri jūtas cieši saistīti ar noteiktiem mūzikas žanriem (hip-hop, rock u. c.), un tas var ietekmēt lēmuma pieņemšanu. Nodarbības vadītājam svarīgi būt atvērtam un pārliecināties, ka visi grupas dalībnieki piekrīt un pieņem kopīgi izdarīto izvēli. Paturiet prātā arī to, ka vienā dziesmā var iekļaut dažādus žanrus (piemēram, melodiska balāde sajaukta ar hiphopa elementiem).

Kā jau minēts iepriekš, daloties apakšgrupās, ir svarīgi izmantot arī dažādus dalībnieku talantus. Dažiem var nepadoietes melodijas, taču viņi ir lieliski ritmu radītāji. Tad jūs varat izmantot viņu ritmu talantus, nevis uzstāt, lai viņi sacer melodijas vai dzied.

4.2.4 DZIESMU IERAKSTĪŠANA

Atkarībā no aprīkojuma dziesmu var ierakstīt vai nu ierakstu studijā, vai arī individuāli, izmantojot salīdzinoši lētu aprīkojumu. Papildus izmantotajam aprīkojumam ir ļoti svarīgi, lai dziesmas ierakstīšanas procesu atvieglotu vai vadītu persona, kas ir pieredzējusi un prot izmantot aprīkojumu, neatkarīgi no tā, vai tas notiek profesionālā studijā vai mājās ar (vienkāršu) mikrofonu un datoru.

Pirmais variants: ierakstīšana (studijā) kopā ar mūziķi

Dziesma tiek ierakstīta kopā ar nodarbības vadītāju vai mūziķi, kuram ir pietiekama pieredze un aprīkojums, lai ierakstītu dziesmu un miksētu skaņu. Instrumenti (ja grupā ir mūziķi) tiek ierakstīti atsevišķi, sākot ar ritmu vai bungām, lai visi pārējie instrumenti pielāgotos šim ritmam.

Atsevišķi tiek dziedāti arī dziesmu vārdi, un beigās nodarbības vadītājs vai mūziķis visu saliek kopā, izmantojot skaņas montāžas programmu.

Ja vēlaties, dažādas balsis var ierakstīt arī atsevišķi. Tas ir paņēmiens, kas var uzlabot dziesmas kvalitāti. Tomēr tas jā dara uzmanīgi un delikāti, lai citi dalībnieki nejostos atstumti vai greizsirdīgi. Ja grupā valda labs komandas gars, ja dalībnieki cits citu zina un atbalsta, tad tas var izdoties.

Svarīgākais ir dziesma un grupas radīšanas process, nevis individuālā loma tajā. Lai izvairītos no atstumtības sajūtas, varat likt "labajām" balsīm dziedāt dažādas rindas vai dziesmas daļas, kuras nedzied pārējie grupas dalībnieki, šīs balsis var arī būt pavadošie vokāli. Vēl viens veids, kā panākt, lai visi justos iesaistīti, ir tāds, ka katrs dalībnieks atrod savu lomu dziesmā, sadaloties mazākās grupiņās (dziesmas rakstīšana, dziedāšana, instrumentu spēlēšana, deja, filmēšana u. c.), kā aprakstīts iepriekš.

Paturiet prātā arī to, ka pirms došanās uz studiju vai ieraksta veikšanu ir ļoti lietderīgi ieplānot pietiekami daudz laika dziesmu vārdu izdziedāšanas treniņam. To var izdarīt jau iepriekš, un jūs varat ierakstīt mēģinājumu telefonā, lai cilvēki varētu vairākas reizes noklausīties ritmu, melodiju un dažas rindas pirms oficiālā ieraksta veikšanas. Ja tas netiek darīts un dalībnieki pirms tam nav pietiekami vingrinājušies, oficiālā ieraksta laikā viņiem bieži ir jāatkārto rindas, un tas var kļūt ļoti apgrūtinoši. Paturiet prātā arī to, ka dziedāšana studijas mikrofonā var radīt satraukumu.

Otrais variants: ierakstīšana, izmantojot iepriekš sagatavotas dziesmas

Ja grupā nav mūziķu un nodarbības vadītājs nav mūziķis ar zināmu pieredzi dziesmu sacerēšanā un ierakstīšanā, joprojām ir iespējams ierakstīt dziesmu, izmantojot lētākas tehnoloģijas un iekārtas. Tā vietā, lai ierakstītu dažādus instrumentu skaņdarbus, internetā un mūzikas lietotnēs var atrast jau iepriekš sagatavotus mūzikas skaņdarbus/dziesmas bez autortiesībām.

Mūzika bez autortiesībām

Šeit ir dažas vietnes, kurās varat atrast mūziku bez autortiesībām, ko var izmantot ikviens:

Bensound <https://www.bensound.com/royalty-free-music/rock>

YouTube Audio library www.youtube.com

Jūs varat arī vienkārši ierakstīt "no copyright music" Youtube meklētājā.

Artlist <https://artlist.io>

Free Music Archive <https://freemusicarchive.org>

Freesound (pārsvarā skaņu efekti vai piemēri) Freesound.org

Vokālu ierakstīšana

Kad esat atradis sev tīkamu dziesmu, varat pielāgot rakstīto tekstu dziesmai un ierakstīt savu vokālu, klausoties dziesmu austiņās.

Mēs iesakām ierakstīt balsi, izmantojot **kondensatora mikrofonu**, kas ir pieejams sākot no 40 EUR. Iegūtā skaņas kvalitāte ir ļoti laba, un tajā ir vērts ieguldīt. Ja jums nav kondensatora mikroфона un nevarat to iegādāties, vokāla ierakstīšana ar *Iphone* vai citiem viedtālruniem arī var nodrošināt pārsteidzoši labu kvalitāti.

Kad esat lejupielādējis dziesmu no kādas no iepriekš minētajām vietnēm un ierakstījis vokālu, varat to **samiksēt** skaņu miksēšanas programmā. Ir pieejamas vairākas programmas, ļoti vienkārša ir GarageBand, kas ir pieejama bez maksas visos Apple datoros. Varat viegli importēt savu dziesmu un vokālu un samiksēt tos, lai izveidotu gala variantu.

4.3 VIDEO KLIPU VEIDOŠANA

"Attēls izsaka vairāk kā tūkstošiem vārdu" - tātad, lai palielinātu savas dziesmas ietekmi, varētu būt noderīgi izveidot dziesmas videoklipu ar ko vēlāk dalīties sociālajos tīklos vai citos medijos.

Iespējām un radošumam nav nekādu robežu, un filmēšanu var veikt ar neprofesionālu aprīkojumu, piemēram, nelielu videokameru vai pat telefonu. Videoklipam var būt sarežģīta struktūra, kas attēlo stāstu (pat izveidojot sižetplānu), bet var arī rīkoties vienkārši un ierakstīt interesantus kadrus, kurus pēc tam samontēt. Ja jūsu komandā/grupā nav kāda, kas varētu rediģēt videoklipa kadrus, varat izmantot arī viegli lietojamas bezmaksas programmas, piemēram, iMovie. Šeit ir daži ieteikumi interesantiem kadriem jūsu dziesmas videoklipa veidošanai:

Dziesmas radišana

Jūs varat nofilmēt nodarbības, kurā jūsu grupa apspriež dziesmas tēmu, sacer dziesmu, dzied utt.

Dziesmas ieraksts

Filmējot dziesmas ierakstīšanas procesu var iegūt ļoti noderīgus kadrus. Instrumentu un/vai vokāla ierakstīšana arī var būt ļoti noderīga. Efektīvi var būt parādīt dalībniekus, kas mikrofonā dzied dziesmas piedziedājumu.

