



Co-funded by
the European Union

PROJECT NUMBER: 2022-1-IT03-KA220-YOU-000085031





Co-funded by
the European Union



PROJECT NUMBER: 2022-1-IT03-KA220-YOU-000085031

Finanțat de Uniunea Europeană. Punctele de vedere și opiniile exprimate aparțin, însă, exclusiv autorului (autorilor) și nu reflectă neapărat punctele de vedere și opiniile Uniunii Europene sau ale Agenției Executive Europene pentru Educație și Cultură (EACEA). Nici Uniunea Europeană și nici EACEA nu pot fi considerate răspunzătoare pentru acestea.

Indice

Introducere	5
Cercetare privind metodele inovatoare de implicare a tineretului	5
Povestire	6
<i>Introducere</i>	6
<i>Ce este povestirea?</i>	6
<i>Povestirea ca o metodă non-formală în munca cu tinerii:</i>	8
<i>Ce trebuie să știți în calitate de lucrător de tineret pentru utilizarea poveștilor ca metodă non-formală în munca cu tinerii.</i>	11
Crearea unui film	12
<i>Introducere</i>	12
<i>Ce este crearea unui film?</i>	12
<i>Crearea de filme ca metodă non-formală în munca cu tineretul</i>	15
<i>Ce trebuie să știi ca lucrător cu tinerii pentru a utiliza realizarea de filme ca metodă non-formală?</i>	16
Design-ul Grafic	18
<i>Introducere</i>	18
<i>Ce este design-ul grafic?</i>	19
<i>Designul grafic ca metodă non-formală în lucrul cu tineretul:</i>	20
<i>Ce trebuie să știe un lucrător cu tineretul pentru a utiliza designul grafic ca metodă non-formală?</i>	21
Cele mai bune practici în utilizarea poveștilor, design-ului grafic și producției de film în lucrul cu tinerii	23
<i>Introducere - cum să citești și să înțelegi sinteza bunelor practici</i>	23
Bunele practici ale povestirii	24
Practicile de producție cinematografică de calitate	32
Graphic design best practices	40
Workshop-uri - pas cu pas	42
<i>Valori de abordat în ateliere - implicarea civică și participarea tinerilor</i>	42
<i>Workshop de povestire</i>	44
<i>Ateliere de realizare a filmelor</i>	52
<i>Atelier de design grafic</i>	67
Bibliografie	76

Introducere

Youth-REC: Înregistrări ale Tineretului pentru Campanii Educaționale este un proiect care își propune să combată ratele scăzute și în declin ale implicării și participării în societatea civică, precum și încrederea în structurile democratice, capitalizând în același timp promisiunea metodelor creative pentru implicarea tinerilor. Astfel, proiectul dezvoltă și utilizează metode creative inovatoare în povestire, producție de filme și design grafic pentru a îmbunătăți abilitățile lucrătorilor de tineret și pentru a angaja și împuternici tinerii europeni excluși.

Obiectivele proiectului Youth-REC:

Înregistrări ale Tineretului pentru Campanii Educaționale sunt:

Încurajarea trecerii tinerilor de la frustrarea legată de excluziune la angajamentul constructiv în chestiuni relevante din punct de vedere civic.

Conectarea tinerilor europeni din 7 țări, promovând empatia și solidaritatea lor.

Atrage mai multă atenție asupra problemelor tinerilor, promovând non-discriminarea și egalitatea.

Lansarea și promovarea de campanii care vor aduce în lumină problemele care afectează tineretul european.

Campaniile vor spori importanța la niveluri superioare ale guvernului.

Îmbunătățirea competențelor lucrătorilor de tineret și a organizațiilor de tineret.

Îmbunătățirea conexiunilor între cele 7 organizații de tineret din Europa.

Îmbunătățirea calității și inovației în munca cu tinerii dincolo de organizațiile partenere.

În cadrul proiectului Youth-REC, **activitățile principale** includ cercetarea și colectarea celor mai bune practici, în scopul dezvoltării unui manual de proiect care să ofere ghiduri pentru utilizarea metodelor proiectului; aceste metode au ca obiectiv angajarea și împuternicirea tinerilor. La sfârșitul proiectului, se vor organiza o serie de evenimente pentru a expune filmele tinerilor și pentru a lansa și promova campaniile lor.

Principalele rezultate ale proiectului Youth-REC includ acest manual cu cercetare, cele mai bune practici și un ghid de atelier pentru lucrătorii de tineret, în scopul de a angaja și împuternici tinerii excluși. Din ateliere, tinerii vor produce filme despre probleme personale sau ale comunității lor și campanii conexe, inclusiv mărci vizuale pentru a participa la festivalul de film local și internațional.

Cercetare privind metodele inovatoare de implicare a tineretului

În acest capitol, vom explora fundamentul teoretic care stă la baza celor trei metodologii folosite de proiect pentru implicarea tinerilor în participare și cetățenie activă. Aceste metodologii, respectiv Povestirea, Realizarea de filme și Designul grafic, s-au dovedit a fi instrumente eficiente de lucru non-formal în munca cu tinerii. Prin explorarea acestor metodologii și a legăturii lor cu implicarea civică, participarea, cetățenia activă, simțul de inițiativă al tinerilor și antreprenoriatul juvenil, ne propunem să dotăm lucrătorii de tineret cu cunoștințe valoroase și sfaturi practice pentru a implementa aceste metodologii în activitatea lor.

Fiecare dintre cele trei metodologii va fi explorată într-un subcapitol dedicat. Aceste subcapitole vor introduce tema, vor oferi o descriere detaliată a metodologiei ca instrument non-formal în munca cu tinerii și vor evidenția relevanța lor pentru temele centrale ale implicării civice, participării, cetățeniei active, simțului de inițiativă al tinerilor și antreprenoriatului juvenil.

Pe parcursul subcapitolelor, veți găsi perspective despre puterea poveștilor, arta realizării de filme și lumea creativă a designului grafic. Aceste metodologii nu sunt doar captivante și inovatoare, ci oferă și oportunități unice pentru tineri de a-și exprima ideile, a-și face cunoscute preocupările și a contribui activ la comunitățile lor. Prin integrarea acestor metodologii în munca cu tinerii, putem împuternici indivizii tineri să devină agenți ai schimbării și să cultive un sentiment de apartenență în comunitățile lor.

Pe măsură ce avansați prin fiecare subcapitol, veți găsi sfaturi practice și recomandări special adaptate pentru lucrătorii de tineret. Aceste perspective vă vor ghida în utilizarea eficientă a metodologiilor de povestire, realizare de filme și design grafic în munca voastră cu tinerii. Indiferent dacă sunteți lucrător de tineret experimentat sau nou în domeniu, acest capitol vă va oferi o bază teoretică solidă și îndrumări practice pentru a implementa cu succes aceste metodologii. Deci, haideți să ne aventurăm în această călătorie împreună pe măsură ce explorăm cadrul teoretic care susține cele trei metodologii ale Proiectului Youth-REC. Prin înțelegerea principiilor de bază și a conexiunii lor cu temele cheie, veți obține perspective valoroase pentru a implica tinerii în participare și cetățenie activă, cultivându-le simțul de inițiativă și antreprenoriatul juvenil. Pregătiți-vă să deblocați potențialul poveștilor, realizării de filme și designului grafic ca instrumente puternice pentru schimbări pozitive și împuternicirea tinerilor!

Povestire

Introducere

În acest document, cercetăm tema povestirii și relația sa cu tinerii și implicarea lor în societate. Ce reprezintă mai exact și cum putem folosi povestirea pentru a insufla și promova anumite valori importante în rândul tinerilor? Vom evalua cea mai bună modalitate de a utiliza povestirea ca punte pentru a împuternici tinerii și cum fantezia, imaginația și creativitatea pot aduce beneficii și îmbunătățiri societății în general prin acțiunile și motivația tinerilor. Această îmbunătățire poate avea loc atât intern, cât și extern, atât în societate, cât și în antreprenariat, în cadrul familiei și al comunității mai largi, prin intermediul lucrurilor precum cetățenia activă și antreprenoriatul juvenil.

Având în vedere că există o scădere generală a implicării tinerilor în domenii precum politica și democrația, în special după pandemie, când mulți s-au simțit izolați și au fost lăsați în urmă în timp ce lumea avansa, povestirea poate fi o modalitate de a încuraja participarea socială și de a reda vocea celor care au cea mai mare nevoie de ea. Ei nu doar simt că li se acordă o voce, ci și capacitatea lor de a acționa este extinsă prin ceea ce aud.

Ce este povestirea?

Povestirea este abilitatea de a implica tinerii prin arta povestirii unei povești. Este un proces prin care folosim imaginația pentru a stimula creativitatea unui tânăr și, totodată, pentru a explica diferite concepte de viață și valori prin intermediul unei povești fictive. De asemenea, personajele ajută la definirea și contextualizarea unei largi varietăți de emoții sau probleme pe care tinerii le-ar putea experimenta.

Conceptul de povestire constă în a inspira sau distra prin povestirea unei povești, în a angaja imaginația tinerilor astfel încât aceștia să poată vedea o lume mai bună sau să poată gestiona mai bine problemele din propriile vieți prin creativitate și culoare. Este, de asemenea, important ca tinerii să fie inspirați să devină ei înșiși povestitori și să fie văzuți prin expresia creativă a partajării propriilor opinii și experiențe.

Ideea principală este de a folosi puterea pove-

stirii unei povești (adesea fictive) pentru a împuternici tinerii de astăzi să își spună propriile povești, să aibă propriile opinii reprezentate și văzute ca fiind demne de luat în seamă. Acest lucru se realizează prin intrigă poveștii, unde avem ocazia să vedem luptele prin care trec personajele principale. Emoțiile, acțiunile și dificultățile lor ne învață valori și moralitate și ne asigură că și noi putem deveni protagoniști în propriile vieți și că, în esență, suntem cu toții în aceeași barcă și ne confruntăm cu aceleași tipuri de provocări.

Toate poveștile au anumite elemente esențiale pentru a fi cu adevărat eficiente în a ajunge la tineri. Următoarele sunt recunoscute de autori și în lumea poveștilor ca fiind vitale dacă mesajul lor trebuie să însemne ceva și să aibă un impact durabil.

Credibil - Se poate întâmpla povestea în viața reală, fie intrigă sau problemele abordate de personaje?

Memorabil - Este ceva ce oamenii (tinerii) pot să își amintească și să îi inspire mult timp după ce au terminat povestea? Acest lucru se referă adesea la călătoria eroului, când personajul principal găsește o mare doză de curaj din interior și învinge obstacole semnificative care ar fi putut fi nedrepte sau impuse de alții.

Captivant - Tinerii sunt captivați de ceea ce aud sau citesc? Dacă nu sunt, atenția scade, iar moralitatea poveștii este pierdută. Desigur, divertismentul este subiectiv, dar o poveste cu umor sau curaj sau intrigi și personaje interesante va fi în general considerată captivantă.

Relatabil - Pot tinerii să se identifice cu ceea ce se întâmplă în poveste, este ceva ce se întâmplă în viețile lor sau ceva cu care au experiență?

Poveștile contribuie la consolidarea conceptelor abstracte și simplifică mesajele complexe
(Hubspot, 2022)

Povestire

Poveștile ar trebui să fie simple și ușor de înțeles. Dacă sunt prea complexe, mesajul lor este înțeles greșit sau se pierde, iar povestea devine inutilă, deoarece nu reușește să ajungă la publicul țintă.

Fiecare poveste este cunoscută să aibă cinci etape diferite. O poveste eficientă va atinge fiecare dintre aceste etape și, în general, va urma aceeași ordine.

Expozițiune: Aici cititorul este introdus în poveste. Se oferă detalii despre personajele principale, locul în care se desfășoară povestea și circumstanțele sau perioada de timp a acțiunii.

Intriga/Dezvoltarea acțiunii: Acesta este momentul în care începe un fel de conflict și pune povestea în mișcare. Cititorul obține o idee despre ce este povestea ta.

Punctul culminant: Aici avem partea povestirii cu cel mai mare nivel de conflict. Acesta încurajează personajul(ele) principal(e) să se confrunte cu o anumită problemă și îi forțază să facă față adevărului sau să ia o decizie dificilă.

Desfășurarea acțiunii: Aceasta este rezultatul direct al deciziei personajului principal (protagonistului) și conflictul cedează în favoarea rezolvării. Capetele neîncheiate sunt rezolvate și tensiunea scade.

Rezoluție/Deznodământ: Acesta este modul în care se încheie povestea - fericit sau trist? Depinde de scriitor!

Odată ce știm cum să spunem o poveste, trebuie să ne gândim la publicul nostru țintă: cine ascultă povestea noastră și ce mesaje încercăm să transmitem? Dacă povestea noastră nu se potrivește unui anumit grup de oameni, impactul său va fi mult mai mic decât cel al unei povestiri adecvate. Cu aceste sugestii, care pot fi aplicate și în actul de a scrie o poveste, putem asigura că eforturile noastre de comunicare cu generația mai tânără sunt mai fructuoase.

Cunoaște-ți audiența - cine ascultă povestea ta? Este potrivită pentru publicul țintă astfel încât să fie bine primită? Alegerea corectă a unei povești pentru grupul țintă va asigura o reacție pozitivă și un potențial mai mare pentru tineri să acționeze.

Definește-ți mesajul sau morala - ce încerci să comunici tinerilor? Dacă, de exemplu, sunt dezavantajați, poate trebuie să povestești povești despre personaje care, prin hotărâre sau curaj, au ieșit din situații problematice și și-au îmbunătățit viețile. Dacă încerci să îi încurajezi să-și folosească abilitățile și talentele pentru a avea grijă de lumea din jurul lor sau pentru a o îmbunătăți, atunci poate povești de inspirație sau de inițiativă în numele protagonistului pentru a avea un impact pozitiv asupra mediului ar putea fi povestite.

Ce tip de poveste este? - toate poveștile sunt diferite și vor stârni sentimente și emoții diferite. Stabilește ce vrei să simtă publicul țintă și ce îi va inspira să atingă măreția personală. Acest lucru poate fi comunicat prin valorile unei povești sau prin modul în care aduce comunitățile și grupurile împreună sub o stindard comun. De exemplu, dacă vrei să încurajezi empatia, atunci o poveste care se concentrează pe un personaj care este în dificultate sau care trăiește un eveniment trist ar putea fi spusă, sau dacă încerci să-i inspire pe tineri, atunci o poveste despre un personaj care arată mare tenacitate pentru a depăși limitele și a accesa rezerve de putere ar putea fi aleasă.

Stabilește un "apel la acțiune" - ce dorești să fie rezultatul final al povestirii tale? Acest lucru va informa tipul de poveste pe care îl alegi să o spui tinerilor. Deoarece încrederea socială poate fi scăzută în rândul unor tineri, asigură-te că aceste apeluri sunt sigure și ușor de realizat, cel puțin în început.

Povestire

Povestirea ca o metodă non-formală în munca cu tinerii:

În acest paragraf, vom discuta modalitatea ideală de desfășurare a unei sesiuni de povestire (configurare și reflecție), înainte de a explora motivele pentru care este atât de benefică pentru tineri și cum povestirea poate fi o cale creativă către o viață mai bună, nu doar pentru tineri, ci și pentru comunitățile și viitorurile lor.

Configurare Locul în care are loc povestirea poate fi un mediu relaxat și informal. Nu există cerința ca acesta să fie într-un mediu specific, cum ar fi o sală de clasă sau o sală de studiu. Locația ar trebui să ajute la relaxarea tinerilor. Acesta este un proces creativ și intim (în special dacă tinerii devin ei înșiși povestitori) și mediu ar trebui să reflecte acest lucru. Unii tineri se simt rușinați să-și spună poveștile, așa că un loc care oferă intimitate este binevenit. Câteva sugestii pentru configurarea locului pentru povestire includ:

- Utilizarea de scaune confortabile este importantă, deoarece ajută la menținerea atenției tinerilor. Dacă scaunele sunt inconfortabile, este mai puțin probabil să se concentreze pe ceea ce se spune și se povestește.
- Locația ar trebui să fie caldă și primitoare, permițându-le să se relaxeze și să se deschidă în fața procesului.
- Scaunele pot fi aranjate în cerc pentru a avea pe toată lumea pe picior de egalitate, astfel încât nimeni să nu fie "șeful mesei". Canapele sau saci de fasole pot fi folosiți pentru a îmbunătăți confortul și a adăuga la atmosfera informală.
- Un mediu liniștit este adesea benefic, deoarece permite participanților să audă și să se concentreze asupra poveștii. Dacă vremea este bună, desfășurarea sesiunii în aer liber poate inspira o stare de spirit mai relaxată și creativă.
- Dacă se folosesc mai multe tehnici de improvizație, în care poveștile sunt spuse sau "jucate" pe parcurs, atunci un cadru mai dinamic ar fi mai potrivit, în care să fie posibile în picioare, mișcare și, eventual, mai puțină intimitate.

Reflecție

După o sesiune de povestire, este bine să se acorde un timp la sfârșit pentru reflecție. Aceasta poate lua forma unor întrebări adresate unii altora și lucrătorului de tineret sau poate fi o discuție informală despre ceea ce s-a spus

și ascultat.

Spunerea unor anecdote personale, în special dacă au fost în vreun fel traumatice, poate lăsa un tânăr să se simtă vulnerabil sau confuz, iar posibilitatea de a discuta aceste lucruri înainte de a pleca acasă poate ajuta la reconcilierea cu ceea ce s-a întâmplat. De asemenea, ei pot căuta soluții pentru o obstacol din viețile lor sau ajutor pentru a rezolva o problemă urgentă. Alocarea a zece sau cincisprezece minute pentru discuție după ce poveștile au fost spuse poate face o diferență semnificativă în liniștirea minților lor.

Tinerii își doresc, de asemenea, să se inspire unii pe alții, iar o discuție de grup în care sugerează modalități de autodepășire, rezolvarea problemelor sau ajutorarea unei persoane sau comunități în nevoie poate fi o modalitate excelentă de a-și stimula imaginația și capacitatea de a avea grijă.

Uitați-vă în oglinda vieților altora și reflectați asupra propriei voastre...

Implicarea civică

Povestirea cultivă o înțelegere fundamentală a unui subiect de implicare, a parametrilor și criteriilor pentru implicare și oferă inspirație pentru implicare."

Citizenlab

Povestirea poate fi o modalitate excelentă de a implica tinerii să ia parte în comunitățile lor - în special atunci când există probleme sau dificultăți pe care comunitățile lor le pot avea. Prin povești, fie că sunt auzite, fie că sunt spuse în mod creativ, avem ocazia să vedem și să ne imaginăm cum acțiunile noastre (prin personajele principale din povești) pot avea un efect pozitiv asupra lumii din jurul nostru.

Prin teme și mesaje în povești, tinerii de astăzi au un plan colectiv pentru a face o diferență în lumea lor. Prin urmarea exemplului dat de personaje fictive inspirate și curajoase, ei pot aspira, de asemenea, să creeze schimbări în propriile societăți. Unele beneficii ale cetățeni-

Povestire

ei active includ:

- Un mediu mai curat, fără gunoi și poluare
- Contribuirea la problemele sociale urgente
- Implicarea în politică la nivel local
- Susținerea reformelor importante legate de poluare sau sustenabilitate

“De-a lungul istoriei, oamenii au folosit poveștile pentru a promova cooperarea și pentru a influența comportamentele sociale. Există dovezi științifice că poveștile pot schimba comportamentul nostru.” - Hubspot, 2022

Prin implicarea mai activă în comunitate și îmbunătățirea acesteia pentru toată lumea, tinerii beneficiază de o creștere a satisfacției și de conștientizarea faptului că ajută pe cei din jurul lor. Aceasta le conferă putere și îi distrag (sau ușurează) de la propriile lor probleme. Ei pot deveni o sursă de bine pentru alții și pentru mediul înconjurător, așa cum au auzit într-o poveste emoționantă. Prin imitarea personajelor dintr-o poveste iubită pe care au citit-o, au spus-o sau au ascultat-o, în care personajele ar fi putut folosi puterile sau abilitățile lor în beneficiul comunității, tinerii pot aspira la rezultate similare și pot fi mândri de realizările lor. Chiar și atunci când aud despre acțiunile sau inițiativele pe care prietenii sau colegii de clasă le-au întreprins pentru a se implica în propria comunitate, fie prin îmbunătățirea ei, fie prin readucerea ei pe linia de plutire după un dezastru precum un incendiu sau o inundație, poate aprinde scânteia participării în cazul tinerilor obișnuiți.

În final, cu toții dorim să facem parte din ceva mai mare decât noi, ceva la care ne putem raporta și de care ne putem mândri că facem parte, și asta este ceea ce poveștile ne pot oferi. Ele întăresc legătura dintre aspirațiile personale și nevoia de a contribui la ceva ce considerăm special sau important.

O poveste poate ajuta tânărul să se vadă pe sine ca personaj principal - sau erou - al propriei vieți. Este, de asemenea, benefic să avem diversitate de personaje și cadre în poveștile care sunt povestite, precum și în rândul lucrătorilor care lucrează cu tinerii. Jaylene Chung de la Young Storytellers afirmă: “Am încercat foarte intenționat să diversificăm mentorii noștri, deoarece credem că este fo-

arte important ca elevii noștri să se vadă reflectați în fiecare parte a organizației.” Desigur, putem extinde acest aspect la societatea în general, nu doar ca parte a unei companii. Atunci când un tânăr aude despre alții asemănători din punct de vedere cultural sau în situații similare, reprezentați și cu o voce într-o poveste, acest lucru conduce la o mai mare acceptare în societate și la reducerea asumpțiilor sau stereotipurilor.

Este prin prima etapă a imaginației unui viitor mai bun pentru noi și pentru cei din jurul nostru că apoi acționăm în mod activ pentru a-l crea.

Participare

Dacă un tânăr a avut un trecut tumultuos sau s-a simțit în marginea societății și că nu se integrează, atunci o poveste care vorbește cu el pe un nivel profund și visceral îl poate aduce mai aproape și-l poate face să se simtă că aparține. Când un personaj principal dintr-o poveste trece prin aceleași experiențe, poate arăta unui tânăr că nu este singur și că fiecare suferă într-un fel.

Există multe povești care ilustrează cum se simte un personaj sau cum este izolat de ceilalți. Aceasta poate fi din cauza circumstanțelor în afara controlului lor sau din cauza unei dizabilități mintale sau fizice. Ascultând povestea, avem ocazia să vedem cum personajul și-a rezolvat problemele. Ce acțiuni a întreprins pentru a depăși obstacolele din calea lor și pentru a merge mai departe cu viața lor? Ce au făcut pentru a găsi fericirea? O poveste convingătoare poate reflecta situații similare din propria lor viață și modurile în care tinerii le pot depăși. Pot exista multe lecții valoroase de învățat din citirea sau ascultarea unei povești, iar cele cu o temă socială sau comunitară inspiratoare pot încuraja participarea lor în toate domeniile vieții lor, fie social, la școală, sau pentru a face o diferență în propria lor mică parte a lumii.

Povestirea a fost întotdeauna o unealtă eficientă pentru implicare și participare, începând chiar din epoca întunecată. Cu trecerea timpului, se schimbă și metodele de transmitere. În prezent, stilurile sau modurile de comunicare ale acestor povești (fie față în față,

Povestire

digital sau virtual) pot fi diferite față de vremurile vechi, dar un lucru rămâne adevărat: poveștile au capacitatea de a motiva și inspira implicarea completă a oamenilor în povestea propriei vieți. Poveștile arată că fiecare are dreptul la fericire și la o viață plină de bucurie și frumusețe, indiferent de rasă, credință, culoare sau convingeri.

Aceste povești pot fi și ele spuse de către tineri înșiși. Prin implicarea în procesul de povestire, în loc să fie doar beneficiari ai unei povești, ei se angajează activ cu personajele și cu firul poveștii. Acest lucru le oferă senzația că sunt alături de protagonist, mergând cot la cot cu inimile lor pline spre destinul lor și ceea ce pot realiza!

Simțul de inițiativă al tinerilor

Cele mai bune povești sunt clare, captivante și bazate pe emoții, și în acest fel pot inspira tinerii care ar putea fi apatici până acum să acționeze. Această acțiune poate lua multe forme diferite, de la decizia de a participa la un program care încearcă să facă bine lumii, până la decizia simplă de a deveni mai asemănători personajelor dintr-o poveste îndepărtată și de a-și prelua mai mult controlul asupra propriilor vieți. Oricare dintre acestea poate fi o victorie pentru societate în general. Beneficiază fie de la cineva care ia măsuri pozitive pentru a îmbunătăți lucrurile pentru cetățeni, fie de la un caracter mai hotărât și puternic, care poate conduce și inspira prin inspirație și auto-încredere.

Prin auzirea despre un personaj curajos și hotărât care preia controlul asupra direcției în care își duc viețile, în special dacă se aflau în circumstanțe dificile sau se confruntau cu provocări severe, poate avea un efect minunat asupra determinării tinerilor de a-și schimba propriile vieți. La fel, auzind despre provocările prietenilor sau grupului lor de vârstă și cum au reușit să le înfrunte sau să le rezolve, îi poate determina să acționeze în propriile vieți. Aceste povești pot fi dovada că nimic nu este insurmontabil și că niciun obstacol nu este prea mare pentru a fi depășit. Poveștile lor pot ajuta la găsirea soluțiilor pentru propriile situații, în special dacă se află în stadii de viață sau situații similare.

Orice poveste a unei persoane poate schimba modul în care gândim - și, schimbând modul în care gândesc suficient de mulți oameni, poate schimba lumea noastră.

Bradley, Wired)

I giovani hanno la spinta, l'energia e l'ambizione au impuls, energie și ambiție (chiar dacă aceasta este temporar ascunsă) pentru a reuși în ceea ce își propun. Uneori, tot ce au nevoie este un mic impuls, iar o poveste zguduitor de inimă - sau un personaj principal curajos - poate fi adesea acel impuls.

Poveștile ne pot informa despre ceea ce este posibil, nu doar despre ceea ce este improbabil.

Antreprenoriatul tinerilor

A fi antreprenor necesită multă încredere în sine și în produsul sau serviciul pe care îl oferi, atât în tine însuși, cât și în orice produs sau serviciu pe care îl oferi. Tinerii adesea nu se simt în măsură să se afirme ca oameni de afaceri, crezând că acest lucru este rezervat celor foarte educați sau celor foarte bogați.

O poveste inspiratoare despre cineva care depășește obstacolele - posibil un abandonat școlar sau cineva care provine din "partea greșită a orașului" - și reușește să se impună în lumea financiară sau comercială, poate determina tinerii cu astfel de aspirații să se uite în jurul lor și să descopere resurse de determinare pe care nu știau că le au.

Aceste povești nu trebuie întotdeauna să fie fictive, ci pot fi și anecdote și relatări din viața reală despre triumf personal. Poveștile sunt reale și reprezintă ceea ce este realizabil cu muncă asiduă și perseverență. De exemplu, luați în considerare oameni precum J.K. Rowling, autoarea seriei Harry Potter, sau Richard Branson, proprietarul mai multor afaceri, inclusiv Virgin Air. Drumurile lor nu au fost întotdeauna simple, și au trebuit să lupte și să eșueze pentru a ajunge acolo unde sunt astăzi. Ei devin personaje fascinante și inspiraționale, iar tinerii pot imita acțiunile lor sau pur și simplu pot fi încurajați să iasă în lumina reflectoarelor.

Într-un studiu realizat de Departamentul de

Povestire

Psihologie și Departamentul de Studii Islamice de la Universitas Muhammadiyah Surakarta din Indonezia, s-a constatat că povestirea a fost eficientă în creșterea intenției antreprenoriale la studenți.

Povestirea este în esență un declanșator care poate determina ascultătorii să acorde atenție domeniului antreprenoriatului, în timp ce interpretarea ulterioară a poveștilor poate oferi întărire și ajuta indivizii să dezvolte determinarea de a deveni antreprenori de succes.

Ei au constatat că antreprenoriatul nu este un talent înăscut, ci o abilitate care poate fi dobândită prin educație sau formare, una dintre acestea fiind povestirea. Într-un alt studiu realizat de Universitatea Tehran [Efectul educației antreprenoriale prin povestire asupra atitudinii antreprenoriale a elevilor din școlile primare] (Arasti, Bagheri & Ghoddosi, 2017), s-a constatat că “educația antreprenorială prin povestire îmbunătățește atitudinea antreprenorială, precum și dimensiunile sale, inclusiv creativitatea, nevoia de realizare, locusul intern de control și stima de sine la elevi.”

Poveștile deschid și încurajează perspective noi, moduri noi de a vedea lumea și modul în care aceasta funcționează. Aceasta se aplică și în lumea afacerilor, precum și în ceea ce privește tipurile de produse și servicii pe care oamenii și umanitatea în general le necesită și de care vor avea nevoie în viitor. Prin capacitatea de a “vedea imaginea de ansamblu”, datorită narativei creative, fie ea fictivă sau non-fictivă, tinerii pot stimula spiritul antreprenorial și pot înțelege nevoile și dorințele societății - ale colegilor lor, părinților și comunităților lor, dacă nu chiar ale întregii lumi!

Ce trebuie să știți în calitate de lucrător de tineret pentru utilizarea poveștilor ca metodă non-formală în munca cu tinerii.

Aptitudini

Este foarte important ca un lucrător de tineret să știe cum să structureze o poveste. Dacă o poveste nu este structurată și ordonată în mod corespunzător, va părea neîngrijită și nu va avea același impact. Scopul aici este de a folosi poveștile pentru a inspira tinerii să se dezvolte și să îmbunătățească comunitățile și, dacă lucrătorul nu este familiarizat cu modul de a transmite și detalia o poveste, aceasta nu va atinge scopul propus.

De asemenea, este benefic ca lucrătorul să aibă o imaginație ascuțită și fertilă. Majoritatea poveștilor sunt pline de creativitate și uimire, iar dacă lucrătorul poate exploata acest element, atunci poate face ca cursul (sau povestea) să prindă viață. Cu siguranță, este important să poată interacționa competent cu tinerii - și eventual cu tinerii cu probleme. Empatia față de problemele lor și angajamentul pentru a încerca să-i ajute pe termen lung sunt, de asemenea, importante.

- Poate lucrătorul de tineret să facă o poveste interesantă?
- Poate el sau ea să transmită mesajul dorit?
- Are ei aptitudini adecvate de lectură sau de povestire?
- Pot să inspire tinerii să împărtășească propriile povești într-un mod distractiv, vindecător și creativ?

Recomandări

Lucrătorul de tineret trebuie să fie familiar și să înțeleagă cum să spună sau să creeze o poveste. Este de ajutor dacă au experiență directă în scris și pot astfel să redau cu precizie detaliile creației lor.

Unele moduri în care lucrătorii de tineret pot fi pregătiți să conducă o clasă sau o sesiune de povestire includ următoarele:

- Să fie ei înșiși scriitori sau persoane creative/artistice
- Să aibă multă experiență pentru a putea relata anecdote personale
- Să urmeze un curs de scriere creativă pentru a putea învăța și alții
- Să citească (sau să fi citit) multe cărți, în special povești fictive sau povești despre eroi sau succese din viața reală
- Să aibă o imaginație bogată și să-i placă să transmită magia unei povești și morala unei fabule

Crearea unui film

Introducere

Acest capitol își propune să introducă tinerii în lumea cinematografilei, astfel încât să cunoască conceptele de bază și procesul care stă în spatele lumii cinematografice, urmărind o serie de valori care implică angajamentul civic, participarea, cetățenia, spiritul de inițiativă și antreprenoriatul; și oferind îndrumări, abilități și sfaturi utile de învățat în această domeniu.

Ce este crearea unui film?

Faza 1: Dezvoltare

Înainte ca un film să poată începe, trebuie să treacă prin faza de "dezvoltare". Această fază include crearea, elaborarea, organizarea și planificarea unui proiect de film. Bugetul, distribuția (audițiile) și locația sunt stabilite, iar mai multe scenarii sunt scrise. Adesea, scenariștii și regizorii creează storyboard-uri pentru a atrage producătorii să finanțeze filmul.

Atunci când se află în dezvoltare, un film are potențialul de a fi realizat, dar nimic nu este sigur. Nu există garanții că perioada de dezvoltare a unui film nu se va prelungi, ceea ce duce adesea la anularea proiectului sau la o pauză nedeterminată. Un studio de film va trebui să rezolve logistica. Vor trebui să confirme un buget și să obțină drepturile de la orice mijloc digital adaptat filmului. (Etapetele producției cinematografice, 2021).

Faza 2: Pregătirea producției

Odată ce filmul sau mijlocul digital a ieșit din faza de dezvoltare, încă nu a venit momentul să înceapă filmările. Cu toate că ziua aceea se apropie tot mai mult, trebuie să existe mai întâi o fază de pregătire a producției. Cu toate că camerele nu rulează încă, pregătirea producției poate fi la fel de intensă ca filmarea.

Pe parcursul perioadei de pregătire a producției, realizatorii de film trebuie să știe cine va participa la film, care va fi bugetul final și ce schimbări vor trebui făcute. Ei trebuie să lucreze cu orașele locale pentru a obține cooperarea necesară pentru a filma în diferite părți ale orașului, pentru a crea decorurile și costumele și pentru a forma echipa cu toți membrii necesari.

Pregătirea producției poate avea loc într-o clipită, iar cu cât este mai bine pregătit realizatorul de film, cu atât mai bine poate finaliza filmul său. De asemenea, trebuie să existe planuri de contingenta în cazul în care lucrurile se schimbă, cum ar fi dacă un oraș are o situație de urgență care împiedică desfășurarea proiectului. Odată ce pregătirea producției a fost finalizată, se trece la faza de filmare a producției. (Etapetele producției filmului, 2021).

Faza 3: Producția

Producția este cea mai rapidă și uneori cea mai scurtă parte a realizării unui film și a mijloacelor digitale. Timpul necesar pentru filmare depinde de variabile precum numărul de locații, durata filmului și anumitor membri cheie, precum protagoniștii și modul în care se află în afara platoului în timpul filmărilor. O bună producție depinde de o bună comunicare. Regizorii trebuie să aibă idei clare. Cinema este un proces de colaborare, iar colaborarea este cea mai importantă în timpul producției. Odată ce a fost filmată prima scenă de producție, poate începe etapa de post-producție, (Etapetele producției filmului, 2021), având capacitatea de a edita acea scenă în mai multe moduri (audio, video, CGI...).

Faza 4: Post-producția

Post-producția este momentul în care materialul filmat este editat, efectele sunt adăugate la muzică, iar titlurile sunt finalizate. Astfel încât materialul filmat să devină un film sau un mijloc digital, trebuie să treci printr-o fază de post-producție de succes. Montajul este una dintre cele mai importante părți ale unui film, dar este ușor să fie neglijat. Editorii trebuie să creeze un ritm pentru film. Dacă un film se întinde sau acțiunea se dezvoltă prea rapid, eșecul poate fi atribuit unei montări proaste. (Etapetele producției filmului, 2021).

Cu toate că se numește post-producție, aceasta se desfășoară în același timp cu filmările. La fel ca editorii, artiștii efectelor speciale, designerii de sunet și compozitorii nu trebuie să fie disponibili pentru scene, deoarece își pot dedica timpul pentru a-și îndeplini atribuțiile în afara camerei. De asemenea, ei pot ajuta la identificarea problemelor în filmare care împiedică pe ceilalți să își facă cel mai bun posibil treaba.

Crearea unui film

Post-producția poate recompensa în cele din urmă eforturile și sacrificiile realizatorului de film. Este momentul în care materialul brut este rafinat și începe să arate ca un film adevărat. Nu este ușor, dar poate fi extrem de satisfăcător. (Etapele producției filmului, 2021).

Faza 5: Distribuția

Această fază are ca scop aducerea filmului în sfera publicului. Cu atât de multe medii diferite, precum cinema, televiziune, video acasă, mijloace digitale și servicii de streaming, există mai multe posibilități de distribuție. Tipul de distribuție pe care îl primește un film poate depinde de calitatea sa și de atracția realizatorului sau a studioului.

Realizarea unui film sau a unui mijloc digital nu garantează distribuția sa, dar este esențială pentru realizatori, deoarece distribuția este necesară pentru ca un film să obțină profit. Cu cât un film este mai bun, cu atât sunt mai mari încasările sale. (Etapele producției cinematografice, 2021).

Cine lucrează în producția filmului? Pentru a lucra în producție, trebuie să ai o pregătire specializată, cum ar fi comunicarea audiovizuală, fotografia, interpretarea, designul, și altele. Unele dintre meseriile pe care le găsim în acest sector includ, printre altele:

- Regizor de film.
- Asistent de regizor.
- Șeful producției.
- Producător.
- Scenarist.
- Director de fotografie.
- Asistent director de fotografie.
- Director de distribuție sau regizor de casting.
- Montatori.
- Compozitor.
- Director de artă sau regizor de artă.
- Designeri.
- Distribuitori.

Există câteva sfaturi cheie atunci când începeți în lumea cinematografiei, și este important de știut că tot ceea ce vede spectatorul trebuie aranjat în interiorul cadrului, creând relații semnificative între subiecte, astfel încât să se obțină un ansamblu echilibrat, estetic plăcut, armonios și unit. Dar ce este cadrul? Este se-

lecția realității pe care fotograful sau operatorul de cameră o alege, care poate fi de asemenea numită „plan”. Cadrul este definit de unghi, nivel, înălțime și distanța camerei față de planul de filmare (Kevin, 2021). Aceste concepte sunt importante în lumea cinematografilei, așa că necesită o explicație mai precisă pentru a le înțelege corect.