Dejošana

Tā kā dejošana var būt veids, kā vizualizēt mūziku, arī dažu grupas dalībnieku dejas kustību filmēšana var būt ļoti labs materiāls.

Ainas par šo tēmu

Ja jūsu dziesma ir par vides vai klimata problēmām jūsu kopienā, varat filmēt attēlus, kas ar tām ir tieši saistīti (piemēram, gaisa piesārņojums, (plastmasas) atkritumi, upe, daba (koki, ziedi utt.)).



SVARĪGI



VIDEOKLIPA FILMĒŠANAS LAIKĀ, JUMS IR JĀSAŅEM CILVĒKU RAKSTISKA PIEKRIŠANA, LAI JŪS VARĒTU VIŅUS FILMĒT UN IZMANTOT UZŅEMTO MATERIĀLU. PIEKRIŠANAS VEIDLAPĀ IR JĀPASKAIDRO, KĀ JŪS IZMANTOSIET UZŅEMTO MATERIĀLU (PIEMĒRAM, PUBLICĒSIET SOCIĀLAJOS PLAŠSAZIŅAS LĪDZEKĻOS UTT.). INTERNETĀ IR PIEEJAMAS VEIDNES, LAI NODROŠINĀTU ATBILSTĪBU GDPR (VISPĀRĪGĀ DATU AIZSARDZĪBAS REGULA). JA PERSONAS IR NEPILNGADĪGAS, JUMS IR NEPIECIEŠAMA ARĪ VIŅU VECĀKU PIEKRIŠANA!

Lai ar savu dziesmu (un videoklipu) veicinātu rīcību klimata jomā un iestātos par pozitīvām pārmaiņām, ieteicams pārdomāt, kādi ir jūsu dziesmas mērķi, ko vēlaties sasniegt un ietekmēt (kas ir jūsu mērķa grupa) un kādus kanālus vēlaties izmantot. Atkarībā no atbildēm uz šiem jautājumiem jūs varat izvēlēties (sociālo) plašsaziņas līdzekļu kanālus, kopienas pasākumus, jauniešu festivālus u.tml., kur prezentēt savu dziesmu.

4.4 IZVĒRTĒŠANAS JAUTĀJUMI

Kā minēts iepriekšējās nodaļās, pēc katras nodarbības ir ļoti svarīgi veikt pienācīgu izvērtēšanu, lai apkopotu gūto pieredzi un ņemtu to vērā turpmākajos procesos. Turpmāk minētie jautājumi ir piemēri, un katrs nodarbības vadītājs tos var pielāgot konkrētajai situācijai, dalībniekiem un nodarbības pieredzei.

Jautājumi dalībniekiem:

- Ko jūs iemācījāties abās nodarbības dienās?
- Vai jums šķiet, ka jūsu domas un idejas ir labi atspoguļotas jūsu radītajā performancē?
- Vai jūs motivētu citus radīt pašiem savas dziesmas un/vai videoklipus? Vai drīzāk turpināt jūsu iesākto, lai veicinātu izpratni par klimata jautājumiem un vietējām vides problēmām?
- Vai jūs uzskatāt, ka jūsu muzikālais darbs ir piemērots veids, kā uzrunāt vietējo lēmumu pieņēmēju vai pašvaldības pārstāvi un iestāties par pārmaiņām?
- Vai jūs jūtaties spējīgi izmantot mūziku kā līdzekli, lai paustu savu viedokli?
- Kādi ir jūsu ieteikumi vai pieredze, ar ko jūs vēlētos dalīties ar jauniešiem citās Eiropas valstīs, kuri nākotnē piedalīsies līdzīgās nodarbībā?
- Vai jūs vēlētos dalīties ar savu stāstu?

Jautājumi nodarbību vadītājiem

- Vai esat sasniedzis nodarbības mērķus?
- Ar ko jūs vēlētos dalīties ar citiem pasniedzējiem vai jaunatnes darbiniekiem, kas vada šādas nodarbības?
- Vai jūtaties motivēti vadīt šādas nodarbības un saistīt tās ar citiem mākslas izaicinājumiem? Ja jā, kuru jūs izvēlētos?

OTRĀ DAĻA: UZŅĒMĒJDARBĪBAS IZAICINĀJUMS

Ir daudz veidu, kā vietējās kopienas meklē risinājumus cīņai ar klimata pārmaiņām. Tas, kas ir kopīgs visiem šiem procesiem ir rīcība un izpratnes veicināšana. Šī rokasgrāmatas daļa ir veltīta darbībai.

Šīs rokasgrāmatas mērķis ir attīstīt jauniešu kompetences uzņēmējdarbībā, pievēršot uzmanību ilgtspējai, zaļajām prasmēm un ieinteresēto pušu sadarbībai.

Galvenā uzmanība tiek pievērsta uzņēmējdarbības garam un sociālo prasmju attīstīšanai, vienlaikus radot alternatīvus risinājumus, kas var mainīt mūsu pašreizējo attieksmi pret vidi.

Vadoties pēc šīs rokasgrāmatas, jūs varēsiet:

- Rīkot problēmu risināšanas pasākumu;
- Mainīt esošos vai radīt alternatīvus risinājumus, lai mainītu mūsu izturēšanos pret savu vidi;
- Izpētīt un definēt risināmo problēmu;
- Aktīvi risināt problēmas, ģenerējot idejas;
- Pārbaudīt savas idejas un pielāgot tās lietotāju vajadzībām;
- Strādāt komandā un konsultēties ar mentoriem;
- Veidot ilgtspējīgus risinājumus un uzņēmējdarbības modeļus;
- Skaidri un saskaņoti prezentēt savas idejas.

5.1 KAS IR HAKATONS?

Hakaton ir problēmu risināšanas pasākums. Individuāli dalībnieki un komandas sanāk kopā tiešsaistē vai klātienē ar kopīgu mērķi - atrisināt kādu problēmu, kas viņiem rūp. Praktisku un radošu inovāciju ieviešana jūsu kopienās vai darba vidē - tas ir hakatona mērķis.

Kas ir "Community Challengers" hakatons?

"Community Challengers" hakatons ir divas ar pusi dienas garš, intensīvs, interaktīvs pasākums, kura laikā dalībnieki piedalās īsas uzņēmējdarbības teorijas ievadnodarbībās, komandu mentoringa sesijās un patstāvīgā komandas darbā. Process rada interesantu un inovatīvu vidi, kas motivē dalībniekus domāt ārpus rāmjiem, attīstīt problēmu risināšanas prasmes, kritisko domāšanu, ģenerēt idejas, pētīt problēmas un domāt radoši.

Risinot virkni uzdevumu, viņi attīsta idejas un mācās organizēt savu laiku, vadīt projektu un strādāt komandā. Risinot vides problēmas, viņi kļūst par aktīviem pārmaiņu veicinātājiem savās vietējās kopienās, radot ilgtspējīgus sociālās uzņēmējdarbības modeļus.

5.2 PASĀKUMA STRUKTŪRA UN SAGATAVOŠANA

Sagatavošanās un plānošana ir svarīga jebkura pasākuma, nodarbības vai apmācību sastāvdaļa. "Community Challengers" hakatons nav izņēmums. Ir jāveic vairāki soļi, lai nodrošinātu, ka viss ir labi organizēts.

Viena no vissvarīgākajām lietām ir pareizo cilvēku atrašana.

Tas ietver:

- Dalībniekus: jaunieši vai jauniešu grupa, kas piedalās, meklē risinājumus un uzlabo savas prasmes;
- Mācību vadītājs: organizē pasākumu un vada nodarbības programmas laikā;
- Mentors: strādā individuāli ar komandām un sniedz atbalstu, kad tas nepieciešams. Mentors var būt uzņēmējs vai persona, kurai ir pieredze uzņēmējdarbībā/uzņēmējdarbības projektos.

Dalībnieki

Pieteikties dalībai šajā pasākumā var jebkurš jaunieši. Lai piedalītos, nav nepieciešamas nekādas prasmes vai zināšanas. Jaunieši var piesaistīt dalībniekus no savas vietējās kopienas vai plašākas ģeogrāfiskās teritorijas, ja pasākums notiek tiešsaistes vidē.

Mēs iesakām pieteikšanās procesā izmantot vienkāršu veidlapu ar pamatinformāciju par pasākumu.

Padomi un ieteikumi

- Esiet gatavi pieņemt gan grupu, gan individuālus pieteikumus. Vienmēr varat izveidot grupas no individuāliem pieteikumiem vai pievienot individuālu dalībnieku jau izveidotai grupai, lai radītu inovatīvu ieguldījumu. Komandās jābūt 2-6 dalībniekiem.
- Dažiem dalībniekiem jau būs idejas par problēmas risinājumu, bet dažiem nebūs, un tas ir labi. Process ir izstrādāts tā, lai ņemtu vērā abus.
- Šim pasākumam ir piemērota apmēram 30 cilvēku liela grupa, bet kopumā nekādu ierobežojumu nav.

5.3 PASĀKUMA VADĪTĀJS/MODERATORS

Pasākuma vadītājs/moderators pasākuma laikā “valkā vairākas cepures” un ir atbildīgs gan par nodarbības organizēšanu un vadīšanu, gan par visa pasākuma moderēšanu, gan par saziņu ar dalībniekiem un mentoriem. Šo lomu var pildīt viena persona vai arī šo lomu var sadalīt mazākos pienākumos vairākiem cilvēkiem.

Padomi un ieteikumi

Ja pasākums notiek tiešsaistē, iesakām piesaistīt tehniskā atbalsta speciālistu.

5.4 MENTORI

Mentora profils: lielākajai daļai cilvēku piemīt spēja būt mentoriem, bet būt labam mentoram ir kas cits. Labi mentori ir cilvēki ar attīstītu sociālo prasmju kopumu. Viņiem ir labas klausīšanās prasmes, empātija, viņi prot sniegt atgriezenisko saiti un dot padomus. Viņi spēj motivēt un izaicināt dalībniekus rast risinājumus, kā arī vajadzības gadījumā sniegt atbalstu. “Community Challengers” hakatonā mentoriem ir jāpiemīt arī zināšanām un pieredzei uzņēmuma veidošanā vai pasākumos, kas koncentrējas uz problēmu risināšanu un risinājumu meklēšanu noteiktā laika posmā. Turklāt ideālā gadījumā viņiem jābūt pieredzei ar klimata pārmaiņām saistītos projektos.

Pasākumi mentoru iesaistīšanai

Solis Nr. 1: pārbaudiet savus profesionālos tīklus un identificējiet potenciālos mentorus.

Solis Nr. 2: uzaiciniet mentoru uz tikšanos un dalieties ar pamatinformāciju par pasākumu un gaidāmajiem pienākumiem:

- Mentori divas ar pusi dienas ilgajā pasākumā sniegs atbalstu komandām un palīdzēs tām izstrādāt idejas, lai radītu ilgtspējīgus risinājumus klimata pārmaiņu problēmām.
- Katra komanda identificēs problēmu (ar konkrētu tematisko mērķi), un nedēļas nogali vai divas citas dienas pavadīs, meklējot risinājumu šai problēmai. Grupām tiks sniegta palīdzība ar īsu apmācību formā, kā arī caur individuālu atbalstu un mentora konsultācijām. Kopumā paredzētas trīs mentoringa sesijas.
- Pēc pasākuma mentori tiks aicināti piedalīties noslēguma prezentācijās.

5.5 PASĀKUMA STRUKTŪRA

Jūs organizējat problēmu risināšanas pasākumu. Kā norādīts aprakstā, jums ir jāizvēlas problēma vai uzdevums, kas jārisina. Tas var būt ļoti konkrēts vai arī nekonkrēts izaicinājums. Jūs varat izvirzīt arī vairākus izaicinājumus.

Izvirzot nekonkrētu izaicinājumu, jūs ļaujat dalībniekiem izlemt, uz kuru izaicinājuma daļu viņi vēlas koncentrēties.

Nekonkrēta uzdevuma piemērs: Klimata pārmaiņas.

Sniedzot konkrētu piemēru, jūs izvirzāt mērķtiecīgākus uzdevumus, kas var pavērt dažādas partnerības, sadarbības un ietekmes iespējas. Nosakot konkrētu izaicinājumu/izaicinājumus, jūs varat padomāt par tiem izaicinājumiem, kas ir aktuāli jūsu vietējā kopienā, piemēram:

- pārtēriņa samazināšana;
- ūdens kvalitāte;
- tīrs gaiss.

Padomi un ieteikumi

Paskaidrojiet uzdevumu īsi un konkrēti, lai dalībniekiem tas būtu skaidrāks. Neaizmirstiet informēt un popularizēt savu izaicinājumu/izaicinājumus un pasākumu sociālajos tīklos un citos kanālos.

“Community Challengers” hakatons ir intensīvs pasākums, kurā ik stundu notiek mentorings, nodarbības un patstāvīgs komandas darbs. Komandas kopā pavadīs 15 stundas, strādājot pie saviem risinājumiem ar mācību vadītāju un mentoru palīdzību. Pasākuma laikā notiks 4 nodarbības, 3 mentoringa sesijas un īspretentācija (pitch). Īso darbnīcu laikā komandas apgūs uzņēmējdarbības pamatjēdzienus un pēc tam šīs jaunās zināšanas pielietos mentoringa sesijās un komandas darbā.

Nodarbības un mentoringa sesijas nedrīkst būt garākas par 30 minūtēm katra. Tas nodrošinās pietiekami daudz laika grupu darbam un līdz arī to lēmumu pieņemšanas un organizatorisko prasmju attīstīšanai.

Structure Example

Pirms pasākuma	Pirmā diena	Otrā diena	Trešā diena	Pēc pasākuma
Īsa tikšanās ar mentoru (30 min)	Darbības uzsākšana (10 min)	Mentoring (30 min katrai komandai)	Nodarbība "Kā noprezentēt ideju" (30 min)	Nākamo soļu nodarbība (60 min)
	Ideju ģenerēšanas spēle (20 minūtes)	Otrā nodarbība - prototipu veidošana/ klienta profils/ vērtības piedāvājums (30 minūtes)	Komandas darbs (120 minūtes)	
	Pirmā nodarbība - izpēte un problēmas definēšana (20 - 30 minūtes)	Darbs komandā (120 minūtes)	Mentoring (30 minūtes katrai komandai)	
	Darbs komandā (90 minūtes)	Trešā nodarbība - Biznesa modeļi un finanses (30 minūtes)	Komandas darbs (120 minūtes)	
		Darbs komandā (60 minūtes)	Īsprezentācijas (pitch)	
		Mentoring (30 minūtes katrai komandai)	Pasākuma beigas	
		Komandas darbs (60 minūtes)		

Procesa tabulas izmantošana var palīdzēt atspoguļot jautājumu un uzdevumu kopumu, kas ļauj komandām sekot līdzi savam darbam, sasniegt starpposma mērķus un attīstīt uzņēmēju domāšanas veidu. Katrai komandai pasākuma norises sākumā tiek izsniegta procesa tabula (Resursi Nr. 3).