Dacă începem cu primul element, este important de menționat că fiecare imagine audiovizuală implică un unghi de încadrare. În acest cadru, putem diferenția unghiul corect sau normal, în care camera este plasată în fața scenei, fără nicio înclinație. Unghiul înclinat este acela în care camera arată scena de sus în jos (dacă este filmată de sus, se numește unghiul „zenit”), și panoul din spate, în care camera arată scena de jos în sus (dacă este filmată de jos, se numește unghiul „nadir”).

Pe de altă parte, nivelul se referă la relația dintre elementele verticale și orizontale ale unei scene în raport cu marginile cadrului.

Distanța este relevantă, deoarece dimensiunea unui plan ia ca model corpul uman, stabilind astfel o clasificare bazată pe cantitatea mai mare sau mai mică de câmp ocupat de personaje în cadrul.

Odată ce aceste concepte sunt clare, este important de luat în considerare:

- Nu plasați subiectul în mijloc. De fapt, este mai bine să-l plasați pe o parte.
- Planurile de sus urmează un model numit regula treimilor, care încearcă să spună că compozițiile sunt mai armonioase dacă subiectul este situat la una dintre intersecțiile acestei grile, având suficient spațiu pentru cap.

Crearea unui film

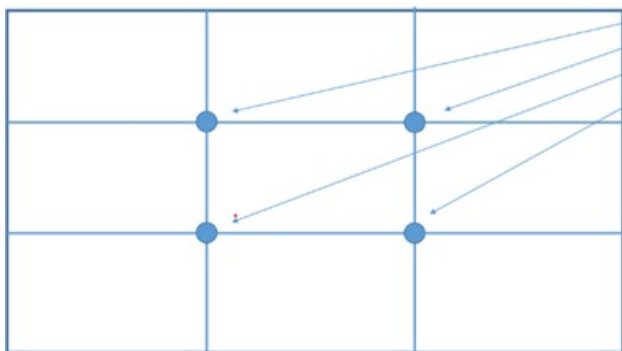


Figura 1
Exemplu de regulă a treimilor

- Nu plasați subiectul prea jos în cadru, deoarece creează prea mult spațiu în jurul capului, și nici nu fotografiați împotriva unui perete, deoarece creează umbre care dezarmonează mediul.

- Nu plasați subiectul prea sus în cadru. Veți avea foarte puțin spațiu pentru cap, deoarece acesta tinde să fie prea îngust.

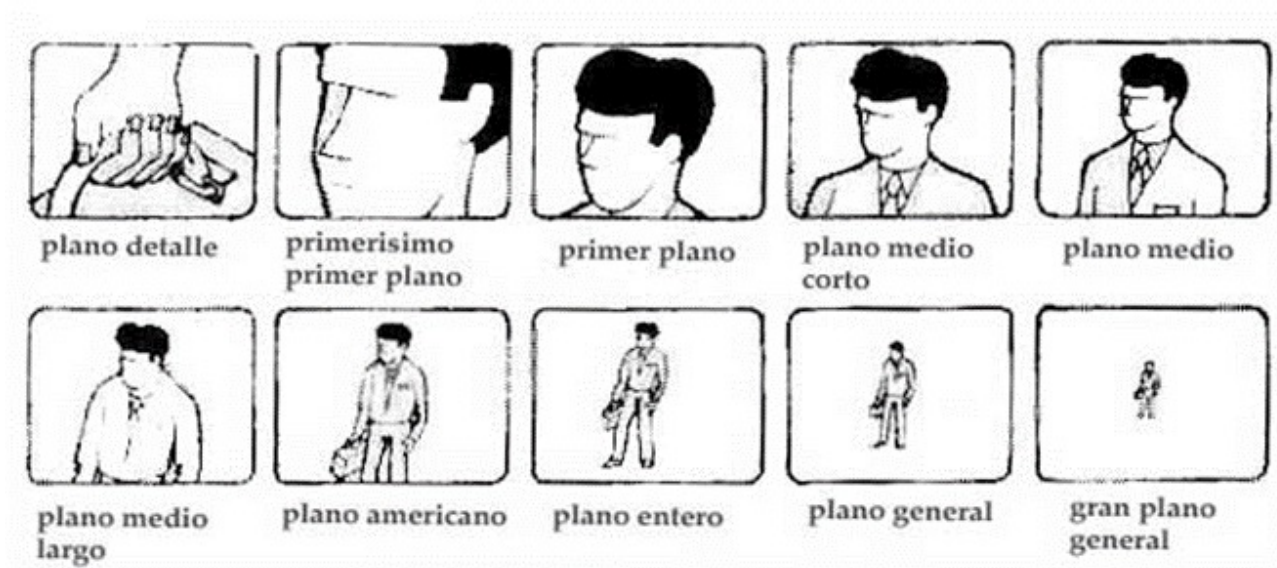


Figura 2
Imagine cu diferite tipuri de cadre

- Plan general: Îi prezintă spectatorului situația, oferă o privire de ansamblu și îl informează despre locul și condițiile în care are loc acțiunea. De obicei, este plasat la începutul unei secvențe narative. Un plan general include de obicei multe elemente, așa că durata sa pe ecran ar trebui să fie mai lungă decât, de exemplu, cea a unui prim-plan, pentru ca spectatorul să se poată orienta și să înțeleagă situația.

- Plan general panoramic: Acoperă elemente foarte îndepărtate. În acest plan, personajele sunt mai puțin importante decât peisajul.

- Plan general larg: Acesta este un plan general cu o abordare mai apropiată a obiectelor sau persoanelor. (Aproximativ 30 de metri).

- Plan general scurt: Acoperă întreaga figură umană, cu spațiu deasupra și dedesubt. Acest plan este pur și exclusiv pentru context. Personajele și acțiunile lor pot fi văzute, câștigând astfel importanță.

- Plan american (A.P.): Arată oamenii de la genunchi în sus. Cunoscut și sub denumirea de plan de trei sferturi, plan de jumătate sau plan de cowboy, este folosit în mod regulat pentru a vizualiza acțiunea cu mâinile.

- Plan mediu (M.P.): Personajele pot ocupa ecranul cu o treime din corpul lor.

- Prim-plan: Încadrează o figură umană de la nivelul feței și o parte redusă a corpului său. Permite o identificare emoțională a spectatorului cu personajele. Este mult mai subiectiv și direct decât cele anterioare și arată psihologia personajului.

- Prim-plan închis: Se concentrează asupra unei părți reduse a personajului, cum ar fi fața, mâna, ochii, etc.

- Detaliu: Echivalent cu prim-plan închis, dar al unui obiect.

Crearea unui film

Beron, K (20 de mayo de 2020). Distintos tipos de encuadres. Kevin Beron. <https://kevinberon.com/distintos-tipos-de-encuadres/>

Pe de altă parte, este important să cunoaștem diferitele tipuri de cadre pe care le putem întâlni în lumea cinematografilei, știind că fiecare are un scop diferit. Într-un plan extrem de lung, putem ști unde se află oamenii, dar nu știm nimic despre ei, în timp ce un plan lung ne poate oferi context și unele detalii. Prim-planurile sunt destinate să sublinieze sau să arate emoțiile personajelor.

Planul general îi prezintă pe spectatori situația și le oferă o privire de ansamblu; planul general panoramic include elemente foarte îndepărtate în care personajele sunt mai puțin importante; planul general mare este o panoramă generală care implică o abordare mai mare a obiectelor sau persoanelor într-o distanță de aproximativ 30 de metri; planul general scurt include întreaga figură umană cu spațiu deasupra și dedesubt; planul american surprinde oamenii de la genunchi în sus; în planul mijlociu, persoana poate ocupa ecranul cu o treime din corpul său; planul prim-plan înfățișează fața și o parte redusă a corpului; planul prim-plan de aproape se concentrează asupra unei părți reduse a personajului, cum ar fi mâna, fața, ochii, etc.; iar planul de detaliu este similar cu cel anterior, dar cu obiecte (Kevin, 2021).

Crearea de filme ca metodă non-formală în munca cu tineretul

Tinerii de astăzi au crescut cu tehnologia digitală; ei știu mai multe despre aceasta decât adulții și acest lucru le conferă un avantaj. Sunt primii care adoptă și se adaptează la noile tehnologii. Revoluția digitală care este în curs de desfășurare transformă toate domeniile vieții noastre. (Gil & Martí, s. f.) Cinema pentru tineret și creația sa, prin ateliere în contexte non-formale, poate fi o modalitate pentru tineri de a recunoaște importanța mass-media. Prin urmare, înțelegerea mass-media și dobândirea controlului asupra lor pentru a le înțelege și controla. (Mercader Martínez,

Y., (2012). Mai mult, acest lucru implică implicarea civică, deoarece poate promova valori pozitive, atitudini pozitive și o modalitate sănătoasă de petrecere a timpului liber. Poate crea, de asemenea, participare cetățenească și cetățenie activă, deoarece poate încuraja tinerii să se mobilizeze și să se angajeze în unele probleme sociale, cum ar fi urgența climatică, feminismul și lupta pentru includerea deplină a persoanelor cu dizabilități în cetățenie. Este foarte important să nu lăsăm crearea de materiale filmice doar în mâinile adulților care, în cele mai multe cazuri, sunt îndepărtați de tineri și poate că nu împărtășesc valorile și viziunile lor. Cu toate acestea, ei au puterea mass-mediei de a controla poveștile pe care tinerii trebuie să și le spună singuri. (Gil & Martí, s. f.)

Cinematografia este cultură, astfel că este un drept uman să avem acces la ea. Este, de asemenea, o formă de artă, posibil cea mai influentă formă pe care o avem astăzi. Reprezintă mari povestiri din istoria noastră și din viața contemporană și este un element central al patrimoniului nostru cultural comun. Cinematografele și platformele de streaming sunt un vehicul fantastic pentru ca elevii să descopere și să exploreze repertoriul și tehnicile lor. Face parte din experiența culturală a majorității tinerilor și este un mijloc prin care se pot raporta și se pot simți confortabil, indiferent de vârsta lor. Aceasta este o mare oportunitate de a o folosi pentru a realiza învățarea memorabilă și plăcută care promovează creșterea personală. Cinema poate oferi inițiative noi tinerilor, noi forme de creație și perspective diferite. De asemenea, încurajează spiritul antreprenorial al tinerilor. (Gil & Martí, s. f.)

Realizarea de filme poate avea numeroase rezultate pozitive pentru elevi. Ajută la dezvoltarea creativității, a lucrului în echipă, a abilităților de comunicare și a competențelor TIC, precum și a abilităților cinematografice, toate acestea putând fi valorificate în viitoarea lor angajabilitate. În plus, învățarea să faci filme poate permite tinerilor să-și spună propriile povești și să devină participanți activi în crearea culturii, nu doar consumatori ai ceea ce alții creează. Realizarea de filme are un potențial mare ca instrument simplu, dar util, pentru înregistrarea învățării și utilizarea acesteia în evaluarea perechilor și schimbul de informații. (GestorGenios, P. 2019, 31 ianuarie).

Crearea unui film

Ce trebuie să știi ca lucrător cu tinerii pentru a utiliza realizarea de filme ca metodă non-formală?

Conform lui Alfonso Méndiz Noguero (2008), cinematografia de astăzi este cel mai puternic mijloc de educație informală care există, contribuind puternic la socializare și legitimarea anumitor comportamente și percepții asupra realității. De fapt, este un instrument foarte puternic pentru dezvoltarea unei atitudini critice și personale, precum și a abilităților de lucru, cum ar fi lectura, emoțiile, exprimarea și reflexia, printre altele.

Art Connection (2012) este de acord că cinematografia este o modalitate bună de a crea comunități de învățare în care participanții pot dezvolta diferite abilități, cum ar fi creativitatea, viziunea artistică, luarea deciziilor, leadership-ul și abilitățile de comunicare, motivația pentru realizare, înțelegerea procesului, atenția la detalii, controlul emoțiilor, stimă de sine, lucru în echipă și gândire critică.

Cinema permite participanților să creeze individual și colectiv, să exploreze idei prin acțiuni, imaginație și experiență, precum și să dezvolte comunicarea prin intermediul poveștilor prin experiențe umane.

Făcând participanții protagoniști în proces, aceștia devin regizori ai propriilor povești. Acest proces creativ audiovizual le permite să dezvolte capacitatea de leadership, deoarece regizorul devine forța creativă și legătura dintre tehnicile de producție și îndrumarea echipelor creative (casting, scenariu, montaj, cameră, producție etc). În plus, îi învață pe oameni să transforme un scenariu în imagini și sunete cu o semnificație și să pună în practică abilități de organizare (Art Connection, 2012).

Societățile viitoare vor fi expuse la prea multă informație, iar așa cum afirmă Bartolomé și Cabrera (2003), este o provocare care se află în mâinile noastre să construim o cetățenie interculturală în care cetățenii să fie activi și să dezvolte și să învețe anumite abilități și

competențe care să le permită să dezvolte un angajament democratic și participativ. Aici intervine cinematografia, care poate fi de mare ajutor pentru umanizarea societății și dezvoltarea personală și socială a oamenilor.

Pentru a atinge aceste obiective, este necesar să dezvoltăm o pregătire pentru lectura audiovizuală; deoarece primirea unui mesaj audiovizual implică înțelegerea, descifrarea și interpretarea a ceea ce cineva a exprimat. Dar pentru această lectură, sunt necesare anumite cunoștințe, abilități și competențe care să permită dezvoltarea de strategii pentru interpretarea sensului.

Cheia nu este doar să se facă formare în domeniul cinematografiei, ci să se formeze elevii în cinematografie, pentru că niciun mijloc cultural nu va fi la fel de dominant și accesibil în viața unei persoane ca cinematografia. Dar pentru a înțelege acest mediu, oamenii trebuie să se familiarizeze cu tehnicile, stilurile și diferitele genuri de filme. Cea mai bună modalitate de a face acest lucru - de a înțelege și interpreta - este să abordăm învățarea și controlul aspectelor formale; fără a uita că fiecare mesaj, chiar și cel mai simplu, a trecut prin elaborarea camerei și a fost prelucrat în timpul asamblării.

În ceea ce privește educația non-formală și implicarea liderilor de tineret în acest domeniu, este important să se sublinieze imensa capacitate a cinematografiei de a transmite cunoștințe directe, vii și reale despre evenimentele sociale, deoarece este un instrument care se conectează puternic cu emoțiile oamenilor, generând motivații și facilitând implicarea lor în schimbare.

Cinematografia permite animatorilor de tineret să cunoască și să reflecteze asupra realității, să perceapă împrejurările prin care trec oamenii și să îi motiveze pe aceștia să se angajeze în obiectul acțiunii lor educaționale.

Cinematografia și educația au un scop foarte specific, schimbarea societății, a mentalității sale, a atitudinilor, a obiceiurilor și a comportamentelor sale, deoarece ne permite să arătăm nedreptățile și să-i convingem pe toți că sunt demni de drepturi; deoarece are o mare pute-

Crearea unui film

re socio-culturală, artistică și umană, făcând orice învățare transmisă prin intermediul său ușor de asimilat.

Pentru a încheia, este important de menționat că există diferite ghiduri didactice pentru filme care descompun subiectul de abordat, domeniile, filmele care se ocupă de acestea, precum și valorile sociale implicate. De exemplu, în cadrul animației socio-culturale și interculturale, domeniile de lucru ar putea fi, pe de o parte, "educația pentru timpul liber și timpul liber" cu filme precum "O aprilie fermecată" sau "Billy Elliot" care tratează valorile libertății, fericirii, vieții, responsabilității, înțelegerii și cooperării; și, pe de altă parte, dezvoltarea comunitară durabilă și culturală, cu filme precum "Azi începe totul", lucrând cu valori precum sprijinul, încrederea, justiția, cooperarea, responsabilitatea și dialogul (Pereira, 2021).

Design-ul Grafic

Introducere

Capitolul prezent își propune să exploreze și să încurajeze utilizarea designului grafic și a instrumentelor sale în lucrul cu tinerii pentru a promova implicarea civică și participarea acestora.

Implicarea civică a tinerilor, așa cum a fost definită în Raportul ONU privind Implicarea Civică a Tinerilor (2016), "poate fi considerată un scop în sine, dar este și un mijloc de atingere a altor obiective și beneficii în societate. Potențialul său de a contribui la dezvoltarea personală a tinerilor, la îmbunătățirea bunăstării lor și la combaterea injustiției în societate oferă, de asemenea, un impuls pentru promovarea implicării civice ca componentă a lucrului cu tinerii și a acțiunilor lor."

Prin definiție, și datorită naturii sale fundamentale, tineretul reprezintă o fază de tranziție în viața tinerilor. Pentru a realiza această transformare și pentru a-și găsi rolul în lume, tinerii experimentează un proces de negociere socială și interpersonală pentru a-și afirma autonomia. Prin urmare, în această fază este de importanță vitală promovarea puterii tinerilor pentru a le permite să-și găsească identitatea și stima de sine într-un mod sănătos și pentru a face față provocărilor acestui proces. Privind în ansamblu acest subiect, acest proces pozitiv aduce beneficii și schimbării sociale, deoarece îmbunătățirea sentimentului de responsabilitate și angajament al tinerilor îi îndreaptă către o tranziție durabilă și participativă a societății. În acest cadru, puterea tinerilor este un efort de înțelegere a rolului lor în aducerea unei schimbări pozitive în individualitatea lor și, în același timp, în viața lor prezentă și viitoare în societatea civică.

Pentru a fi implicați civic, tinerii trebuie să simtă puterea vocii lor. În ultimii ani, emanciparea tinerilor a fost o strategie eficientă pentru lucrătorii cu tineretul pentru a crește potențialul tinerilor la nivel social. În acest proces de emancipare, tinerii se simt puternici prin schimbul social în afara familiilor lor și prin interacțiunea cu colegii și adulții încep un traseu pozitiv care îi conduce să-și aducă contribuția la nivel social și civic.

Nu întotdeauna tinerii încep ușor acest traseu spre emancipare din cauza unui sentiment de

frustrare și neîncredere. Sentimentul de a face parte dintr-o comunitate și de a fi co-responsabil pentru ea s-a diminuat treptat de-a lungul anilor. Această dezafecțiune este prezentă în rândul adulților, dar din ce în ce mai mult și în rândul tinerilor, care se luptă să-și găsească locul în societate și să-și facă auzite vocile.

În general, tinerii declară că se simt distanțați de caracteristicile tradiționale ale cetățeniei, cum ar fi a fi membri ai unui partid politic, implicarea în chestiunile guvernamentale locale și politice, și optează pentru forme diferite și mai atractive de implicare. În acest cadru, rețelele sociale reprezintă un teren fertil pentru implicarea tinerilor. Strâns legate de designul grafic, rețelele sociale reprezintă noua frontieră a implicării civice, în special pentru tineri, deoarece sunt mai dornici decât restul populației să se implice în activități politice și civice online. Comunicarea și informația lor sunt orientate spre internet și evită utilizarea mass-media clasice pentru a se informa, cum ar fi televizorul, ziarele sau radio. În plus, rețelele sociale permit utilizatorilor să devină participanți activi și colaborativi, în loc să fie spectatori pasivi.

La nivelul UE, Comisia Europeană promovează utilizarea formelor neconvenționale de implicare politică sau civică pentru a facilita accesul tinerilor și pentru a mări participarea lor, depășind cu mult actele normative, cum ar fi votul.

În acest context, designul grafic în implicarea civică a tinerilor a fost recent demonstrat a fi "o metodologie promițătoare pentru intervenție: ca modalitate de cunoaștere și investigare și ca activități de implicare" (Mouchrek, 2020). De asemenea, un studiu recent realizat de Sadikin A., Indriyani W. (2020) a demonstrat că atelierele de formare în design grafic încurajează emanciparea tinerilor datorită atractivității lor tehnologice și capacității lor de a răspunde eficient intereselor și valorilor acestora. Făcând parte din natura tinerilor, aceștia sunt curioși, creativi și dornici de schimbare, iar activitățile bazate pe design pot fi elementul cheie pentru a sprijini procesul de emancipare și implicare a tinerilor, oferindu-le instrumente practice pentru a transforma ideile lor de schimbare în proiecte concrete.

Pentru a explora mai în detaliu subiectul și toate aspectele multiple ale designului grafic și modul în care poate fi folosit ca instrument de implicare cu tinerii în educația non-formală, vă rugăm să consultați paragrafele următoare.

Design-ul Grafic

Ce este design-ul grafic?

AIGA, una dintre cele mai importante asociații internaționale în ceea ce privește lumea designului grafic, definește designul grafic ca "...arta și practica planificării și proiectării ideilor și experiențelor prin conținut vizual și textual. Forma acestui conținut poate fi fizică sau virtuală și poate include imagini, cuvinte sau orice element grafic. Experiența poate avea loc într-o clipă sau pe o perioadă extinsă de timp. Munca poate fi realizată la orice scară: de la designul unui timbru până la designul unui sistem național de identitate poștală."

Culorile, literele, formele și imaginile împing oamenii să gândească mai profund, iar rolul designului grafic este, prin urmare, de a ajuta oamenii să înțeleagă lucrurile mai bine. Designul grafic folosește adesea limbajul vizual pentru a transmite mesajul într-un mod foarte atractiv, clar și eficient, evitând neînțelegerile.

De fapt, "literele" la bază cuprind întreaga lume a tipografiei, cunoașterea fonturilor, selecția și potrivirea fonturilor, gestionarea spațiului și armonia lor. Culorile, pe de altă parte, implică concepte precum scalele de culori, gamutul și teoriile culorilor, iar imaginile implică manipularea și crearea de forme și imagini prin desen, imprimare, calculatoare și o serie de alte mijloace tehnice.

Procesul de design grafic

Proiectele de design grafic necesită cercetare atentă și lucru metodologic bazat pe pași bine definiți, utili în căutarea sugestiilor creative viabile și dezvoltarea unui concept în concordanță cu nevoile de comunicare. Designerul renumit Bruno Munari explică metodologia de design printr-un exemplu legat de pregătirea orezului verde. Conform lui Munari, această metodă trebuie să se bazeze pe "o serie de operațiuni necesare, aranjate într-un ordin logic dictat de experiență", pentru a nu lăsa nimic la voia întâmplării și improvizării. Procesul creativ necesită libertate de expresie, dar întotdeauna trebuie să aveți în vedere unele linii directoare pentru a evita neînțelegerile cu publicul vostru.

Pașii care trebuie urmați pentru a realiza un design grafic, pentru a optimiza timpul și pentru a îmbunătăți rezultatul final sunt următorii:

1. Elaborarea briefului: în această etapă, veți defini obiectivele de comunicare și vizuale pe care trebuie să le atingeți pentru a transmite mesajul vostru. Un brief bun ar trebui să conțină cel puțin următoarele informații:

Obiectivele de comunicare de atins; (Care este mesajul vostru principal? Care este motivul pentru care doriți să aduceți acel mesaj în lume?)

Valorile de accentuat; (Ce valori doriți să transmiteți? Care sunt valorile esențiale?)

Stilul grafic, paleta de culori sau alte elemente vizuale de utilizat; (Ce stil grafic credeți că reflectă mesajul vostru? Aveți exemple pentru inspirație?)

Publicul țintă și limbajul său; (Cui vreți să vă adresați cu mesajul vostru? Cum comunicați acești oameni? Cum este limbajul lor de zi cu zi?)

Termenul limită pentru livrare. (Când trebuie să eliberez creația?)

2. Studiarea briefului: în această fază, analizați brieful de design pe care l-ați elaborat, identificând orice informații lipsă sau neclare pentru a le corecta.

3. Cercetarea informațiilor de bază: în acest moment, este important să găsiți cât mai mult material posibil despre designul grafic specific (de exemplu, fonturi, culori, stiluri), dar și despre ideea de a fi diseminată și valorile care trebuie transmise.

4. Cercetarea de inspirație: în crearea unui design grafic, este esențial să "hrăniți-vă mintea" cu imagini, fonturi, culori și alte elemente vizuale. Există multe site-uri utile pentru cercetarea de inspirație (de exemplu, Pinterest, Pixabay, Flickr sau Unsplash), dar amintiți-vă că sugestiile pot veni și destul de aleatoriu din cărți sau reviste pe care le citiți sau din panouri publicitare pe care le vedeți pe stradă. În timpul acestei etape, este important să aveți întotdeauna la îndemână un caiet și un creion, astfel încât să puteți schița ideile care vă vin în minte în orice moment. Acest pas este crucial pentru dezvoltarea unei game de idei posibile, din care puteți alege ulterior cele mai bune.

5. Alegerea conceptului: în această etapă, va trebui să procesați rezultatele cercetării pe care ați efectuat-o, dar și ideile aleatorii pe care le-ați notat pe caietul vostru. Puteți salva tot materialul într-un dosar pe PC-ul

Design-ul Grafic

vostru sau puteți crea o tablă de idei pe o platformă gratuită (Canva, Pinterest, ...) pentru a-l revizui rapid și a selecta ideile de dezvoltat. Puteți alege un singur concept și să-l dezvoltați în 3 versiuni grafice diferite sau, dimpotrivă, să veniți cu trei propuneri complet diferite. Lucrul important este să comunicați soluțiile în mod clar și distinct, creând o linie grafică pentru fiecare.

6. Realizarea proiectului grafic: acesta este momentul în care treceți de la teorie la acțiune, dezvoltând propunerile voastre grafice pe computer. Unele instrumente online gratuite pentru a începe lucrul sunt Designer, Vista Create, Canva, befunky, iDroo. Dacă ați efectuat corect pașii anteriori, veți putea să optimizați timpul necesar pentru a "traduce în grafică" conceptele pe care le-ați ales. În această primă etapă, este important să puneți ideile în formă de schițe, cu scopul de a vedea dacă pot funcționa chiar și după ce le-ați pus "pe hârtie".

7. Revizuirea și finalizarea liniei de design grafic: după o scurtă pauză, utilă pentru a privi proiectul cu o privire mai lucidă și obiectivă, puteți elimina propunerile care nu vă conving și vă puteți dedica revizuirii conceptelor selectate. În această etapă, este important să analizați fiecare detaliu și să-l rafinați vizual, înainte de a exporta fișierul final.

8. Prezentarea proiectului: pregătirea cu atenție a prezentării finale pentru grup sau pentru lucrătorul de tineret este crucială pentru succesul oricărui proiect de design grafic, deoarece vă va ajuta să prezentați eficient și convingător propunerile voastre, explicând motivele alegerii fiecărei soluții și diferențele dintre ele.

Designul grafic ca metodă non-formală în lucrul cu tineretul:

Designul grafic și metodologiile sale participative se potrivesc bine procesului de emancipare a tinerilor care devin adulți. De exemplu, o modalitate de a combina Metodologiile participative și Designul grafic este concursul AIGA "Design for Democracy", care din 1998 încearcă să aplice instrumente și gândire de design pentru a crește participarea civică. Designerii devin cetățeni mai vocali și fac democrația mai solidă. Deja din anii '70, în nordul Europei, designul participativ s-a impus ca un instrument pentru implicarea civică și democratizare (Ehn, 2008). Se bazează pe valori democratice și învățare comună. De-a lungul decadelor, designul participativ s-a dezvoltat și a dobândit o utilizare mai extinsă, până la cele mai recente frontiere pentru a face participarea mai accesibilă și pentru a spori schimbarea socială și dezvoltarea prin abordări inovatoare.

Datorită naturii sale interdisciplinare și potențialului său de a fi un catalizator pentru schimbare, designul grafic se potrivește pentru o serie de proiecte inovatoare în diferite domenii, inclusiv în lucrul cu tineretul.

În acest domeniu, designul grafic a devenit o unealtă valoroasă pentru tineri pentru a înțelege realitatea, a-și exprima punctul de vedere și a transmite un mesaj.

În plus, practicile din întreaga Europă demonstrează cum în atelierelor non-formale, designul grafic colaborativ aduce beneficii suplimentare. De fapt, activitățile de formare care utilizează metode colaborative de design cu tinerii îi încurajează să gândească în afara cutiei și să rezolve probleme găsind soluții noi și creative, promovând un sentiment de creștere comună. Activitățile de Design colaborativ încurajează emanciparea tinerilor și implicarea lor în schimbarea socială durabilă, motivându-i din diferite părți să participe, permițându-le să adopte o perspectivă și să înceapă să gândească dialectic, ceea ce îi plasează la același nivel social cu adulții.

O practică recent populară sunt atelierelor de educație în design gestionate de comunitate, în care un designer grafic oferă tinerilor cunoștințele sale în abilități de manipulare grafică, web design, fotografie sau ilustrație, fără a percepe taxe. Tinerii beneficiază de pe urma acestei întâlniri nu numai de abilități profesionale, ci, mai important, de instrumente inova-

Design-ul Grafic

toare și importante pentru a-și exprima gândurile în mod clar și incisiv.

O altă tehnică în formarea în design grafic este combinarea educației pentru adulți cu metodele participative. Abordarea educațională pentru adulți este folosită pentru a ghida tinerii în definirea nevoilor și stabilirea obiectivelor, iar metodologia de design grafic începe cu procesul creativ și calea "briefului" și îi ajută să rezolve probleme în mai multe domenii, cum ar fi experiența de viață, educația sau implicarea civică. Rezolvarea problemelor oferă tinerilor un sentiment de apartenență la obiectivul pe care doresc să-l atingă, în plus, le oferă un instrument potrivit pentru a se confrunta cu provocările personale și sociale ale vieții și le dezvoltă abilitățile de a gândi sistematic.

Metodologia de formare participativă este potrivită în special pentru tinerii cu un nivel ridicat de dependență. Aceasta se desfășoară prin identificarea nevoilor, contracte de învățare, procesul de învățare, evaluare și re-diagnosticare a nevoilor comunității.

Folosind aceste tehnici de educație pentru adulți, tinerii interacționează efectiv cu comunitatea care le oferă experiență, schimb de puncte de vedere și transmite motivația de a învăța. Prin această schimbare dialectică, devin ei înșiși agenți ai schimbării.

Tinerii implicați în formarea în design grafic, care s-au ocupat de probleme legate de viața lor socială, au arătat adesea interes și dorință de a participa și de a se implica prin exprimarea opiniilor și transformarea viziunilor și soluțiilor creative în acțiuni concrete.

Printre metodele folosite pentru implicarea tinerilor în schimbarea socială și civică durabilă, designul grafic reiese ca un instrument valoros pentru lucrătorii cu tineretul. Acesta le permite, de fapt, tinerilor să proiecteze stiluri de viață noi și practice, încurajând gândirea critică și autonomia personală în luarea deciziilor și găsirea soluțiilor la problemele civice sau sociale din viața lor de zi cu zi. Acest lucru se realizează prin intermediul puternicului instrument al limbajului vizual și al muncii colaborative, bazate pe valori comune și empatie.

Ce trebuie să știe un lucrător cu tineretul pentru a utiliza designul grafic ca metodă non-formală?

Procesul de reproducere a metodologiei de design grafic în activitățile non-formale începe cu atribuirea unui mic grup de tineri la diferite sarcini conexe care, împreună, vor duce la proiectul finalizat de design. De exemplu, facilitatorul solicită realizarea unui banner, a unui logo sau a unui flyer pentru întregul grup, ca o echipă. Apoi, facilitatorul împarte echipa în grupuri mici care trebuie să lucreze la un singur aspect al proiectului pentru a finaliza sarcina atribuită. Tinerii vor trebui să coopereze și să participe pentru a rezolva problemele și, în cele din urmă, pentru a crea lucrări de design grafic inovatoare și creative care să fie utile și semnificative pentru mesajul lor.

Educația în design grafic este o unealtă puternică pentru tinerii care se confruntă cu provocări complexe ca cetățeni astăzi. Această metodologie le poate oferi puterea de a transforma în răspunsuri concrete și inovatoare sentimentul abstract de neîncredere și frustrare pe care adesea îl simt în ceea ce privește rolul lor în societatea civică și problemele din interiorul acesteia. Cu alte cuvinte, îi învață procesul cognitiv de rezolvare a problemelor, îmbunătățindu-le înțelegerea problemelor care îi înconjoară și promovând dezvoltarea abilităților personale, sociale și profesionale strâns legate de rezolvarea problemelor, cum ar fi gestionarea timpului, prezentarea de sine și ascultarea activă.

Iată o listă de recomandări pentru un spațiu civic sigur și inovator, adresată lucrătorilor cu tineretul care doresc să folosească designul grafic ca metodă non-formală pentru implicarea civică a tinerilor:

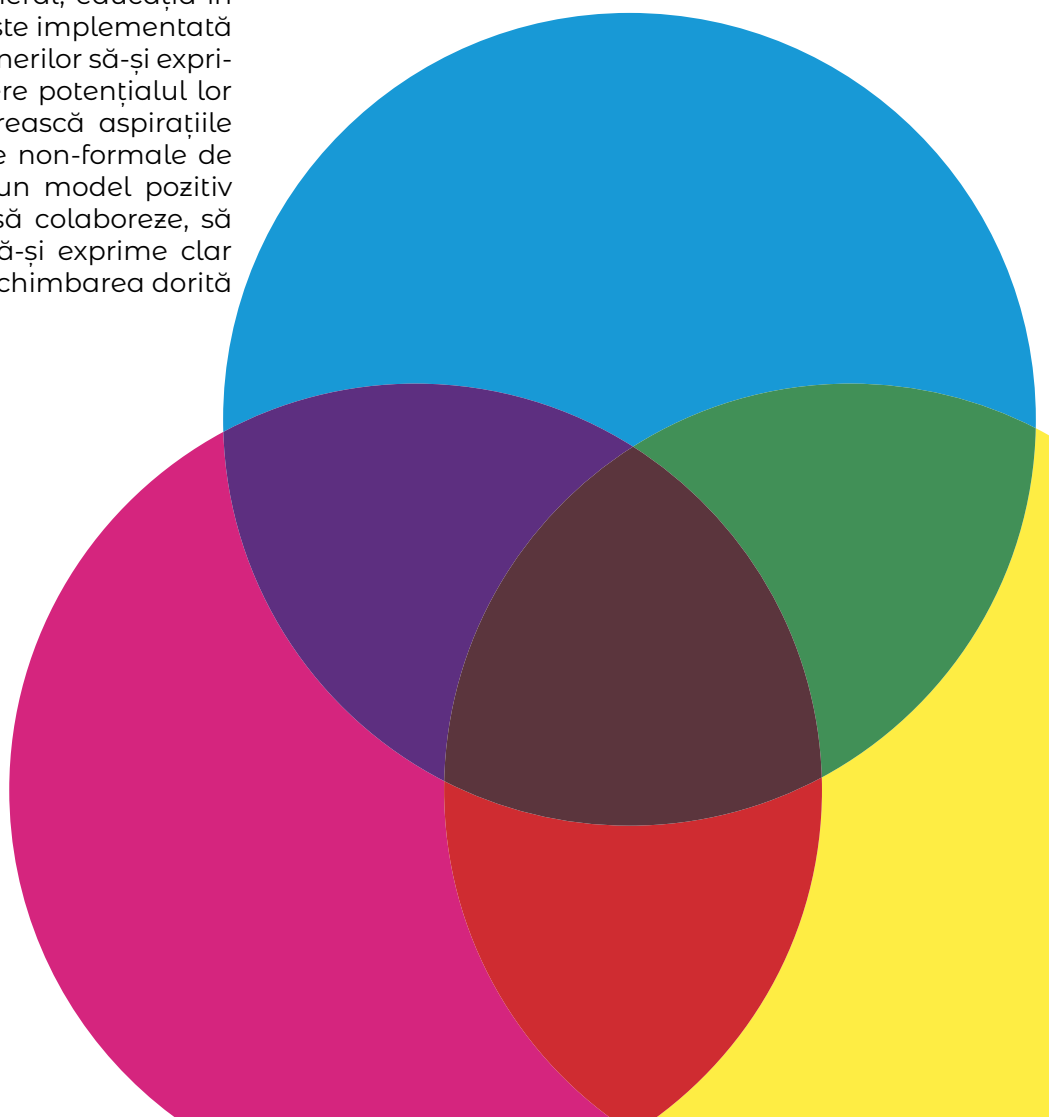
Recomandări practice:

- Urmați cei 8 pași.
- Lăsați tinerii să-și exprime liber ideile.
- Utilizați canalele tinerilor, cum ar fi rețelele sociale, și limbajul și referințele lor.
- Prezentați-le informații civice direct legate de viața și interesele lor.
- Utilizați informații scurte și ușor de înțeles.
- Folosiți imagini atrăgătoare și culori vii.
- Mențineți un spațiu informal, liber de judecată și deschis pentru exprimarea liberă pentru a îmbunătăți participarea tuturor tinerilor.

Design-ul Grafic

- Sprijiniți procesul lor de dobândire a leadershipului printre colegi și la nivel social.
- Promovați o strategie de jos în sus, în care tinerii creează implicare civică de unii singuri și cooperează între ei.
- Oferiți feedback și apreciere pentru munca lor.
- Propuneți scenarii de viziune care permit tinerilor să creeze căi de viitor.
- Creați oportunități pentru ei să transforme idealurile și potențialul în proiecte concrete.
- Permiteți rețele și partajare pentru a facilita implicarea civică și participarea lor ca grup.
- Reflectați și discutați cu tinerii despre problemele și ceea ce le lipsește în lumea designului grafic (de exemplu, reclame, bannere, logo-uri, sloganuri, ilustrații, media...).
- Identificați "problema" și luați-o ca pe o posibilitate de a gândi alternative.