Padomi un ieteikumi

Procesa tabulas izveidei var izmantot dažādus rīkus. Tā var būt vienkārša tabula ar jautājumiem un uzdevumiem vai arī detalizētāk izstrādāta PowerPoint prezentācija. Katrā slaidā var būt viens jautājums/izaicinājums.

Varat izmantot arī dažādus tiešsaistes rīkus, piemēram, Padlet (<https://padlet.com/>) vai tiešsaistes tāfeli Jamboard. Šie tiešsaistes rīki ļauj pievienot pamatinformāciju, piemēram, saites un darba lapas, ko dalībnieki varētu izmantot. Padomājiet, kas ir labākais variants jūsu dalībniekiem, un esiet radoši!

Tiešsaistes vidē nav viegli veidot komandas un strādāt kopā. Pievienojiet procesa tabulā dažus izaicinājumus, kas ļaus komandām labāk sadarboties. Piemēram:

<i>Izveidojiet traku komandas foto!</i>	<i>Kādi ir veiksmīgas tiešsaistes komandas aspekti?</i>	<i>Izveidojiet vadlīnijas, kā strādāt kopā kā komandai (Kādi ir mūsu komandas riski? Kādas lietas mums vajadzētu sākt vairāk praktizēt kopā kā komandai?)</i>	<i>Izveidojiet komandas rituālu/deju/dziesmu vai tml. Izveidojiet un augšupielādējiet līdz 30 sekunžu garu video par šo aktivitāti!</i>
---	---	---	---

Sagatavošanās

Katras hakatona komandas vieta ir pielāgota darbam grupās. Katrai grupai ir kancelejas preces, rakstāmie un papīri. Ja iespējams, noorganizējiet klusāku darba vietu mentoringa un īsprezentāciju treniņa vajadzībām.

Ja pasākums notiek tiešsaistes vidē, viss tiek organizēts, izmantojot kādu videokomunikācijas platformu/programmu, kurā notiks nodarbības un mentorings.

Tiešsaistes vidē komandas darbs tiek organizēts pa komandām. Tās var gan tikt klātienē un strādāt kopā, gan organizēt savu tiešsaistes saziņas kanālu.

Padomi un ieteikumi

- Klātienē - sāciet un pabeidziet pasākumu ar tīklošanos. Pusstunda pirms un pēc pasākuma ļaujiet cilvēkiem iepazīties. Atspirdzinošie dzērieni palīdz radīt atmosfēru un rosināt sarunas.
- Klātienē - mēģiniet savu pasākumu rīkot pilnībā bez atkritumiem. Nodrošinot dzērienus, izmantojiet pārstrādājamas un atkārtoti lietojamas preces un skaidri informējiet dalībniekus par to, kā samazināt atkritumu daudzumu pasākuma laikā. Izveidojiet komposta/šķirošanas/pārstrādes stacijas. Lūdziet dalībniekus ņemt līdzi klēpj datorus un mēģiniet izvairīties no papīra izmantošanas.
- Tiešsaistē - pārtraukumu telpas (breakout rooms) ir ļoti svarīgas mentoringa organizēšanā, tāpēc pārliedcinieties, ka esat izvēlējis videokomunikācijas platformu/programmu, kurā ir šāda iespēja.
- Tiešsaistē - ziņapmaiņas kanāla izveide ar komandām atvieglos un padarīs efektīvāku saziņu reālajā laikā (Telegram, Whastapp vai citi čati).
- Tiešsaistē - veiciet tehnisko pārbaudi un izskaidrojiet rīkus un video komunikācijas platformas lietošanu pasākuma sākumā. Tas var būt noderīgi dalībniekiem, kuriem nav pieredzes ar tiešsaistes pasākumiem.
- Sagatavojieties jau laicīgi. Izvēlieties un rezervējiet norises vietu, nosūtiet ielūgumus mentoriem un 30-40 dienas pirms pasākuma izsludiniet pieteikšanos.
- Pārliedcinieties, ka ir saņemts mentoru apstiprinājums par dalību!
- Jaunieši ir šī pasākuma būtiskākā daļa, tāpēc aiciniet citus kopienas jauniešus pievienoties šim procesam.
- Izaicinājumu lapas ir labs veids, kā pārliedcināties, ka ikviens zina, kas viņam ir jādara.
- Pieaiciniet vienu vai divus brīvprātīgos, kas palīdzētu vadīt pasākumu. Starp uzdevumiem var atvēlēt laiku arī priekšnesumiem, dziedāšanai kopā vai citām jautrām aktivitātēm.

5.6 NODARBĪBAS

Šī mācību rokasgrāmata sniegs ieskatu uzņēmējdarbības pamatos, izmantojot konkrētu nodarbības paraugu, kas palīdzēs jauniešiem attīstīt savas zaļās idejas.

Turpmākajās lappusēs atradīsi detalizētus aprakstus šādiem soļiem:

- pasākuma vietas iekārtošana;
- ideju ģenerēšanas spēle;
- izpēte un problēmas definēšana;
- prototipa izveide;
- klientu profils;
- vērtības piedāvājums;
- biznesa modeļi un finanses;
- īsprezentācijas;
- tālākā rīcība.

5.6.1 . SĀKUMS: PASĀKUMA VIETAS IEKĀRTOŠANA

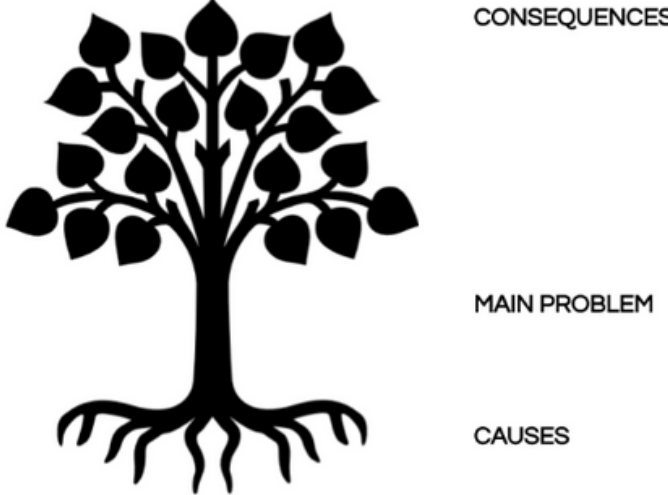
<p>Mērķis: sasveicināties ar visiem klātesošajiem, iepazīstināt ar darba kārtību.</p>	
<p>Vēlamie rezultāti: skaidra izpratne par procesu un atskaites punktiem.</p>	
<p>Laiks: 10 - 15 minūtes</p>	<p>Moderators sveic dalībniekus un iepazīstina ar komandu, mentoriem un pasākuma plānu.</p>
<p>Materiāli: PowerPoint prezentācija, procesa tabula</p> <p>Ja tiešsaistē: videokomunikācijas platformas saite</p>	<p>Aktivitātes: Iepazīstiniet ar visu informāciju, nodarbības norises laiku, darba veidiem, instrumentiem un darba lapām, ko izmantosiet. Nosakiet vadlīnijas kopīgam darbam.</p> <p>Tiešsaistē: Pēc iepazīšanās ar pamatinformāciju dalībniekiem ir iespēja veikt tehnisko pārbaudi, izmēģināt visus rīkus un platformas, kas tiks izmantotas pasākuma laikā.</p>
<p><i>Padomi un ieteikumi: Kopīga darba vadlīniju izveide var būt papildus aktivitāte visiem dalībniekiem.</i></p>	