În cele din urmă și mai general, educația în design grafic, atunci când este implementată în medii sigure care permit tinerilor să-și exprime liber, îi ajută să descopere potențialul lor cel mai ascuns și să urmărească aspirațiile lor. În acest sens, activitățile non-formale de design grafic declanșează un model pozitiv de rol care împinge tinerii să colaboreze, să urmărească valorile lor și să-și exprime clar mesajul pentru a declanșa schimbarea dorită în societate.



Cele mai bune practici în utilizarea poveștilor, design-ului grafic și producției de film în lucrul cu tinerii

Introducere - cum să citiți și să înțelegeți sinteza bunelor practici

Toate cele trei metodologii - povestirea, designul grafic și producția cinematografică - au fost folosite de-a lungul timpului ca metode de educație non-formală în lucrul cu tinerii, atât în domeniul educației publice, cât și în cel privat. Modul în care aceste metode au fost integrate diferă în funcție de tema activității sau proiectului, grupul țintă și, în special, în funcție de scopul și obiectivele pe care facilitatorii, formatorii și organizațiile doreau să le atingă.

În acest capitol, am sintetizat mai multe bune practici care au avut un impact asupra grupului țintă, producând o schimbare. Pentru fiecare bună practică, am analizat câțiva indicatori care pot reflecta impactul pe care proiectul l-a avut. Acești indicatori includ:

Temporalitate - durata proiectului și modul în care activitățile durează în timp sau au fost utilizate de organizații și grupul țintă pe o perioadă îndelungată. Referința noastră a fost de cel puțin 1 an.

Eco-sustenabilitate - modul în care practica/activitatea/proiectul este sustenabil din punct de vedere al respectului față de mediu și a bunelor practici.

Incluziune - modul în care practica este inclusivă și permite persoanelor aflate în situații vulnerabile să aibă acces.

Rezultate - informații despre rezultatele proiectului/practicii și despre impactul și indicatorii obținuți.

Inovație - practica are un caracter inovator, îmbunătățind situația preexistentă, aducând soluții originale contextului în care este aplicată sau transformând complet realitatea anterioară.

Replicabilitate - modul în care proiectul are posibilitatea de a fi replicat ca acțiuni în alte contexte sau locuri, respectând criteriile de scalabilitate.

De asemenea, în analiza bunelor practici se găsesc și alți indicatori, cum ar fi numărul de persoane ajunse în proiect sau practică, limbile în care materialele sau rezultatele sunt disponibile, țara în care a fost dezvoltat și un link în care puteți găsi informații mai utile. Descrierea succintă din tabelul de mai jos a fost făcută într-un mod care să reflecte ideea principală a practicii și să ofere un context scurt, dar suficient pentru a ajuta cititorul să decidă dacă dorește să citească mai mult și dacă este potrivită pentru activitatea pe care dorește să o dezvolte mai mult.

Bunele practici ale povestirii

MARE DI LIBRI

Italia

www.maredilibri.it/

Temporalitate **4**

Eco-sustenabilitate **4**

Includere **5**

Rezultate **5**

Inovație **4**

Reproducibilitate **5**

Numărul de persoane atinse **17.000**

În câte limbi este disponibil? **2**

Ce limbi? **Italiană, Engleză**

„Mare di Libri” este primul festival literar italian dedicat cititorilor adolescenți. Cu peste paisprezece ani în urmă, festivalul a luat naștere dintr-o idee destul de simplă: un festival literar dedicat în întregime poveștilor și artei iubite de cititorii cu vârste cuprinse între 11 și 18 ani.

Grupul mic de fondatori a dorit să ajute adolescenții să găsească comunități de cititori asemănători, să învețe să lucreze împreună, să interacționeze cu autorii lor preferați, să învețe și, în general, să-și deschidă aripile.

Acest lucru face din Mare di Libri un festival unic, gestionat de adolescenți pentru adolescenți. Numeroșii tineri voluntari care participă la festival sunt cei care decid ce autori să invite, ce povești să exploreze. Cu sprijinul unui mic grup de adulți, voluntarii coordonează evenimentele, susțin vizitatorii, asistă oaspeții și se ocupă și de comunicarea și promovarea evenimentului.

De-a lungul timpului, festivalul a adus la Rimini scriitori și artiști italieni și străini. Am avut onoarea să primim, printre alții, pe Craig Thompson, Aidan Chambers, Patrick Ness, John Boyne, Natasha Pulley, David Almond, Paul Dowsnell și mulți alții.



Bunele practici ale povestirii

A-ȚI IMAGINA O POVEȘTE

România

www.britishcouncil.ro/en/events/to-picture-a-story-creative-life-skills-workshops

Temporalitate 3

Eco-sustenabilitate 4

Includere 5

Rezultate 3

Inovație 3

Reproducibilitate 5

Numărul de persoane atinse 135

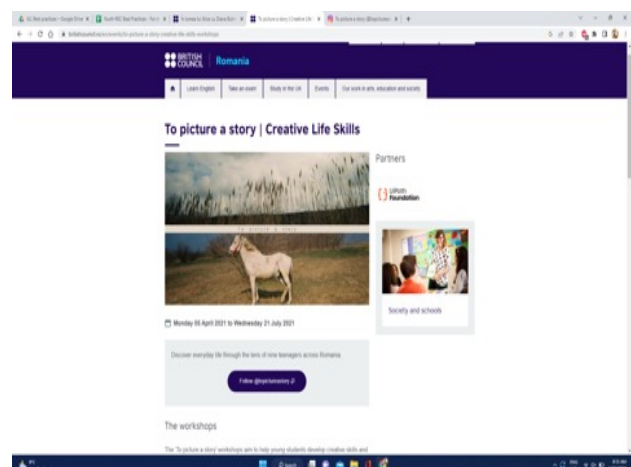
În câte limbi este disponibil? 2

Ce limbi? Engleză, Română

Atelierele “A-ți imagina o poveste” au ca scop ajutarea tinerilor elevi să-și dezvolte abilitățile creative și competențele în limba engleză prin intermediul fotografiei și a poveștilor, permițându-le să surprindă și să împărtășească poveștile lor despre viața de zi cu zi în zonele rurale sau mici urbane din România. Pe parcursul a trei luni, din aprilie până în iunie 2021, nouă adolescenți din zonele subdezvoltate din întreaga Românie, parte a rețelei UiPath Foundation, au învățat și au practicat fotografia de film și arta poveștilor în limba engleză, în cadrul unei serii de ateliere bimensuale susținute de UiPath Foundation și livrate de profesorul David Hughes de la British Council, artistul Wanda Hutira și expertul în comunicare Cosmin Anghel. Programul se concentrează pe dezvoltarea competențelor de limbă engleză ale elevilor și pe abilitățile lor creative prin două seturi de aptitudini:

- Povestire vizuală, prin dobândirea unei înțelegeri mai profunde a tehnicilor de fotografie și utilizând camere de film furnizate în cadrul programului pentru a prezenta fragmente din viața românească din perspectiva lor locală.

- Povestire scrisă, învățând să dezvolte povești scurte în formate de subtitrări Instagram care transmit în continuare mesajul pentru fiecare fotografie, fie că este vorba despre captarea unei stări sau a unui context; prin aceasta, elevii dezvoltă abilități de povestire în scris împreună cu competențele lor de limbă engleză.



Bunele practici ale povestirii

RUPE LANȚUL, FII SCHIMBAREA!" (KA1)

Spania

<https://www.youtube.com/watch?v=RY0b3zVK3B4>

Temporalitate

Eco-sustenabilitate **5**

Includere **3**

Rezultate **3**

Inovație **3**

Reproducibilitate **5**

Numărul de persoane atinse

500 (mai mult sau mai puțin)

În câte limbi este disponibil?

1

Ce limbi?

Rupe lanțul, fii schimbarea!" este un videoclip creat de participanții la schimbul internațional de tineret "Înregistrează un urmăritor" din programul Erasmus +.



Bunele practici ale povestirii

RADIO THEATER: POVEȘTI DIN CARANTINĂ

Spania

<https://radiotheater.infoproject.eu/>

Temporalitate **5**

Eco-sustenabilitate **5**

Includere **5**

Rezultate **5**

Inovație **5**

Reproducibilitate **5**

Proiectul își propune să ofere noi instrumente lucrătorilor de tineret și educatorilor sociali, care să le permită să îmbunătățească abilitățile tinerilor în ceea ce privește creativitatea, vorbitul în public, munca în grup, exprimarea prin mișcare, exprimarea artistică, gestionarea timpului, auto-cunoașterea, folosind teatrul și radio-ul ca noi instrumente educaționale creative. Utilizarea poveștilor prin intermediul radio-ului și impactul pe care acest lucru îl generează în lucrul cu tinerii reprezintă tema principală a proiectului, susținută de organizarea activităților de învățare, predare și formare cu un itinerariu format din 4 sesiuni de formare, fiecare legată de faza de producție a podcasturilor de teatru radio. Scopul este de a îmbunătăți abilitățile tinerilor prin promovarea capacităților și valorilor lor și prin promovarea învățării și dezvoltării competențelor cheie prin utilizarea instrumentelor digitale, care sunt deosebit de importante în contextul distanțării sociale cauzate de Covid-19.

Numărul de persoane atinse

În fiecare entitate au participat mai mult sau mai puțin 20 de tineri la ateliere (în total 100 de persoane). Dacă luăm în considerare și persoanele care au ascultat diferite episoade de podcast, numărul de persoane atinse este mult mai mare, deoarece acest număr este actualizat continuu în funcție de audiența zilnică.

În câte limbi este disponibil?

5

Ce limbi?

Spaniolă, engleză, română, portugheză și italiană



Bunele practici ale povestirii

RADIO INCLUSION (INCLUSIVE PODCAST)

Spania

<https://open.spotify.com/show/2G-7gZKPYc5mxFWBWGGvQlM?si=b-1db77f6e5e6406d&nd=1>

Temporalitate 5

Eco-sustenabilitate 5

Includere 5

Rezultate 3

Inovație 5

Reproducibilitate 5

“Radio Inclusion” este podcastul ASPAYM CYL Youth în care se oferă o voce tuturor tinerilor și asociațiilor de tineret care doresc să participe la acesta. Pe parcursul celor trei sezoane, s-au abordat diverse teme de interes social, aducând întotdeauna conștientizarea în zonele sociale și locale. În acest podcast au fost protagoniști diverse subiecte precum dizabilitatea, bolile rare, relația dintre tineri și persoanele în vârstă într-un podcast intergenerațional, teatrul și diverse domenii de interes pentru tineri.

Numărul de persoane atinse	1000 (mai mult sau puțin)
În câte limbi este disponibil?	1
Ce limbi?	Spaniolă



Bunele practici ale povestirii

SNF DIALOGUES

Grecia

<https://www.snfdialogues.org/en/>

Prin dezbateri în direct, evenimente și conținut multimedia bogat, Dialogurile SNF promovează schimbul de idei, accentuând necesitatea ca cetățenii să-și exprime și să comunice între ei, având întotdeauna la bază valorile echității și diversității.

Temporalitate 5

Eco-sustenabilitate 5

Includere 5

Rezultate 5

Inovație

Reproducibilitate 5

Numărul de persoane atinse 54 Dialoguri, 261 speakers, 20

În câte limbi este disponibil?

Ce limbi?

SNF
DIALOGUES



IEN / SNF

STAVROS NIARCHOS FOUNDATION



D}V}ERSE OPINiONS
N3W WAYS OF ThINKING

Bunele practici ale povestirii

LET'S DIGITAL STORYTELL!

România

<https://www.stiri.org/ong/educatie/atelier-de-digital-storytelling>

Temporalitate **3**

Eco-sustenabilitate **4**

Includere **5**

Rezultate **4**

Inovație **3**

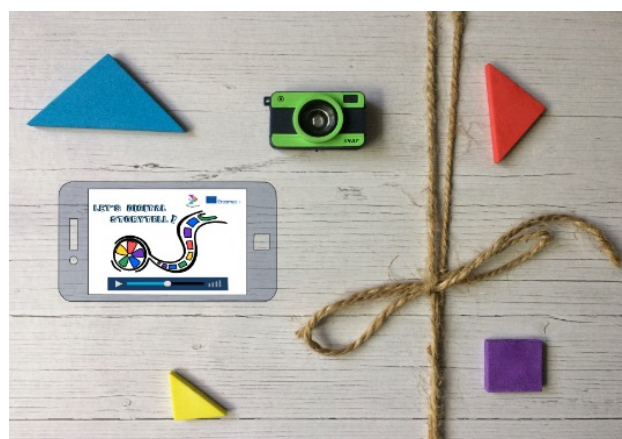
Reproducibilitate **5**

Numărul de persoane atinse **-**

În câte limbi este disponibil? **1**

Ce limbi?

Pe parcursul a 10 zile, participanții vor învăța principiile fundamentale care stau la baza creării unei povești digitale (digital storytelling) și vor crea șase astfel de povești pe care le pot utiliza în activitățile cotidiene cu elevii și tinerii din comunitățile locale. Programul include, de asemenea, o vizită interactivă și un workshop de diseminare la Muzeul Național al Literaturii Române, precum și o vizită la Palatul Mogoșoaia. Cei 24 de participanți vor reprezenta 6 țări europene (Bulgaria, Lituania, Marea Britanie, Spania, Portugalia și România), iar în timpul dezvoltării proiectului au fost luate în considerare cerințele foarte specifice ale participanților, doi dintre ei având deficiențe de auz, pentru care organizația gazdă va asigura un interpret de limbaj semnat.



Bunele practici ale povestirii

EUROPE THROUGH YOUNG EYES: EXCHANGE, EXPLORE, EXHIBIT

Austria

<https://europe3e.yes-forum.eu/index.html>

Temporalitate **5**

Eco-sustenabilitate **3**

Includere **5**

Rezultate **5**

Inovație **3**

Reproducibilitate **5**

Numărul de persoane atinse **250**

În câte limbi este disponibil? **5**

Ce limbi? **Engleză, Germană, Franceză, Olandeză, Greacă**

Acest proiect și-a propus să cultive cetățenia activă semnificativă, să crească conștientizarea politică și să aprofundeze incluziunea socială printre tineri.

Obiectivele acestui proiect au fost atinse prin următoarele măsuri:

- conectarea vieții tinerilor cu Europa la nivel personal;
- utilizarea metodei photovoice (fotografie participativă) pentru a genera interacțiune creativă și integrativă cu tema "Europa";
- folosirea unei simulări pentru a face Europa mai tangibilă;
- cercetarea și explorarea participanților asupra influenței Europei la nivel local și trans-național;
- dezvoltarea de recomandări pentru politica UE de către participanți;
- dezvoltarea și publicarea de strategii pentru tinerii defavorizați.



Practicile de producție cinematografică de calitate

GIFFONI FILM FESTIVAL

Italia

<https://www.giffonifilmfestival.it/en/>

Temporalitate **5**

Eco-sustenabilitate **3**

Includere **5**

Rezultate **5**

Inovație **5**

Reproducibilitate **5**

Numărul de persoane atinse **50.000.000**

În câte limbi este disponibil? **2**

Ce limbi? **Italiană - Engleză**

Festivalul Giffoni a luat naștere în 1971. Protagonistii și jurații evenimentului sunt copii și tineri din toată Italia și din lume. Rolul lor este de a viziona filmele în competiție și de a le discuta cu regizorii, autorii și actorii, apoi sunt solicitați să aleagă câștigătorul. Juriul este împărțit în grupuri de vârstă, iar categoriile aflate în competiție includ lungmetraje, scurtmetraje și documentare. Tematicile se schimbă de la un an la altul, dar sunt întotdeauna legate de cetățenie activă, incluziune socială, egalitate și schimbări climatice. În timpul zilelor festivalului, jurații se întâlnesc cu diferiți invitați din lumea filmului și televiziunii, cu care intră într-un dialog, punându-le întrebări. Festivalul a evoluat de la un eveniment regional la un eveniment internațional, la care participă astăzi personalități din lumea filmului, culturii și muzicii.



Practicile de producție cinematografică de calitate

BEARING. ALTERNATIVE EDUCATION WORKSHOP

România

<https://atelieredefilmdocumentar.ro/>
<https://www.youtube.com/@asociatiavira9519>

Temporalitate	5
Eco-sustenabilitate	3
Includere	5
Rezultate	5
Inovație	4
Reproducibilitate	5

Atelierele pentru elevii de liceu îi introduc pe tineri cu vârste cuprinse între 14 și 18 ani în lumea filmului documentar. Prin intermediul atelierelor de film documentar pentru elevii de liceu, participanții tineri dezvoltă un set complex de abilități legate de analiza și înțelegerea universului din imediata lor apropiere, precum și de reprezentarea vizuală a unui subiect din această sferă. Fiecare atelier se finalizează cu un număr de patru până la șapte scurtmetraje documentare, realizate integral de către elevii de liceu și axate pe teme inspirate din propria lor viață sau comunitate. Toate filmele sunt incluse într-un circuit de proiecții publice, atât în cinematografe, școli, cât și în spații comunitare și culturale.

Numărul de persoane atinse	346 de abonați pe canalul de YouTube, peste 150 de filme realizate de tineri.
În câte limbi este disponibil?	1
Ce limbi?	Română



Practicile de producție cinematografică de calitate

SDG FILM FESTIVAL

Spania

<https://sdgfilmfestival.eu/proyecto/>

“Festivalul de Film SDG” își propune să promoveze înțelegerea și realizarea Obiectivelor de Dezvoltare Durabilă (SDG) în rândul tinerilor și lucrătorilor de tineret din Europa și America Latină.

Temporalitate **5**

Eco-sustenabilitate **5**

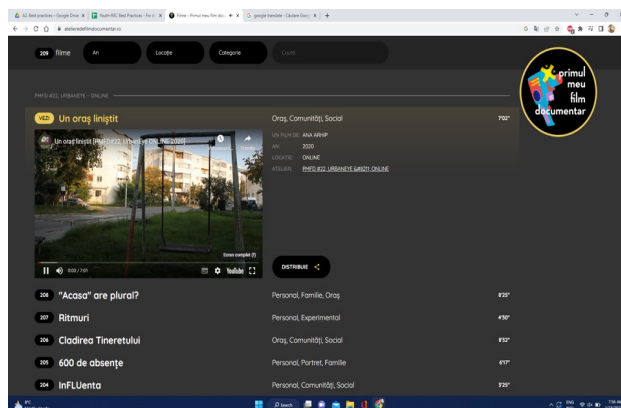
Includere **5**

Rezultate **5**

Inovație **5**

Reproducibilitate **3**

Numărul de persoane atinse	-
În câte limbi este disponibil?	2
Ce limbi?	English, Spanish



Practicile de producție cinematografică de calitate

THESSALONIKI INTERNATIONAL FILM FESTIVAL

Grecia

<https://www.filmfestival.gr/el/>

Festivalul Internațional de Film de la Thessaloniki este cel mai important festival de film din Europa de Sud-Est, locul de prezentare a producției grecești anuale și cel mai vechi și principal festival din Balcani pentru creațiile tinerilor regizori din întreaga lume.

Temporalitate **5**

Eco-sustenabilitate

Includere

Rezultate **3**

Inovație **5**

Reproducibilitate

Numărul de persoane atinse **112,517**

În câte limbi este disponibil? **2**

Ce limbi?



Practicile de producție cinematografică de calitate

DRAMA INTERNATIONAL SHORT FILMING FESTIVAL

Grecia

<https://www.dramafilmfestival.gr/>

În fiecare an, la Festivalul de Film Scurt de la Drama, sunt prezentate creațiile regizorilor greci și străini, având ca scop să încânte publicul lor fidel, dar și să ofere noi experiențe și surprize.

Temporalitate **5**

Eco-sustenabilitate

Includere

Rezultate **3**

Inovație **5**

Reproducibilitate

Numărul de persoane atinse **15335**

În câte limbi este disponibil? **2**

Ce limbi?



Practicile de producție cinematografică de calitate

FESTIVAL VIDEO & FILM DAYS

Austria

<https://www.wienextra.at/medienzentrum/jugendliche/festival/>

<https://www.videoundfilmtage.at/2022/>

<https://www.facebook.com/videoundfilmtage/>

Video & Filmtage este festivalul de scurtmetraje cu o conexiune personală pentru regizorii cu vârsta de până la 22 de ani. Video & Filmtage înseamnă vizionarea filmelor, cunoașterea regizorilor, planificarea de noi proiecte, așteptarea cu sufletul la gură în scaunul din sala de cinema pentru că propriul film rulează pe ecran pentru prima dată, primirea feedback-ului din partea publicului și a unei jurii de experți și, poate chiar, câștigarea unuia dintre premiile mult dorite.

Temporalitate **5**

Eco-sustenabilitate **5**

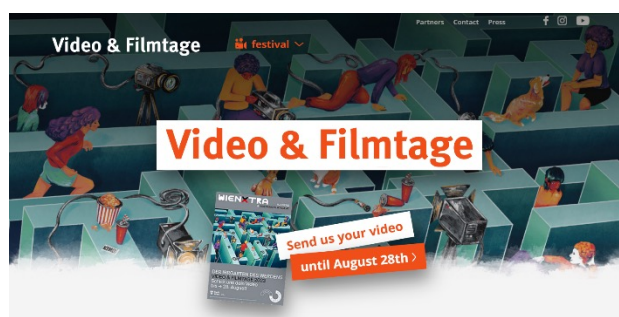
Includere **4**

Rezultate **4**

Inovație **5**

Reproducibilitate **2**

Numărul de persoane atinse	cel puțin 400
În câte limbi este disponibil?	2 (German/ English)
Ce limbi?	toate limbile



Practicile de producție cinematografică de calitate

CROSSING EUROPE FILM FESTIVAL

Austria

https://www.crossingeurope.at/en/program/yaaas_youth_program/yaaas_what_is_it

În 2019, CROSSING EUROPE a prezentat un program holistic pentru educația cinematografică, dobândirea competențelor media și producția video DIY (Do It Yourself). Peste 900 de adolescenți au participat la prima ediție a programului pentru tineret YAAAS!, care promovează competența media prin intermediul activităților practice legate de mediul cinematografic și receptarea acestuia.

Temporalitate **5**

Eco-sustenabilitate **4**

Includere **3**

Rezultate **4**

Inovație **3**

Reproducibilitate **3**

Numărul de persoane atinse **cel puțin 900**

În câte limbi este disponibil? **2 (German/ English)**

Ce limbi? **toate limbile**



Practicile de producție cinematografică de calitate

ROMANIAN FILM EVENINGS

Romania

<https://festivalsfr.ro/>

Temporalitate **5**

Eco-sustenabilitate **4**

Includere **4**

Rezultate **5**

Inovație **4**

Reproducibilitate **5**

SFR (Serile Filmului Românesc) este un festival care a debutat în 2010, la inițiativa Asociației Jurnaliștilor Studenți din Iași. Din 2018, festivalul SFR este organizat de către Asociația ARTIS. Festivalul are un profil unic și reușește, de-a lungul anilor, să transforme capitala Moldovei într-un pol al cinematografiei românești. În cadrul secțiunilor festivalului, în fiecare an sunt prezentate filme din diferite perioade ale cinematografiei românești, precum și filme noi, filme de debut sau scurtmetraje. Conceptul festivalului implică proiecția producțiilor românești și invitația adresată actorilor, regizorilor, scenariștilor și criticilor de film de a participa la proiecții. Dialogul și întâlnirea cu publicul reprezintă o deschidere către cinematografie.

Numărul de persoane atinse **1700**

În câte limbi este disponibil? **1**

Ce limbi? **Română**



Graphic design best practices

GRAPHIC DAYS®

Italia

<https://www.graphicdays.it/en/homepage-en/>

Temporalitate **4**

Eco-sustenabilitate **5**

Includere **5**

Rezultate **5**

Inovație **5**

Reproducibilitate **5**

Numărul de persoane atinse **20.000**

În câte limbi este disponibil? **2**

Ce limbi? **Italiană și English**

Graphic Days® este un centru cultural inovator care se ocupă de realizarea și gestionarea proiectelor culturale cu impact social; care se ocupă de designul vizual și social. Graphic Days® este, de asemenea, un festival anual internațional de diseminare și un observator în domeniul designului vizual și social datorită colaborării cu o rețea de actori internaționali și locali. Designul social constă în proiectarea și implementarea acțiunilor pe teritoriu cu impact social și care stimulează, prin acțiuni concrete și colaborarea cu instituții și organizații din sectorul terțiar, activarea de sisteme și bune practici în diverse domenii: de la regenerarea urbană la planificarea internațională, de la învățarea informală la proiectele de cetățenie activă.



Graphic design best practices

SEMINCI FILM FESTIVAL POSTER COMPETITION

Spania

<https://www.seminci.es/>

Temporalitate **5**

Eco-sustenabilitate **4**

Includere **3**

Rezultate **5**

Inovație **5**

Reproducibilitate **3**

Numărul de persoane atinse **-**

În câte limbi este disponibil? **1**

Ce limbi? **Spanish**

Concurs de idei pentru selecția afișelor care vor reprezenta imaginile secțiunilor Oficială, Punct de Întâlnire și Istoria Timpului ale festivalului, organizat de Fundația Municipală a Culturii din orașul Valladolid și SEMINCI.



workshop-uri - pas cu pas

Valori de abordat în ateliere - implicarea civică și participarea tinerilor

Implicarea civică implică “lucrurile pentru a face o diferență în viața civică a comunității și dezvoltarea combinației de cunoștințe, abilități, valori și motivație pentru a face această diferență. Aceasta înseamnă promovarea calității vieții într-o comunitate, prin procese atât politice, cât și non-politice” (Erllich, 2000).

Implicarea civică are patru concepte principale:

- Acțiune civică sau participarea la activități precum voluntariatul sau învățarea prin serviciu pentru a ajuta la îmbunătățirea comunității.
- Angajament civic sau datoria civică, sau disponibilitatea de a face contribuții pozitive la societate.
- Abilități civice sau capacitatea de a fi implicat în societatea civilă, politică și în democrație.
- Coeziune socială sau un sentiment de reciprocitate, încredere și legătură cu ceilalți.

Diversele medii în care indivizii trăiesc, învață, se joacă, se roagă și lucrează au, de asemenea, un impact asupra implicării lor comunitare. Medii precum familia au o influență profundă asupra implicării civice a copiilor. Părinții influențează activitățile civice ale copiilor prin încurajarea implicării lor, servind ca modele pentru implicare, transmitându-și valorile prin discuții cu copiii lor și conectându-i la organizațiile comunitare.

De ce dorim să dezvoltăm implicarea civică la tineri?

Studii arată, de exemplu, că copiii ai căror părinți discută despre politică acasă au de două sau de trei ori mai multe șanse să se implice în politică, să semneze petiții și să facă voluntariat când devin adulți, comparativ cu copiii ale căror părinți nu discută despre politică. Și mediile școlare și de cartier au o influență profundă asupra participării civice a tinerilor. Copiii care frecventează școli care oferă oportunități pentru elevi să facă serviciu comunitar, să promoveze respectul între elevi și profesori și să ofere o gamă largă de activități extracurriculare, au mult mai multe șanse să devină cetățeni activi când ajung adulți.

Mediile sociale mai largi, cum ar fi statul, provincia sau țara în care indivizii locuiesc, influențează, de asemenea, măsura în care ei participă la activitățile civice. Țările care au niveluri ridicate de materialism, inegalitate economică și sisteme politice în care indivizii nu au putere egală în influențarea deciziilor guvernamentale tind să aibă cetățeni care resping guvernul și participă mai puțin la viața civică.

Adulții implicați civic au, de asemenea, o mai mare stimă de sine și relații personale mai bune. În plus, au mai puține boli, niveluri mai scăzute de depresie și chiar trăiesc mai mult! Studiile au arătat, de exemplu, că persoanele în vârstă care fac voluntariat în comunitatea lor, comparativ cu cei care nu o fac, au o reducere a mortalității cu 40% până la 50% în timpul anilor lor de bătrânețe.

Participarea civică afectează nu doar indivizii, ci și întreaga societate. Cartierele cu niveluri mai mari de participare civică au un mai mare sentiment de comunitate, rate mai scăzute de criminalitate și cetățeni mai sănătoși și mai fericiți. Statele și țările cu proporții mai mari de cetățeni implicați civic au rate mai mici de boli, tulburări mentale și sinucidere. De asemenea, acestea au rate mai mici de criminalitate, precum și o mai mare prosperitate economică, copii mai bine educați și guverne mai eficiente.

Politica pentru tineret și practica de lucru cu tinerii trebuie să sprijine tinerii în realizarea potențialului lor complet ca membri autonomi ai societății, permițându-le să-și dezvolte planuri de viață și să-și exercite cetățenia democratică. Participarea este un element esențial al cetățeniei într-o societate democratică și într-o Europă democratică. Participarea tinerilor nu este un scop în sine, ci un mijloc de a obține schimbări pozitive în viața tinerilor și de a construi o societate mai bună.

Participarea tinerilor este angajamentul activ al tinerilor în comunitățile lor. Este adesea folosită

ca o abreviere pentru participarea tinerilor în diverse forme, inclusiv luarea deciziilor, sporturile, școlile și orice activitate în care tinerii nu au fost istoric angajați.

Principiile care stau la baza participării tinerilor sunt:

- Împuternicire: tinerii au mai mult control asupra vieților lor prin participare.
- Angajament cu scop: tinerii îndeplinesc roluri valoroase, abordează probleme relevante pentru ei și influențează rezultate reale.
- Inclusivitate: asigurarea că toți tinerii pot participa.

Câteva exemple de participare a tinerilor în practică includ:

- Consultarea tinerilor cu privire la ideile și opiniile lor.
- Cercetarea problemelor care afectează viața lor.
- Planificarea sau conducerea activităților sau evenimentelor comunitare de către tineri.
- Participarea tinerilor în comitete sau grupuri de acțiune pentru tineri.
- Participarea tinerilor în organele de luare a deciziilor definite de adulți.

Este important să ne amintim că participarea tinerilor este o abordare - nu este un "lucru" care poate fi bifat sau realizat ca un proiect unic (Holdsworth 2001). O abordare a participării tinerilor îi sprijină pe aceștia să acționeze, să ia propriile decizii și să se susțină pe ei înșiși - în loc să-i privească ca pe clienți pasivi.

În politica și practica de tineret, există în general trei tipuri de "angajament al tinerilor":

- Angajament în (de obicei în educație sau formare).
- Angajament la (participarea la o activitate).
- Angajament cu (a fi conectat într-o formă de parteneriat sau grup de lucru cu alții).

La fel ca și în cazul participării tinerilor, este important să reflectăm asupra termenului "angajament al tinerilor" - dacă acesta face parte din munca noastră, este necesar să înțelegem și să exprimăm exact ceea ce înțelegem prin el.



Workshop
de povestire

Brainstorming și Povestire

● Scop general și Obiective

Scopul acestor ateliere este de a încuraja participarea tinerilor și implicarea civică prin competențele de povestire și brainstorming. Acest lucru îi va ajuta să contureze idei și să formuleze povești pe care să le dezvolte și să le folosească pentru scenariile lor de film. Scopul acestor ateliere este, de asemenea, de a încuraja și dezvolta:

- Competența literară
- Competența personală, socială și de învățare

● Participanți: 15 tineri

● Durată: 4 ore

● Setting:

Într-o cameră cu suficiente mese și scaune pentru a găzdui toți participanții. Mesele pot fi plasate la distanță una de cealaltă pentru a permite formarea de grupuri sau într-un semicerc pentru a permite o mai mare discuție și interacțiune.

● Intro și Icebreaking :

Titlu: Amintiri de Poveste

Introducere în subiect:

Descrierea exercițiului:

Exercițiul de cunoaștere pe care îl vom utiliza în acest atelier se numește "Amintiri de Poveste". Acesta implică fiecare dintre participanți să descrie fie prima lor carte sau o carte pe care au iubit-o și amintirea sau emoția pe care o trezește. De exemplu, Moby Dick ar putea să vă ducă înapoi în timpul când ați vizitat sau ați locuit lângă mare (sau ați avut o balenă de casă!) și poate că ați iubit acest loc anume pentru că v-ați simțit în armonie cu voi înșivă sau a fost un moment în care aveți mulți prieteni sau ați întâlnit prima voastră dragoste.

Această activitate poate fi destul de deschisă și nu trebuie să fie atât de personală dacă participanții nu doresc să împărtășească ceva prea intim la început!

Exerciții Descriere

Exercițiul 1

Magia poveștilor colective

Introducere: Acest exercițiu se referă la povestirea colaborativă și se bazează pe imaginația nu doar a unei persoane, ci a unui grup de oameni. Asemănător cu brainstorming-ul, eforturile combinate și resursele creative sunt mult mai puternice într-un grup, ceea ce permite crearea de povești memorabile și bine conturate!

Se bazează pe premisa că mai multe minți gândesc mai bine decât unul singur și acolo unde o persoană se poate bloca sau poate avea dificultăți în anumite detalii - dezvoltarea personajelor, progresia narativă, vocabularul, descrierile și așa mai departe - multe persoane pot rezolva problemele și pot avansa povestea pe un traseu mai potrivit, ceea ce ar trebui să îmbunătățească, de asemenea, calitatea scrisului. Acesta este adesea modul în care funcționează industria filmului, unde un film sau o serie poate avea mai mulți "scenariști", deci capacitatea de a colabora este esențială atunci când se realizează un film. Unele dintre ideile pe care grupul tău le dezvoltă pot furniza combustibilul pentru orice idee de poveste.

Sarcini și facilitare: Se creează echipe mici (mai multe echipe mici dacă fac parte dintr-un întreg mai mare) și li se atribuie sarcina de a veni cu o poveste împreună. Fiecare membru al echipei va sugera idei și modalități de a dezvolta narațiunea până când vor crea o poveste completă, cu un început, mijloc și sfârșit pe care îl pot citi în sesiune.

Fiecare persoană din echipă contribuie la poveste, construind pe ceea ce au spus persoanele anterioare. Acest lucru încurajează creativitatea, imaginația și continuitatea narativă. Este un exercițiu de tip "bloc de construcție", iar scopul este să aveți blocuri care se potrivesc perfect unele cu altele.

Pe măsură ce povestea se dezvoltă într-un mod liber și natural, participanții pot fi surprinși de cât de originale și eficiente pot fi eforturile lor. Fiecare membru ar trebui să-și respecte sugestiile și să funcționeze ca o unitate democratică. Dacă echipa decide ca grup să revizuiască anumite propoziții sau părți ale poveștii, acest lucru este permis. Evident, selectarea celor mai bune idei este importantă, atâta timp cât toți membrii se simt puși în valoare și li se acordă o considerație adecvată.

Povestea poate fi atât de lungă sau scurtă pe cât se consideră necesar. Ar putea fi o mo-

dalitate bună de a începe un roman grafic sau, poate, începutul, mijlocul și sfârșitul unei povestiri scurte în proză. Acestea pot fi apoi adaptate pentru scenariul unui film.

Exercițiul 2

A fi un povestitor profesionist cu cărți sau pași de povestire

Introducere: Există o structură particulară pe care majoritatea scriitorilor o urmează atunci când scriu o poveste, fie că este vorba de o carte, o povestire scurtă sau un film lung-metraj. Acest format ajută la conferirea poveștii unui ritm și unui stil care sunt ușor de urmărit pentru cititor și ușor de reținut pentru tânărul scriitor.

Dacă doriți ca oamenii să citească sau să urmărească lucrările voastre, atunci povestea voastră trebuie să fie coerentă și să aibă sens din punct de vedere al poveștii, altfel va domni confuzia și cititorul va renunța la lectură. Aceste cărți sau pași permit participanților să exploateze această structură acceptată în mod obișnuit și să le ofere o șansă mai mare de a reuși cu lucrările lor creative.

Participanții sunt învățați cum să creeze o poveste folosind aceste cărți sau pași și apoi fiecare dintre ei va scrie o povestire scurtă care cuprinde fiecare dintre pași. Acest proces îi va transforma imediat în scriitori mult mai talentați cu doar puțină practică. De asemenea, îi va ajuta să aibă mai multă încredere în scrișul lor, deoarece vor ști (și vor descoperi) că fac alegerile corecte și scriu materiale mai bune.

Sarcini și facilitare:

Facilitatorul/lucrătorul de tineret va explica fiecare dintre cărți sau pași participanților și va oferi puține informații de bază sau câteva exemple din povești celebre pentru a-și susține punctul de vedere. Vor explica la ce corespunde fiecare pas și cum se dezvoltă povestea prin intermediul cărților sau pașilor. Participanții vor experimenta cum povestea evoluează și capătă viață proprie pe măsură ce folosesc pașii (cărțile) pentru a-și dezvolta poveștile. Vor vedea cât de mult are sens și ar trebui să înceapă să simtă că standardul scrișului lor se îmbunătățește.

Li se va acorda suficient timp pentru a înțelege cum se construiește o poveste folosind ghidurile corecte. De exemplu, fiecare pas poate consta în zece rânduri sau jumătate de pagină. Vor scrie o povestire scurtă care cuprin-

de toți acești pași și o vor citi în fața grupului. Acest lucru va oferi feedback vital și o recunoaștere a ceea ce au făcut bine și a tipurilor de ajustări pe care trebuie să le facă pentru a obține o sinteză bună a diferitelor elemente ale poveștii.