5.6.2 PIRMĀ SESIJA: IDEJU ĢENERĒŠANAS SPĒLE

Mērķis: likt visiem domāt radoši un ģenerēt idejas.	
Vēlamie rezultāti: problēmu risināšanas un radošo prasmju attīstīšana.	
Laiks: 15- 20 minūtes	<p>Aktivitātes:</p> <p>Dalībnieki tiek sadalīti komandās. Katrai komandai ir uzdevums padomāt par vienu īpašības vārdu, kas raksturo viņu komandu. Viņiem šis īpašības vārds ir jāpieraksta.</p>
<p>Materiāli: pildspalva un papīrs, PowerPoint prezentācija, procesa tabula</p> <p>Ja tiešsaistē: video saziņas platformas saite</p>	<p>Dalībnieki izvēlas vienu komandas biedru, kura uzdevums ir domāt par jebkuru lietvārdu, kas sākas ar viņa/viņas vārda pirmo burtu. Viņiem šis lietvārds ir jāpieraksta.</p> <p>Komandas nosauc šos vārdus, un moderators tos atzīmē uz lielas lapas vai PowerPoint prezentācijā. Šie vārdi tagad reprezentē komandas.</p> <p>Moderators rāda video vai fotoattēlu ar kādu klimata pārmaiņu problēmu.</p> <p>Dalībnieki apraksta fotoattēlu/video un dalās savās pārdomās par attēloto problēmu.</p> <p>Dalībniekiem ir uzdevums izdomāt radošu risinājumu klimata pārmaiņu problēmai, izmantojot divus vārdus, kurus viņi iepriekš izvēlējās kā nosaukumu.</p> <p>Piemēram, ja dalībnieki ir izvēlējušies īpašības vārdu "zaļš" un lietvārdu "zieds", viņiem ir jādomā par klimata pārmaiņu problēmas risinājumu, kas ietver šos divus vārdus. Šie divi vārdi var simbolizēt bezatkritumu produktu zīmolu "zaļais zieds" vai projektu, kura uzdevums ir pārvērst katru atkritumu poligonu par zaļo ziedu parku, vai podkāstu sēriju, kas veicinās izpratni par klimata pārmaiņām. Viņi var izmantot šos divus vārdus kā iedvesmu, zīmola nosaukumu u.tml..</p> <p>Komandām ir 5 minūtes, lai radītu vienu ideju. Pēc tam tām ir viena minūte, lai prezentētu savus radošos risinājumus.</p>
<p><i>Padomi un ieteikumi:</i></p> <p><i>Mudiniet dalībniekus izdomāt trakus un neparastus risinājumus! Esi ātrs un padari šo spēli interaktīvu, izaicini viņus, saīsinot uzdevuma izpildei doto laiku!</i></p>	

5.6.3 1. NODARBĪBA: IZPĒTE UN PROBLĒMAS DEFINĒŠANA

Pamatinformācija: lielākā daļa no mums uzskata, ka svarīgāk ir domāt par risinājumu, nevis par problēmu. Taču problēmas pārzināšana un precīza definēšana ir nozīmīgs solis, jo tā ļaus atrast labāko iespējamo risinājumu. Izpēte nekad nebeidzas. Uzņēmējiem nepārtraukti jāatjaunina un jāmaina risinājumi, jo problēma un tirgus visu laiku mainās.

Mērķis: izpētīt un definēt problēmu.	
Vēlamie rezultāti: skaidra izpratne par primāro un sekundāro pētniecību.	
Laiks: 15 - 20 minūtes	<p>Sekundārā izpēte - informācijas vākšana, kas jau pastāv kaut kur citur / kāds cits to ir radījis. To var atrast televīzijā, internetā, grāmatās u.c.</p> <p>Primārā izpēte: primārā pētniecība - informācijas vākšana, kas nekur citur neeksistē, un mums tā ir jārada pašiem. Labākais veids, kā to izdarīt, ir uzdotot jautājumus.</p> <p>Problēmkoka analīze palīdz atrast risinājumus, kartējot problēmas cēloņu un seku analīzi.</p>
<p>Materiāli: problēmkoka paraugs, PowerPoint prezentācija, procesa tabula</p> <p>Ja tiešsaistē: videokomunikācijas platformas saite</p>	 <p>CONSEQUENCES</p> <p>MAIN PROBLEM</p> <p>CAUSES</p>

Aktivitātes:

Paskaidrojiet pētniecības nozīmi uzņēmējdarbībā un pētniecības veidus. Lūdziet dalībniekus veikt sekundāro pētījumu par izvēlēto problēmu. Viņu uzdevums ir pārlūkot internetu un atrast pēc iespējas vairāk ar izvēlēto problēmu saistīto faktu un skaitļu un pierakstīt tos problēmkoka paraugā - pamatinformāciju stumbrā (cik liela ir problēma, kam ir problēma, cik daudz cilvēku tā ietekmē u.tml.), problēmas cēloņus koka saknēs un problēmas sekas zaros.

Motivējiet dalībniekus veikt primāro izpēti, intervējot cilvēkus savā vietējā kopienā vai izveidojot aptauju sociālajos tīklos. Viņi var pievienot šo informāciju problēmkoka paraugā.

Pēc problēmas izpētes veikšanas dalībnieki var sākt domāt par dažiem problēmas risinājumiem. Viņi veic sekundāro izpēti par to, kā citi risina šo problēmu, kā viņu risinājumi darbojas un vai tie ir veiksmīgi.

Padomi un ieteikumi:

- *Pārliecinieties, ka dalībnieki saprot, cik svarīgi ir veikt detalizētu izpēti.*
- *Daži dalībnieki var domāt, ka problēmas definēšana nav svarīga, jo viņiem ir "ideāls risinājums". Paskaidrojiet, ka risinājumi mainās un attīstās atkarībā no problēmas un izmaiņām tirgū un ka ikvienam vajadzētu savstarpēji pārbaudīt, vai viņi patiešām risina problēmu vispiemērotākajā veidā.*


5.6.4 2. NODARBĪBA: PROTOTIPU VEIDOŠANA

Mērķis: apgūt prototipēšanas metodi, pāriet no domāšanas uz praktisku darbošanos.	
Vēlamie rezultāti: risinājuma prototipa izveide.	
Laiks: 20 - 30 minūtes	<p>Prototips ir ātra un vienkārša idejas demonstrācija. Ir dažādi prototipu veidi, un tos var veidot no dažādiem materiāliem.</p> <p>Prototipi ļauj jums iegūt atšķirīgu priekšstatu par savu ideju. Tā izveidošana ļauj paskatīties uz savu produktu vai pakalpojumu no citiem skatu punktiem, noskaidrot iespējamās problēmas, pievienot vai izņemt kādas detaļas un pajautāt klientiem, ko viņi domā par risinājumu.</p> <p>Prototipēšana ir ideju izteikšana veidošanas procesā.</p>
Materiāli: PowerPoint prezentācija, procesa tabula, pārstrādāts papīrs, kartons, Lego, citi materiāli	<p>Aktivitātes:</p> <p>Izskaidrojiet dalībniekiem, kas ir prototips, un parādiet dažas fotogrāfijas un videomateriālus par prototipa izveidi.</p> <p>Video piemērs: https://www.youtube.com/watch?v=k_9Q-KDSb9o</p> <p>Video piemērs: https://www.youtube.com/watch?v=KjYVnBNNDrl</p> <p>Video piemērs: https://www.youtube.com/watch?v=y20E3qBmHpg</p>
Ja tiešsaistē: videokomunikācijas platformas saite	<p>Aiciniet dalībniekus no vienkāršiem materiāliem izveidot savas uzņēmējdarbības idejas (produkta vai pakalpojuma) prototipu. Ja tas ir pakalpojums, viņi var uzbūvēt vai uzzīmēt vidi vai apstākļus, kur un kā pakalpojums tiek sniegts, piemēram, vietu, veikalu, kur viņi vēlas to piedāvāt. Aiciniet dalībniekus būt pēc iespējas radošākiem, izmantot vizuālus materiālus un strādāt pašiem ar savāk rokām. Būvējot produktu, viņiem jābūvē vai jāuzzīmē detalizēti aspekti, kas ļauj ilustrēt produkta funkcionalitāti (piemēram, pogas, gaismas, slēdži utt.).</p> <p>Pēc prototipa izveides dalībniekiem jāprot izskaidrot produkta vai pakalpojuma funkcijas, kā arī visas priekšrocības, ko tas sniedz potenciālajiem lietotājiem.</p>
<p><i>Padomi un ieteikumi</i></p> <ul style="list-style-type: none">• Šī aktivitāte radīs rosīgu un radošu vidi, kas dalībniekus varētu uzlādēt un iedvesmot turpināt darbu.• Jūs varat padarīt šo darbnīcu zaļāku, rīkojot to ārā ar dabīgiem materiāliem vai izmantojot otrreizēji pārstrādātus materiālus.	