Pașii (fiecare dintre aceștia pot fi dezvoltați sau descompusi mai detaliat):

1. Cadru (Setting)

Când și unde începe/are loc povestea? Cine este Protagonistul și celelalte personaje din poveste?

2. Conflict (Conflict)

Ce amenință ordinea lumii? Este vorba despre un răufăcător sau o perturbare externă (dezastru natural, boală, etc.)? Cum arată răufăcătorul? Ce puteri distructive folosește?

3. Punct de cotitură (Turning Point)

Cine îl ajută pe erou să îndeplinească sarcinile sau ce îi oferă putere și curaj? Îl întâlnește pe un înțelept sau descoperă o putere secretă? Ce descoperă eroul despre el însuși și despre lume? Ce eveniment îl conduce pe erou către o rezoluție?

4. Rezoluție (Resolution)

Cum arată sfârșitul călătoriei? Primește eroul o recompensă (prințesă, bijuterie, victorie etc.)? Cum arată acum lumea și cum s-a schimbat eroul?

5. Morală (The Moral)

Care este lecția universală din poveste... ce ne învață?

Exercițiul 3

Povestiri prin improvizație

Introducere:

În acest exercițiu, participanților li se oferă o provocare și trebuie să creeze o poveste pornind de la acea provocare. Aceasta poate fi o cuvânt, o propoziție, un obiect sau o idee. Povestea poate fi o scenetă, o povestire scurtă sau un scenariu pentru un film, sau poate fi o combinație a acestora.

Acest exercițiu poate ajuta participanții să practice abilitățile de improvizație și să îi încurajeze să gândească creativ în ceea ce privește poveștile. Cu cât un participant poate fi mai creativ, cu atât scrișul său devine automat mai bun. Gândirea în afara cutiei duce la povești originale și fascinante.

Prin bazarea pe o provocare, îi încurajează să fie deschiși la sugestii și să se adapteze la ceea ce le oferă facilitatorul. Învăță să se aștepte la

neprevăzut și, așa cum se întâmplă în lumea improvizației, să nu spună niciodată “nu” la nimic!

Sarcini și facilitare:

Facilitatorul va decide ce provocare să ofere participanților. Poate fi un exercițiu de grup sau unul individual. Este mai bine să păstrați răspunsurile mai scurte, în loc să fie o poveste lungă. Este o modalitate de a împinge participanții să gândească cum să înceapă un anumit scenariu, scenă sau capitol.

Pot exista mai multe tipuri de provocări, de exemplu; facilitatorul ar putea spune o propoziție - “luminile s-au stins și ea a simțit un frig teribil în adâncul ei”, sau facilitatorul ar putea spune să scrieți un scenariu în care este haos în cantina școlii și trebuie să descrieți ce se întâmplă. Acestea permit participanților să-și folosească imaginația și să creeze începutul unei povești. O provocare poate fi chiar să continue o propoziție de deschidere în primul capitol sau scenă - cerul era luminos, dar în față văzu ceva neobișnuit, nu era sigur, dar părea că este un...

De asemenea, este permis un obiect fizic. Acesta poate fi un jucărie pe care facilitatorul o are și le poate cere participanților să scrie despre jucărie - de exemplu, de unde au primit-o, ce înseamnă pentru ei sau cum intenționează să o transmită generației următoare.

Exercițiul 4

A deveni un robot

Introducere:

Acest exercițiu va introduce o nouă modalitate de a stimula creativitatea unui participant prin intermediul minții sale subconștiente. Scrisul automat în esență închide mintea noastră practică și încurajează un scris liber care provine dintr-un loc mai profund. Multe ori suntem limitați sau constrânși de mintea noastră gânditoare, care nu permite sau nu accesează partea din noi unde rezidă inspirația și magia. Noi oprim activ ideile să vină deoarece încercăm să le forțăm sau să le “gândim” în existență. Mai degrabă, cel mai bun scris provine adesea din a ne preda și a permite cuvintelor, propozițiilor și ideilor minunate să apară în mod natural și dintr-un loc inconștient la care nu se poate ajunge doar prin gândire.

Sarcini și facilitare:

Fiecare participant va avea o foaie A4 (mai mare este mai bine, deoarece permite spațiu

suficient pentru flux fără întreruperi prin schimbarea paginilor). Facilitatorul va explica apoi cum, pentru a accesa partea subconștientă a minții lor, trebuie să “oprească” partea conștientă sau practică a creierului lor. Scopul principal al acestui exercițiu este de a promova și de a accesa un tip de inspirație care de obicei nu este disponibil, în special dacă este blocat de emoții cum ar fi jena, furia sau rușinea. De asemenea, poate fi obstrucționat dacă un participant crede că nu este suficient de bun sau nu are suficiente realizări ca scriitor și, prin urmare, nu “merită” să scrie materiale fantastice.

Pentru a intra în fluxul conștiinței și a accesa fertilitatea sa bogată, participanții trebuie mai întâi să-și activeze mintea subconștientă și să reducă dependența de partea conștientă a creierului lor. Pentru a putea face acest lucru mai eficient, participanții trebuie să scrie continuu după ce au început. Este important să nu existe întreruperi și să nu se oprească pentru a “gândi” la următorul pas. Scopul aici nu este perfecțiunea (de gramatică, sens sau continuitate a gândurilor), ci inspirația pură și accesarea minții subconștiente care, în cele din urmă, va transpira și se va echilibra cu mintea conștientă. Acest lucru ar trebui să dureze cel puțin 10 minute pentru a permite participanților care nu sunt obișnuiți cu această metodă să devină confortabili cu ideea de a se lăsa și a permite ceea ce este ascuns să iasă la suprafață.

Exercițiul 5

Inteligența emoțională

Introducere:

Scrierea este o modalitate foarte eficientă de a face față emoțiilor, în special emoțiilor negative care pot fi cauzate de situații dificile din viață. Ea oferă o cale prin care aceste emoții pot fi recunoscute și adesea rezolvate. Acest lucru se datorează faptului că, prin scriere, “vorbiți” despre ele, chiar dacă este doar cu tine însuși și prin exprimarea problemelor și a emoțiilor pe hârtie, le dați permisiunea să fie observate și vindecate.

Prin scrierea despre cum te simți - adesea într-un jurnal sau caiet - lucrezi conștient (și subconștient) cu ceea ce te afectează în prezent, în loc să le reprimi și să le îngropi, ceea ce le-ar face să fiarbă și să putrezească și să creeze probleme suplimentare în viitor. Acest proces

îți permite să faci realizări și să găsești soluții la problemele tale.

Acest exercițiu constă în a face o listă și a descrie stările tale emoționale. El îi va ajuta pe participanți să intre în contact cu cele mai profunde emoții ale lor, dar și să îmbunătățească descrierea lor în proza folosită pentru a exprima emoțiile în poveștile lor. De asemenea, le arată importanța de a putea descrie și pune în cuvinte ceea ce ei - și personajele lor - simt cu adevărat.

Sarcini și facilitare:

Cere grupului să creeze o scurtă intrare în jurnal sau jurnal care se concentrează pe o anumită emoție, cum ar fi bucuria, furia sau tristețea. Aceasta poate fi, de asemenea, legată de scenariul final. Poate fi adevărată și să descrie cum se simte fiecare ca participant sau poate fi o descriere a unui personaj fictiv. De exemplu, poate fi legată de o frustrare civică sau politică, în care tu sau personajul tău de film ați experimentat o anumită nedreptate sau lipsă de încredere în sfera politică sau culturală în care locuiești.

Combină aceste sentimente cu evenimentul sau situația care te-a făcut pe tine sau pe personajul tău să se simtă astfel. De exemplu, poate ai participat la o manifestație pentru o cauză nobilă, iar acțiunile poliției au fost grele și au tins spre brutalitate polițienească, ceea ce te-a lăsat dezamăgit sau rănit; sau poate a fost ceva benefic care trebuia să fie realizat sau implementat în comunitatea ta, dar din cauza corupției în administrația locală (cum descoperă personajul acest lucru?), această acțiune absolut necesară a fost amânată pentru altă zi, lăsând oamenii care aveau cel mai mare nevoie de ea supărați și dezorientați.

Ca facilitator, poți să discuți cu participanții anumite expresii sau cuvinte sau moduri de a descrie stările emoționale. Din punct de vedere al scrierii, este important să poți descrie o

situație (fericită, distractivă, tristă, tragică etc.) cu emoțiile care au rezultat din acea situație. Acest lucru îi atrage pe cititori și îi va ține captivați și interesați să citească sau să urmărească filmul dacă pot vedea sau simți emoțiile reale și profunde ale personajelor. Este bine să permiți participanților să citească ce au scris, dar dacă este vorba despre o relatare foarte personală a vieții sau a sentimentelor lor, este important să le oferi opțiunea de a decide dacă vor să împărtășească această poveste cu restul grupului.

Debriefing

Timp de reflecție și concluzii

Întotdeauna întrebați

Ce s-a întâmplat?

Cum mă simt?

Ce aș dori să schimb pentru data viitoare?

Exercițiul 1

După ce participanții au finalizat povestea lor colaborativă, aceștia o pot citi (individual sau în grup) restului grupului. Ca parte a procesului de feedback, celelalte echipe pot face sugestii cu privire la ceea ce a fost bun în poveste, unde ar fi putut fi îmbunătățită sau ce ar fi fost mai potrivit pentru narațiune. Unde a avut sens și unde echipa a pierdut firul narativ - și de ce.

Celelalte echipe și facilitatorul pot oferi modalități de îmbunătățire, atât în stilul de scriere, cât și în modul de îmbinare a părților poveștii.

Exercițiul 2

Ceea ce încercăm să realizăm în acest exercițiu este o calitate superioară a scrisului, așa că facilitatorul ar trebui să ghideze grupul în a oferi feedback constructiv cu privire la modul în care participanții au creat povestea lor și la structura pe care a avut-o. A fost loială cărților (pașilor), dar și ce fel de flexibilitate este permisă, deoarece poveștile sunt în esență opere de creație și trebuie să fie flexibile în anumite privințe.

Orice greșală majoră în structură ar trebui indicată participanților și ar trebui explicat cum acest lucru poate dăuna progresului poveștii într-o etapă ulterioară.

Exercițiul 3

Improvizația este o formă diferită de creativitate. Este spontană și uneori poate părea străină sau inconfortabilă, deoarece voi de obicei nu aveți cu adevărat alegerea în ceea ce decideți - cel puțin inițial. Unii participanți se vor adapta ușor la acest tip de creație "prezentată", în timp ce alții vor avea dificultăți, deoarece simt că nu au control sau că presiunea asupra lor de a porni de la un punct clar definit este prea mare.

O întrebare bună de pus participanților este "cum v-ați simțit făcând acest exercițiu"? A fost ușor sau ați avut dificultăți în a fi creativi

din cauza parametrilor fixi? Sau v-ați bucurat și ați progresat într-o situație în care existau linii directoare clare și știați exact ce trebuia să faceți?

Exercițiul 4

Deoarece majoritatea participanților nu au avut prea multă experiență cu mintea lor subconștientă (cu excepția cazului în care au avut experiență cu meditația sau conștienta plină), este bine să fii răbdător și să-i întrebi cum se simt în timpul acestui exercițiu. Unii pot avea probleme în a se lăsa, astfel încât facilitatorul trebuie să le ofere îndrumare și să-i asigure că sentimentele de disconfort sunt normale la început. Ei trebuie să fie asigurați că, deoarece este o metodă de accesare a subconștientului, ceea ce scriu poate fi perceput ca jenant sau "controversat", deoarece ideile, gândurile și emoțiile profund înrădăcinate ies la suprafață.

Acesta este un exercițiu în care participanții nu trebuie să citească materia lor ulterior, din cauza naturii adesea sensibile a ceea ce apare pe hârtie. Dacă doresc, pot face acest lucru, dar nu este o cerință.

Exercițiul 5

Încă o dată, deoarece acesta poate fi o experiență mai personală, alegerea de a citi sau nu munca lor ar trebui să fie lăsată la latitudinea participanților. Poate fi benefic să auziți câteva moduri de a descrie emoțiile și să faceți sugestii cu privire la modul în care vă puteți îmbunătăți, deoarece acesta este un aspect important al scrisului. Dacă emoțiile se potrivesc situației/ acțiunilor, pot face pentru o lucrare mult mai coerentă.

Sau, dacă participanții preferă, pot scrie despre un personaj și pot împărtăși emoțiile lor prin intermediul acestuia, astfel încât să se absolve de exprimarea directă a propriilor lor sentimente private.

● **Materiale:**

Hârtie de scris
Tablă albă
Pixuri și creioane și markere de diferite culori
Panou mare pentru povestea în echipă, dacă este dorit
Obiecte fizice, dacă sunt necesare
Exemple sau print-uri ale poveștilor
Foi de hârtie A4

● **Adaptări pentru grupuri țintă specifice**

Nu sunt necesare adaptări reale. Subiectele prezentate de facilitator pot să difere de la participant la participant și de la grupă la grupă de vârstă. Este decizia facilitatorului să sugereze ceea ce este relevant pentru un anumit grup.

● **Recomandări pentru facilitatori**

Fiți deschiși și acceptanți față de ceea ce creează/sugerează participanții,

Rămâneți răbdători, deoarece dezvoltarea creativității în scris necesită timp și practică,

Oferiți feedback care să inspire, dar care să ajute și la îmbunătățirea abilităților practice,

Unii participanți pot ezita să se expună dacă sunt timizi, așa că citirea poveștilor lor poate să le provoace anxietate (sau teama de judecata pentru eforturile lor), așa că puteți face asta sau puteți lăsa la alegerea fiecărui participant dacă dorește ca povestea sa fie auzită,

Aveți un plan de rezervă în cazul în care participanții devin emoționali,

Acceptați orice este scris pe hârtie, deoarece unele dintre aceste exerciții pot aduce rezultate neașteptate,

Oferiți sfaturi cu privire la surse suplimentare pentru îmbunătățirea abilităților lor, cum ar fi grupurile de scriitori sau grupurile online/din cartierul lor.

Bibliografie

Bibliografie sau materiale recomandate pentru lectură înaintea atelierului

Scriere automată

<https://www.meldstudios.com.au/thoughts/automatic-writing-exercise-help-efficient-writer#:~:text=Automatic%20writing%20is%20a%2010,for%20the%20report%2C%20presentation%20etc>

A scrie despre emoțiile tale

<https://psychcentral.com/health/what-is-it-really-like-to-stay-at-a-psychiatric-hospital#recap>

Pași pentru a scrie o poveste

<https://prowritingaid.com/elements-of-fiction#:~:text=There%20are%20seven%20elements%20of,to%20create%20a%20coherent%20story>

ANEXE

Povești celebre care urmează un proces pas cu pas așa cum este descris în cărți includ:

- Harry Potter
- Rocky
- Shrek
- Stăpânul Inelelor

Aceste povești prezintă progresul unui erou neștiutor sau puțin probabil care luptă împotriva tuturor probabilităților și iese victorios la sfârșit.

Aceasta este o privire asupra Cărților de Povestire în forma lor de bază. Alte elemente mai complete pot fi adăugate dacă este necesar. Tabelul arată, de asemenea, cum puteți construi povestea venind dintr-un unghi diferit.

STORYBOARD - CONSTRUCȚIA POVEȘTII

SETUP 4	CONFLICT 3	PUNCT DE COTI- TURĂ 1	REZOLUȚIE 1	MORAL 5
ÎNTÂLNIREA CU DRAMA EROU- LUI	PROBLEMELE EROULUI	EROUL ACȚION- EAZĂ ÎN PICAJ	EROUL ÎȘI ATINGE SCOPUL	LECȚII ÎNV- ĂȚATE

Pași

(fiecare dintre aceștia pot fi dezvoltati sau detaliați mai mult):

1. Setare

Când și unde începe povestea? Cine este Protagonistul și ceilalți Personaje din poveste?

2. Conflict

Ce amenință ordinea lumii? Este vorba despre un antagonist sau o perturbare externă (de exemplu, dezastru natural, boală etc.)? Cum arată antagonistul? Ce puteri distructive folosește antagonistul?

3. Punctul de cotitură

Cine ajută eroul să îndeplinească sarcinile sau ce îi dă putere și curaj?

Îl întâlnește pe un înțelept sau descoperă o putere secretă? Ce descoperă eroul despre el însuși și despre lume? Ce eveniment îl conduce pe erou către o rezoluție?

4. Rezoluție

Cum arată finalul călătoriei? Eroul primește o recompensă (prințesă, bijuterie, victorie etc.)? Cum arată acum lumea și cum s-a schimbat eroul?

5. Morala

Care este lecția universală a poveștii... ce ne învață?

**Ateliere de realizare
a filmelor**

Producere film introducere

● Scop general și Obiective

Principalul obiectiv al acestor ateliere este de a furniza tinerilor abilitățile și resursele necesare pentru a crea o serie de videoclipuri, parcurgând toate etapele implicate (pre-producție, producție și postproducție), în timp ce învață abilități transversale și devin mai încrezători în sine, ceea ce este direct legat de competențele-cheie ale SALTO, cum ar fi:

- Competențele personale, sociale și de învățare.
- Competența în conștientizarea culturală și exprimarea culturală.
- Competența digitală.

● Participanți: De la 5 la 25

● Durată: 4 ore

● Setting:

Modul față în față, într-o sală cu un proiector și spațiu suficient pentru numărul de participanți.

● Intro și Icebreaking

Titlu: Întorsătură de situație

Introducere în subiect: În ziua de azi, suntem obișnuiți să vedem filme cu scenarii previzibile. Ne-am obișnuit să precizăm finalul unui film, să știm dinainte rolurile personajelor... Acum, toate acestea vor fi schimbate.

Descrierea exercițiului:

Facilitatorul va aranja mesele și scaunele într-un cerc cu fața către centru. Participanții vor sta în acest cerc.

În primul rând, participanților li se va spune ce este o întorsătură de situație:

“O întorsătură de situație este o schimbare în lanțul evenimentelor dintr-un scenariu, fie în literatură, teatru sau film. Apare cel mai adesea aproape de finalul unei piese, dar poate fi găsită și spre mijloc. Aceste întorsături schimbă dramatic scopul personajelor”.

După această introducere, fiecare participant va fi rugat să scrie pe o bucată de hârtie un film pe care-l plac și pe care toți sau majoritatea l-au văzut la un moment dat (un film celebru).

După ce au scris numele filmului lor în centrul hârtiei, vor trece foaia de hârtie participantului din dreapta lor. Fiecare participant va scrie o posibilă întorsătură de situație pentru acel film (cu cât mai neună, cu atât mai bine), până când foaia revine la proprietar, închizând cercul.