5.6.5 2.A NODARBĪBA: VĒRTĪBAS PRIEKŠLIKUMS

<p>Mērķis: uzzināt, kas ir vērtības priekšlikums un definēt sava piedāvājuma vērtību un unikalitāti.</p>	
<p>Vēlamie rezultāti: vērtības priekšlikuma izteikuma izveide.</p>	
<p>Laiks: 15 - 20 minūtes</p>	<p>Aktivitātes: Ikviens 30 sekunžu laikā prezentē savu ideju, atbildot uz šiem jautājumiem: Kāda ir jūsu ideja? Kāpēc man vajadzētu izvēlēties tieši jūsu produktu/pakalpojumu, nevis kādu citu? Šis bija pirmais solis ceļā uz jūsu vērtības priekšlikumu izveidi!</p>
<p>Materiāli: Powerpoint prezentācija, procesa tabula</p> <p>Ja tiešsaistē: videokomunikācija jas platformas saite</p>	<p>Vērtības piedāvājums ir īss skaidrojums par to, kā jūsu produkts/pakalpojums risina klientu problēmas un kāpēc viņiem vajadzētu izvēlēties tieši jūsu, nevis kādu citu uzņēmumu. Tas ir īss, vienkāršs, atmiņā paliekošs skaidrojums - kas, kā, kāpēc. Tas paskaidro - kāpēc jūs esat atšķirīgs? Kāpēc kādam būtu jāizvēlas tieši jūsu produkts/pakalpojums? Kādu vērtību jūs sniežat klientam? Paskaidro, kā jūsu produkts/pakalpojums atrisina klientu problēmas vai uzlabo viņu situāciju. Paskaidro konkrētas priekšrocības. Paskaidro, kāpēc klientam vajadzētu pirkt tieši no jums, nevis no kāda cita.</p> <p>Tas nav sauklis vai frāze. Tas ir skaidrs un atmiņā paliekošs apgalvojums, ko jūsu klienti var viegli saprast.</p> <p>Dalībnieku uzdevums ir izveidot un iztestēt savu vērtības piedāvājumu, prezentējot to cilvēkiem pasākumā/ jūsu kopienā. Pielāgojiet to atbilstoši viņu atsauksmēm!</p>

5.6.6 2.B NODARBĪBA: KLIENTU PROFILS

Mērķis: izstrādāt klienta profilu un iemācīties koncentrēties uz ideālo klientu.	
Vēlamie rezultāti: izveidot klienta profilu savam risinājumam.	
Laiks	Klients ir persona, kas pērk preces vai pakalpojumus. Klients dod naudu apmaiņā pret vērtību, ko sniedz ar savu risinājumu. Klienta pazišana palīdzēs radīt un popularizēt vērtību un padarīt jūsu uzņēmējdarbības modeli funkcionējošu.
<p>Materiāli: Powerpoint prezentācija, pielāgota personas lapa, procesa tabula</p> <p>Ja tiešsaistē: videokomunikācijas platformas saite</p>	<p>Aktivitātes: Dodiet komandām uzdevumu aprakstīt savu klientu. Palūdziet tām būt pēc iespējas konkrētākām.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> <p>Lifestyle, hobbies, what they do in free time and where they go, where and what they buy, what products/ brands they buy?</p> </div> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center;"> <p>Age, occupation, marital status, education, where they live?</p> </div> </div> <p style="text-align: right;">Beliefs, values, desires (what do they want to achieve), fears...</p> <p>aprakstīt savu klientu. Vai tas ir vīrietis vai sieviete? Ko viņš/viņa valkā? Kādā krāsā ir viņa/viņas mati? Vai viņš/viņa ir garš vai īss? Vai viņš/viņa kaut ko nēsā uz rokām? Kāds ir jūsu klienta vārds - uzrakstiet to uz papīra! Uzskaitiet - vārdu, vecumu, nodarbošanos, ģimenes stāvokli, izglītību, dzīvesvietu. Aprakstiet - dzīvesveidu, hobijus, ko viņi dara brīvajā laikā un kur dodas, kur un ko viņi pērk, kādus produktus/zīmolus viņi pērk? Saraksts - pārlicība, vērtības, vēlmes (ko viņi vēlas sasniegt), bailes.</p>
<p><i>Padomi un ieteikumi</i></p> <ul style="list-style-type: none"> Var būt vairāk nekā viens klientu segments, un katram klientu segmentam ir savs ideālais klienta profils. 	

5.6.7 3. NODARBĪBA: BIZNESA MODEĻI UN FINANSES

<p>Mērķis: uzzināt, kas ir uzņēmējdarbības modelis. Uzzināt, kā sastādīt savas uzņēmējdarbības idejas budžetu, izmantojot vienkāršu tabulu, kurā uzskaitītas visas izmaksas un ienākumi.</p>								
<p>Vēlamie rezultāti: risinājuma ilgtspējīga biznesa modeļa izveide.</p>								
<p>Laiks: 20 - 30 minūtes</p>	<p>Biznesa modelis ir plāns, kā uzņēmums pelna naudu. Tas izskaidro, ko jūs pārdodat, kā jūs to pārdodat, kam jūs to pārdodat un cik maksā tā ražošana.</p>							
<p>Materiāli: finanšu tabulas paraugs, Powerpoint prezentācija, procesa tabula</p> <p>Ja tiešsaistē: videokomunikāci jas platformas saite</p>	<p>Sniedziet dalībniekiem vairāus uzņēmējdarbības modeļu piemērus, piemēram, Netflix pelna naudu, izmantojot abonēšanas biznesa modeli, Apple pelna naudu, ražojot un pārdodot tehnoloģijas, Rent a Car pelna naudu, izīrējot automašīnas, futbola klubs pelna naudu, pārdodot spēlētājus, pārdodot TV tiesības, pārdodot biļetes uz spēlēm, pārdodot preces, piedaloties nacionālajās un starptautiskajās līgās... Jums var būt vairāk nekā viens uzņēmējdarbības modelis.</p> <p>Aktivitātes: Kopā ar dalībniekiem aizpildiet finanšu tabulu, piemēram, par kūku veikala biznesa plānu.</p> <p>Kūku veikals nopelna naudu, lai segtu savas izmaksas, pārdodot kūkas.</p> <table border="1"> <tr> <td> <p>Kam jūs tērējat naudu? Izveidojiet savu biznesa ideju preču un izmaksu sarakstu.</p> </td> <td> <p>EUR</p> </td> <td> <p>Kā jūs pelnāt naudu, lai segtu izmaksas? Paskaidrojiet savu uzņēmējdarbības modeli.</p> </td> </tr> <tr> <td> <p>Izejvielas kūku cepšanai (milti, cukurs, olas, šokolāde..) Komunālo pakalpojumu rēķini (elektrība, gāze...) Algas Iepakojums Veikala īre...</p> </td> <td></td> <td> <p>Kūku pārdošana veikalā Kūku pārdošana tiešsaistē Kūku degustāciju pasākumu organizēšana ...</p> </td> </tr> </table>		<p>Kam jūs tērējat naudu? Izveidojiet savu biznesa ideju preču un izmaksu sarakstu.</p>	<p>EUR</p>	<p>Kā jūs pelnāt naudu, lai segtu izmaksas? Paskaidrojiet savu uzņēmējdarbības modeli.</p>	<p>Izejvielas kūku cepšanai (milti, cukurs, olas, šokolāde..) Komunālo pakalpojumu rēķini (elektrība, gāze...) Algas Iepakojums Veikala īre...</p>		<p>Kūku pārdošana veikalā Kūku pārdošana tiešsaistē Kūku degustāciju pasākumu organizēšana ...</p>
<p>Kam jūs tērējat naudu? Izveidojiet savu biznesa ideju preču un izmaksu sarakstu.</p>	<p>EUR</p>	<p>Kā jūs pelnāt naudu, lai segtu izmaksas? Paskaidrojiet savu uzņēmējdarbības modeli.</p>						
<p>Izejvielas kūku cepšanai (milti, cukurs, olas, šokolāde..) Komunālo pakalpojumu rēķini (elektrība, gāze...) Algas Iepakojums Veikala īre...</p>		<p>Kūku pārdošana veikalā Kūku pārdošana tiešsaistē Kūku degustāciju pasākumu organizēšana ...</p>						

Palūdziet dalībniekiem aizpildīt tabulu un uzskaitīt visas izmaksas, kā arī paskaidrot savu uzņēmējdarbības modeli.
Lūdziet dalībniekus padomāt par savu produktu vai pakalpojumu cenām un pierakstīt arī tās.

Kam jūs tērējat naudu? Izveidojiet savu biznesa ideju preču un izmaksu sarakstu.	EUR	Kā jūs pelnāt naudu, lai segtu izmaksas? Paskaidrojiet savu uzņēmējdarbības modeli.

5.6.8 4. NODARBĪBA: PITCH JEB ĪSPREZENTĀCIJA

Mērķis: iemācīties, kā pārliecinoši prezentēt savu ideju un uzstāties.	
Vēlamie rezultāti: prezentācijas izveidošana.	
Laiks: 20 minūtes	Pitch prezentācija ir īss un skaidrs informācijas nodošanas veids par uzņēmumu/ ideju citiem cilvēkiem. Ir vairāki īsprezentāciju veidi, un tiem visiem ir skaidra struktūra. Svarīgs ir gan saturs, gan veids, kā jūs prezentējat.
Materiāli: PowerPoint prezentācija, procesa tabula	<ul style="list-style-type: none">• Jūsu auditorijai ir nozīme;• Ir svarīgi, kā jūs prezentējat;• Neverbālajai komunikācijai ir nozīme;• Vissvarīgākais ir prakse;• Pārbaudiet savu uzstāšanos!
Ja tiešsaistē: videokomunikācijas platformas saite	Aktivitātes: parādiet dalībniekiem video ar uzņēmējdarbības prezentāciju. Video piemērs: https://www.youtube.com/watch?v=bNhF4JKGk7A&t=1s Palūdziet viņiem dalīties savās pārdomās. Paskaidrojiet, kas ir īsprezentācija un kāda ir tās vērtība. Iepazīstiniet dalībniekus ar trīs minūšu garas prezentācijas saturu un struktūru: <ul style="list-style-type: none">• Pamatinformācija - iepazīstiniet ar sevi un savu komandu;• Problēma, ko vēlaties atrisināt (fakti un dati);• Risinājums - kāds ir jūsu risinājums?• Kā? - Kā risinājums darbojas? Paskaidrojiet!• Kāpēc jūs esat atšķirīgs? Kādu vērtību jūs nesat?• Nākotne - rezultāts un ietekme - cik daudz cilvēku jūs ietekmēsiet, kas mainīsies jūsu kopienā?• Lūgums - cik daudz naudas jums ir nepieciešams un kam tā tiks izmantota?• Kāpēc mēs? Kāpēc mēs gūsim panākumus? Kāpēc mūsu komanda? Kādēļ? Dalībniekiem ir uzdevums izveidot 3 minūšu prezentāciju par savu ideju.
<i>Padomi un ieteikumi</i> <ul style="list-style-type: none">• <i>Īsprezentācijas struktūra ir kā vadlīnijas, nevis kā likums.</i>	

5.6.9 5. NODARBĪBA: NĀKAMIE SOĻI - FINANSĒJUMA AVOTI

<p>Mērķis: uzzināt, kā noteikt TRIKS mērķus savam projektam. Uzzināt par dažādiem pieejamiem uzņēmējdarbības/projektu finansējuma avotiem.</p>	
<p>Vēlamie rezultāti: TRIKS mērķu izveide un idejas pārvēršana reālā iespējā.</p>	
<p>Laiks: 60 minūtes</p>	<p>Aktivitātes: Lūdziet dalībniekus izvirzīt lielo mērķi savam projektam/uzņēmumam: Kāds ir jūsu redzējums par pārmaiņām jūsu kopienā? Cik daudz cilvēku jūs ietekmēsiet? Kā jūs to sasniegsiet? Kādi ir nākamie soļi?</p>
<p>Materiāli:</p>	<p>Iepazīstiniet ar TRIKS mērķu izveides metodi. TRIKS mērķi nozīmē terminēti, reālistiski, izmērāmi, konkrēti un sasniedzami.</p> <p>Komandām ir uzdevums izveidot un noteikt TRIKS mērķi nākamajiem 3 mēnešiem, atbildot uz šiem jautājumiem:</p> <ul style="list-style-type: none">• Ko mēs vēlamies sasniegt? Esiet konkrēti!• Kāpēc mēs to vēlamies sasniegt?• Kā mēs mērīsim savu progresu? Kā mēs zināsim, ka mērķis ir sasniegts?• Kādi soļi mums būtu jāveic, lai sasniegtu savu mērķi? (Padomājiet, vai šo soli ir vērts veikt? Vai tas mūs pietuvinās gala mērķa sasniegšanai? Vai mums ir pietiekami resursi, lai veiktu šo soli?)• Cik ilgā laikā mēs sasniegsim mērķi?• Kad mēs pie tā strādāsim? <p>Pēc TRIKS mērķu noteikšanas un nākamo 3 mēnešu izplānošanas dalībnieki ir gatavi prezentācijai par finansējuma avotiem, kas pieejami jūsu vietējā kopienā. Tas motivēs dalībniekus turpināt darbu pie saviem projektiem un pārvērst tos realitātē.</p> <p>Pārskats par pieejamajiem finansējuma avotiem: Jūsu idejas īstenošana ir grūts un ilgstošs process. Šajā ceļā jums palīdzēs finansējums vai citi resursi. Šeit ir sniegts pārskats par dažādiem finansējuma avotiem:</p> <ul style="list-style-type: none">• Bootstrapping - idejas attīstīšana bez finansējuma vai ar nelielu finansējumu (biznesa modeļa ieviešana jau pašā sākumā);• Ieguldījumi un sponsorēšana - turīgas privātpersonas, "eņģeļu investori" (filantropija), sociāli atbildīgi uzņēmumi;• Grupu finansēšana - vairāki finansētāji iegulda jūsu projektā, izmantojot kolektīvās finansēšanas platformu;• Ziedojumi - līdzekļu vākšanas pasākumi vai kampaņa.
<p><i>Padomi un ieteikumi</i></p> <ul style="list-style-type: none">• <i>Izmantojiet vienkāršu piemēru, skaidrojot, kā noteikt TRIKS mērķus. Iesaistiet dalībniekus diskusijās un pārdomās, tādējādi palīdzot viņiem kļūt radošākiem un tālredzīgākiem.</i>	

5.7 IZVĒRTĒŠANAS JAUTĀJUMI

Arī attiecībā uz uzņēmējdarbības izaicinājumu ir ļoti svarīgi pēc nodarbības veikt pienācīgu izvērtēšanu, lai atklātu gūtās atziņas un ņemtu tās vērā turpmākajos procesos. Turpmāk minētie jautājumi ir piemēri, un katrs nodarbības vadītājs. Turpmāk minētie jautājumi ir piemēri, un katrs pasniedzējs tos var pielāgot savai nodarbībai, dalībniekiem un konkrētajai pieredzei.

Jautājumi dalībniekiem:

- Ko jūs iemācījāties nodarbības laikā?
- Vai jūs uzskatāt, ka jūsu ideja ir labs risinājums klimata problēmai?
- Vai jums šķiet, ka jūsu domas un idejas ir labi atspoguļotas izstrādātajos risinājumos?
- Vai jūs motivētu citus piedalīties hakatonā?
- Vai, jūsuprāt, hakatons ir piemērots risinājums izpratnes veicināšanai par klimata jautājumiem un vietējām vides problēmām?
- Vai jūs jūtaties spējīgi paust savu viedokli, izmantojot uzņēmējdarbības risinājumus?
- Kādi ir jūsu ieteikumi un vai vēlaties dalīties ar savu stāstu?

Jautājumi nodarbību vadītājiem

- Vai esat sasniedzis nodarbības mērķus?
- Ar ko jūs vēlētos dalīties ar citiem pasniedzējiem vai jaunatnes darbiniekiem, kas vada šādas nodarbības?
- Vai jūtaties motivēti vadīt hakatonus arī turpmāk?
- Vai jūtat motivāciju atbalstīt dalībniekus turpmākā viņu uzņēmējdarbības risinājumu īstenošanā?

5.8 RESURSI

Mentoru nodarbība

Mērķis: sagatavot mentorus un sniegt viņiem padomus darbā ar jauniešiem.

Vēlamie rezultāti: izpratne par mentoringa vērtību un koncepciju.

Laiks: 30 minūtes

Aktivitātes:

Uzaiciniet mentoru grupu uz darbnīcu un sniedziet viņiem īsu informāciju un padomus par viņu pienākumiem un metodoloģiju, ko viņi izmantos savā darbā kā mentori.

Materiāli:
PowerPoint prezentācija

Iepazīstiniet ar pasākuma struktūru, mentorējamo vecuma grupu un izskaidrojiet problēmu, ko viņi risinās.

Ja tiešsaistē:
videokomunikācijas platformas saite

Izmantojiet PowerPoint prezentāciju, lai izskaidrotu dažus galvenos punktus par to, ko nozīmē būt labam mentoram.

Sāciet ar jautājumiem - ko nozīmē būt mentoram? Kādas ir laba mentora galvenās īpašības? Kāda ir atšķirība starp nodarbības vadīšanu un mentoringa sesijas vadīšanu?

Turpiniet dalīties ar mentoringa padomiem un vadlīnijām:

1. Individuāliem dalībniekiem un arī komandām ir atšķirīgi prasmju/pieredzes līmeņi.

- Esiet izaicinoši un stingri, bet ne destruktīvi;
- Esiet optimistiski!

2. Mazāk runājiet, uzdodiet daudz jautājumu un vairāk klausieties!

- Vadiet, nevis kontrolējiet - ļaujiet viņiem izlemt, ko darīt;
- Vajadzības gadījumā iedvesmojiet un veiciniet radošumu;
- Palīdziet viņiem skaidri nošķirt viedokli no faktiem!

3. Mazāk ir vairāk. Nemēģiniet būt viss katrai komandai:

- Dodiet viņiem vietu un ļaujiet pašiem lūgt jūsu palīdzību;
- Neuzņemieties komandas vadīšanu, ja vien bez tā var iztikt;
- Koncentrējieties uz atvērtu jautājumu uzdošanu un pārdomām!

4. Esiet kā atgādinājums un noturiet komandas uz pareizā ceļa:

- Ja viņi ir iestrēguši, palīdziet viņiem virzīties uz klientiem;
- Noteikti atgādiniet, ka laiks ir vienīgais resurss, kas viņiem ir!

Noskaidrojiet, vai mentoriem ir kādi papildu jautājumi vai pieredze, ar ko viņi vēlas dalīties.

Paskaidrojiet, kā mentorings darbosies (tiešsaistē - pārrunu telpas/ video zvans/ saziņas kanāls/ rīki, ko izmantosiet, piemēram, blociņš/ mentoringa lapa u.tml.) un kāds ir pasākuma grafiks.

Paskaidrojiet mentoringa lapu un to, kā viņi paši var sekot līdz savam darbam.

Padomi un ieteikumi

-Pirms pasākuma noorganizējiet mentoriem īsu darbnīcu/tikšanos.

-Katram mentoram būs 20-30 minūtes ar savu komandu. Vienam mentoram vajadzētu būt ne vairāk kā 3 komandām. Jums vajadzētu lūgt mentoru veltīt ne vairāk kā 3 stundas darba divarpus dienu laikā.

-Īsa mentoru apspriešanās pēc mentoringa sesijām varētu būt laba iespēja gūt lielāku ieguldījumu komandas darbā hakatona laikā.

Mentoriem un komandām ir iespēja tikties arī ārpus obligātajām mentoringa sesijām, ja ir tāda nepieciešamība un abas puses par to vienojas.

Mentoringa lapas piemērs

Komandas nosaukums			
Mentora vārds			
Datums			
Laiks (minūtes)			
Komanda ir motivēta un apņēmības pilna risināt problēmu			
Komanda ir produktīva un organizēta			
Komanda labi sadarbojas ar mentoru, aktīvi uzklausa un ir atvērta ieteikumiem un padomiem			
Komanda seko līdzi darbam un izprot uzdevumus			
Citi komentāri			
Komanda izprot problēmu un spēj to definēt			
Risinājumi ir inovatīvi un tiem ir potenciāls atrisināt problēmu			
Komandai ir skaidrs redzējums par risinājumu un tā darbību			
Komandai ir skaidrs redzējums par ilgtspējīgu modeli, kas ir idejas pamatā			
Kas ir paveikts kopš pēdējās tikšanās?			
Kāds ir plāns, lai nonāktu līdz nākamajam svarīgajam solim?			
Kas komandai ir nepieciešams, lai sasniegtu nākamo soli?			

Procesa tabulas piemērs

Raksturojiet problēmu, kuru vēlaties risināt? Kāda ir nepieciešamība?	Kāda ir jūsu ideja vai risinājums?	Kā risinājums strādā?	Kas ir jūsu klienti un kā jūs viņus aizsniegsiet?	Kas ir jūsu potenciālie partneri?
Kāds ir uzņēmējdarbības modelis? Kā jūs nodrošināsiet ilgtspējīgu risinājumu?	Pievienotā vērtība un radītā ietekme	Cik daudz naudas jums ir nepieciešams, lai īstenotu risinājumu?	Īspretējais scenārijs	



**Co-funded by
the European Union**