Participanții vor citi apoi fiecare dintre aceste întorsături de situație din filmul lor și, în timp ce o fac, fiecare persoană va spune ce întorsături de situație au scris, precum și numele lor și o scurtă prezentare. Este important să informați participanții dinainte că cu cât întorsăturile de situație pe care le vor scrie sunt mai neune sau mai amuzante, cu atât exercițiul va fi mai distractiv.

Exerciții Descriere

După jocul de cunoaștere, participanților li se va cere să-și ocupe locurile la mesele lor cu fața spre ecranul pe care va fi proiectată prezentarea.

Această prezentare conține diferite concepte, tehnici și așa mai departe legate de producția de filme, astfel încât oricare utilizator să poată avea o înțelegere de bază a acestui subiect.

Prezentarea va fi proiectată, iar facilitatorul, după un studiu prealabil, va explica conținutul prezentării și va desfășura activitățile propuse în aceasta.

Exercițiul 1

Prezentarea conceptelor de bază privind utilizarea aparatelor foto și a înregistratorului video, precum și a conceptelor legate de înregistrare.

În acest prim exercițiu, participanții vor acorda atenție facilitatorului, care va oferi o explicație detaliată a celor mai de bază concepte legate de fotografie și video.

Facilitatorii se vor concentra pe înțelegerea fiecărei diapozitive, asigurându-se cu ajutorul întrebărilor că participanții au înțeles conținutul și subliniind faptul că aceste cunoștințe vor fi utile pentru crearea propriilor lor filme scurte (oferându-le acea motivație bazată pe comanda și controlul pe care participanții îl vor avea).

Odată ce lecția despre conținutul diapozitivelor s-a încheiat, facilitatorul va întreba dacă mai există întrebări rămase (deși acest lucru va fi făcut și transversal pe mai multe diapozitive).

În același timp, facilitatorul le va fi explicat participanților de la bun început că este normal să apară întrebări și că vor aprecia curiozitatea și originalitatea fiecărui participant.

Exercițiul 2

“Video gratuit”

Când exercițiul 1 este terminat, facilitatorul va explica participanților că acum au jumătate de oră pentru a înregistra un video la alegere folosind diferitele parametri pe care le-au învățat (ISO, viteză și deschidere, precum și iluminarea). Participanții vor fi informați în prealabil că ar trebui, pe cât posibil, să reproducă unele dintre tehnicile folosite în prezentarea anterioară.

Este important ca, în timpul acestui exercițiu, să li se explice participanților că, prin acesta și

exercițiile următoare, ei vor dobândi capacitatea de a participa în sfera socială, în acest caz, prin crearea de filme.

Ei vor fi de asemenea informați că creativitatea și originalitatea vor fi apreciate, precum și crearea unei scurte povești sau argumente în cadrul videoclipului.

Facilitatorul va încuraja ceilalți participanți să efectueze acest exercițiu și îi va ajuta cât mai mult posibil pentru a obține ce este mai bun de la fiecare dintre participanți.

La sfârșitul jumătății de oră, se va aloca timpul necesar (probabil mai puțin de 10 minute) pentru a alege, prin consens, cele trei videoclipuri câștigătoare. În același timp, vor fi selectate caracteristicile pozitive și creative din celelalte videoclipuri care nu se află pe podium.

Participanții trebuie, de asemenea, să facă 3 fotografii în cea mai creativă modalitate posibilă, folosind variabilele învățate anterior.

După aceasta, cea mai bună fotografie și cel mai bun videoclip vor fi alese prin consens.

Exercițiul 3

Prezentarea conceptelor de bază legate de iluminare și surse de lumină diferite.

Această parte a prezentării va furniza cunoștințe despre ce este iluminarea, diferitele tipuri de lumini utilizate și efectul pe care îl produc, precum și modul corect de utilizare a lor în timpul filmărilor.

Se recomandă ca, în timp ce se explică fiecare dintre tipurile diferite de iluminare, facilitatorul să încerce să simuleze aceste condiții de iluminare cu participanții în spațiul disponibil. Deoarece aceste concepte sunt destul de simple, este important ca facilitatorul să se asigure că acestea sunt înțelese.

Aceasta va fi urmată de exercițiul 4.

Exercițiul 4

“Lumini și umbre”:

Pentru acest exercițiu, participanții vor aplica ceea ce au învățat în acest subiect, realizând videoclipuri de cel mult un minut în care demonstrează că au înțeles diferitele concepte. În cazul în care nu există suficiente materiale pentru toți, aceștia vor lua rând pe rând, apreciind și consolidând munca în echipă și ideile generate.

Va fi clarificat în prealabil că trebuie să fie utilizate cel puțin două dintre tipurile de iluminare menționate anterior.

În cele din urmă, videoclipul cu cea mai bună aplicare a iluminării va fi ales prin consens.

Va fi apreciată utilizarea iluminării și creativității, putând utiliza voce și efecte sonore, precum și accentuarea importanței participării în societate ca subiect principal.

Exercițiul 5

Tipuri de cadre

Prezentarea diferitelor tipuri de cadre și a aplicațiilor lor diferite în înregistrarea video. Se recomandă ca facilitatorul să citească, în secțiunea “materiale”, teoria scurtă despre acestea pentru a putea să le explice corect.

De asemenea, se recomandă ca participanții să încerce să numească filmele care apar în exemplele diferitelor cadre, deoarece acest lucru va consolida învățarea și memorizarea vizuală.

Exercițiul 6

“Noi în propriile noastre cadre”

Odată ce am învățat diferitele tipuri de cadre de bază care există, vom realiza un videoclip comun în care vom utiliza toate tipurile de cadre învățate, cel puțin o dată, conectându-le la subiectul principal al cetățeniei active și participării.

Pentru a face acest lucru, vom concepe o mică poveste legată de includere și promovarea participării tuturor tinerilor în societate, și vom crea un videoclip de cel mult două minute.

În acest videoclip vom folosi tot ceea ce am învățat până acum pentru a-l realiza, punând accent pe munca în echipă și folosind consensul pentru tema videoclipului și aspectele legate de aceasta.

Exercițiul 7

Unghiuri și emoții

Ultima parte a prezentării se realizează, arătând diferitele unghiuri, făcând participanții să vadă că acestea, la fel ca și cadrele, pot fi folosite pentru a transmite emoții publicului.

Exercițiul 8

Prima noastră schiță

Odată ce am învățat diferitele tipuri de cadre de bază care există, vom realiza un videoclip comun în care vom utiliza cel puțin trei dintre cadrele învățate anterior și trei unghiuri care să transmită o emoție legată de tema aleasă.

Acesta va fi realizat în comun, și toate cunoștințele învățate anterior trebuie să fie utilizate.

● Debriefing

Timp de reflecție și concluzii

După fiecare dintre activități, facilitatorul va întreba participanții, într-un mod apropiat și empatic, părerea lor despre fiecare dintre activități.

Este important ca, în acest moment, facilitatorul să înceapă discursul său asumând că această formare ar fi putut implica un anumit nivel de dificultate, dar că el sau ea este conștient(ă) că fiecare dintre participanți a făcut tot ce a putut.

Dacă există sugestii pentru îmbunătățire, este important să le asculte și să le ia în considerare pentru a îmbunătăți dinamica atelierului în viitor. Dacă există critici distructive sau auto-critică distructivă din partea participanților, facilitatorul ar trebui să încerce să se concentreze asupra aspectelor pozitive ale criticilor lor sau asupra lucrurilor pozitive pe care le-au făcut sau învățat.

Odată ce această reflecție este încheiată, facilitatorul va face o "rundă de sentimente", cerând fiecărui participant să se felicite pentru ceva ce au făcut sau învățat în timpul atelierului.

Este important de menționat că criticiile pe care atelierul le-ar putea primi sau lucrurile pentru care ar putea avea sugestii de îmbunătățire sunt foarte importante pentru îmbunătățirea viitoare a acestui atelier, așa că facilitatorul va lua notă de toate acestea pentru a-l îmbunătăți în viitor.

Întotdeauna întrebați:

Ce s-a întâmplat?

Cum mă simt?

Ceașdori să schimb
pentru data viitoare?

● **Materiale:**

- Materiale necesare:
- Telefoane mobile, dacă este posibil cu setări manuale ale camerei (puteți partaja un telefon mobil între două persoane).
- Prezentarea Canva, inclusiv abilitățile necesare care vor fi furnizate de facilitator.
- Foi de hârtie și pixuri pentru activitatea de "Plot Twist".
- Dacă este posibil, luminile de studio și trepiede pentru a stabili camera și pentru a putea respecta partea de iluminare.
- Prezentare Canva (Spaniolă) https://www.canva.com/design/DAFeeDsACRo/tyyGtIsWHjvEGePZgmLPnQ/edit?utm_content=DAFeeDsACRo&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton
- Prezentare Canva (Engleză) https://www.canva.com/design/DAFhABVE5Ag/oqf-0gou5TWWKandeWVp1V7g/edit?utm_content=DAFhABVE5Ag&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

● **Adaptări pentru grupuri țintă specifice**

- Deficiență vizuală: Persoana cu deficiență vizuală poate să acționeze ca regizor, actor și în alte roluri importante în acest domeniu.
- Deficiență intelectuală: Se va acorda o atenție specială abilităților lor, și se va face o încercare, pe cât posibil, de a adapta lecția și conținuturile pentru a se potrivi cu nivelul lor de înțelegere și capacități.

● **Recomandări pentru facilitatori:**

Toate persoanele menționate mai sus. Dacă există persoane cu dizabilități în timpul atelierului, se încurajează facilitatorii să adapteze, pe cât posibil, toate activitățile la nivelul și abilitățile lor.

● **Bibliografia**

Referințe bibliografice și materiale recomandate pentru citire înainte de atelier)

Prezentare Canva:

https://www.canva.com/design/DAFeeDsACRo/tyyGtIsWHjvEGePZgmLPnQ/edit?utm_content=DAFeeDsACRo&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

<https://www.studiobinder.com/blog/ultimate-guide-to-camera-shots/>

ANEXE

- Prezentare Canva (Spaniolă) : https://www.canva.com/design/DAFeeDsACRo/tyyGtIsWHjvEGePZgmLPnQ/edit?utm_content=DAFeeDsACRo&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

- Prezentare Canva (Engleză) https://www.canva.com/design/DAFhABVE5Ag/oqf-0gou5TWWKandeWVp1V7g/edit?utm_content=DAFhABVE5Ag&utm_campaign=designshare&utm_medium=link2&utm_source=sharebutton

Ambele prezentări sunt încărcate în folderul Drive în format PDF.

Producere film - editare

● Scop general și Obiective:

- Participanții vor dobândi competențele pentru înregistrarea și editarea de videoclipuri motivaționale.
- Participanții vor învăța cum să editeze propriul lor film.
- Participanții vor începe editarea filmului lor.

● Participanți: 15

● Durată: 4 ore

● Setting:

Modul față în față, într-o sală cu proiector și suficient spațiu pentru numărul de participanți.

● Intro și Icebreaking

Titlu: Interviu

Facilitatorul face un tur în jurul grupului pentru ca fiecare participant să povestească cum a fost de la ultimul atelier până acum și cum a integrat cunoștințele dobândite până acum în domeniul realizării de filme.

Facilitatorul propune un joc amuzant, în care, în perechi, participanții trebuie să inventeze un limbaj secret, folosind grupuri de sunete (ex. Bla-bi-ba, etc). Rând pe rând, fiecare pereche va juca o scenă de interviu în noul lor limbaj, iar ceilalți trebuie să ghicească despre ce este vorba în discuție

Exerciții Descriere

Exercițiul 1

Mesaj către lume

Participanților li se cere să gândească 10 lucruri pe care ar dori să le schimbe în lume. Apoi, trebuie să elimine 5 dintre ele, păstrând cele mai importante 5. Următorul pas este să aleagă 3 dintre aceste ultime 5. La finalul acestui pas, fiecare participant va avea alese 3 lucruri. Facilitatorul împarte grupul în 3 echipe de lucru formate din 5 persoane (sau altă procedură de împărțire, în funcție de numărul de participanți din grup). Fiecare echipă va discuta și va prezenta lucrurile pe care le-au ales să le schimbe în lume. După discuție, vor alege un subiect asupra căruia să continue munca în cadrul atelierului. Vor alege ceva ce au în comun.

Exercițiul 2

Motivarea schimbării

După ce au ales subiectul grupului lor, vor face un brainstorming timp de 30 de minute și vor desena pe o hârtie de flipchart ideile principale legate de subiect și mesajul pe care doresc să-l transmită prin subiectul pe care l-au ales. Vor prezenta în grupul mare ceea ce au scris, iar facilitatorul îi va ajuta să refineze mesajul, astfel încât să fie clar pentru ei și pentru publicul pe care doresc să-l atingă. După prezentare, vor scrie scenariul videoclipului pe care doresc să-l înregistreze în cadrul atelierului.

Exercițiul 3

Înregistrarea videoclipului

Participanții vor lucra în grupuri sau individual și au sarcina de a transforma mesajul pe care l-au desenat pe hârtie într-un videoclip scurt. Facilitatorul va oferi sfaturi legate de înregistrarea videoclipului, folosind o prezentare pe această temă (adaptată la nivelul de cunoștințe și abilități al participanților în ceea ce privește editarea video). Înainte de a începe înregistrarea videoclipului, facilitatorul va stabili cu grupurile câteva reguli de bază pentru a lucra împreună:

- definirea spațiului pe care fiecare grup îl are la dispoziție
- definirea echipamentului și modul de utilizare a acestuia
- definirea timpului - vor avea 1 oră pentru sarcină

- definirea unor reguli de lucru în echipă pentru a-i ajuta să gestioneze interacțiunea lor în timpul înregistrării

În grupurile mici, vor fi definite anumite sarcini și roluri, iar facilitatorul va explica rolurile în cadrul echipei, permițând apoi membrilor echipei să împartă rolurile în funcție de abilitățile lor:

- regizor de videoclip
- operator de cameră
- personaje

În timpul înregistrării videoclipului, facilitatorul îi va ajuta pe participanți cu sarcina, folosind abilități de motivare pentru a-i încuraja să vorbească, să dezbată, să fie creativi, să intre în flux și să se conecteze emoțional cu mesajul lor.

Exercițiul 4

Editarea videoclipului motivator

Ei vor avea o oră pentru a edita videoclipul pe care l-au creat, în grupurile de lucru. Facilitatorul îi va ajuta pe participanți să împartă sarcinile în funcție de abilitățile lor - unul va fi responsabil de editarea videoclipului, altul de editarea sunetului, altul cu textul, altul cu secvențele videoclipului. La final, fiecare grup va prezenta celorlalte grupuri munca lor, iar celelalte grupuri vor oferi feedback constructiv cu privire la ceea ce funcționează bine și ce poate fi îmbunătățit.

Debriefing

Timpul de reflecție și concluzii

Debriefing-ul cu participanții va fi realizat conform etapelor pe care le-au urmat în timpul atelierului:

Pentru exercițiul 1

Mesaj către lume:

- Cum a fost pentru tine să te gândești la ceva ce ai vrea să transmiți lumii?
- Cum a fost să lași să plece unele dintre mesaje și să alegi cele mai importante?
- Cât de clar este acum pentru tine ce înseamnă o schimbare în lume pentru tine și cum te vezi în această schimbare?
- Care a fost procesul de alegere a unui singur subiect în grup?
- Cum ați decis? Care au fost criteriile?
- Cum te simți acum cu subiectul ales?

Pentru exercițiul 2 (Motivarea schimbării):

- Cum a fost procesul de brainstorming în grupul tău? Cum te-ai simțit?
- Simți că amprenta ta este prezentă în prezentarea grupului? Dacă da, ce ai făcut pentru a-ți imprimă viziunea în munca de grup? Dacă nu, care a fost dificultatea în a-ți imprimă viziunea în munca de grup?
- Ești mulțumit de mesajul final?

Pentru exercițiul 3

Înregistrarea videoclipului

- Cum ați ales rolurile în cadrul grupului?
- Cum te-ai simțit jucându-ți rolul?
- Ce ai învățat din rolul pe care l-ai jucat?
- Cum percepi acum videoclipul? Crezi și simți că videoclipul transmite mesajul pe care ai vrut să-l transmiți?
- Ce ai pus special din tine în videoclipul pe care l-ai înregistrat cu grupul tău? Care este amprenta ta unică în el?

Pentru exercițiul 4 (Editarea videoclipului):

- Cum percepi acum editarea video? Ce s-a schimbat acum în comparație cu ceea ce știai înainte de acest atelier?

Întrebare finală:

Cât de mulțumit ești acum de munca pe care ai făcut-o cu grupul tău?

Care sunt resursele (externe și interne) pe care le-ai descoperit despre tine în timpul acestui proces?

Cum vrei să folosești aceste resurse și tot ce ai învățat în viața ta de zi cu zi de acum înainte?

● **Materiale:**

Foi A4

Foi de flipchart

Creioane și culori/markere

Echipament de înregistrare video: cameră video sau un smartphone cu o cameră/ rezoluție bună - 1 pe grup

Laptop cu software de editare video - 1 per grup

● **Adaptări pentru grupuri țintă specifice**

Activitățile din acest atelier pot fi ușor realizate cu toți tinerii. Cu toate acestea, unele dintre exerciții sau sarcini ar trebui adaptate pentru persoanele cu dizabilități, iar în construirea grupurilor trebuie să se țină cont de nevoile acestora și să se asigure un echilibru în componența grupurilor, astfel încât să se ajute reciproc în realizarea sarcinilor..

● **Recomandări pentru facilitatori**

Facilitatorul pentru acest atelier ar trebui să aibă diferite abilități, combinând cele interpersonale cu cele tehnice (legate de realizarea de videoclipuri). Iată câteva sfaturi:

- Urmează ordinea exercițiilor, adaptând tot timpul explicațiile sarcinilor la nivelul de înțelegere al participanților (nivelul de înțelegere ar trebui să fie cel mai scăzut necesar pentru participanții din grup).

- Fii flexibil cu privire la timp - timpul mediu necesar pentru acest atelier este de 4 ore, dar fiind un proces creativ și un atelier practic, unele dintre exerciții pot dura mai mult decât se așteaptă. Este important să fii flexibil și să permiți participanților să-și termine sarcina/procesul creativ.

- Realizează o analiză după fiecare

exercițiu - conform întrebărilor de analiză, dar adaptează întrebările (număr și conținut) întotdeauna la fluxul grupului.

- Rezumă concluziile pe o hârtie de flipchart pentru a ancora experiența în memoria participanților.

- Asigură-te că echipamentul funcționează pentru toți participanții și că tu, în calitate de facilitator, știi cum să-l utilizezi pentru a explica într-un mod simplu participanților.

- Ia cu tine un voluntar pentru a ajuta cu dinamica grupului și un voluntar pentru partea tehnică - în cazul în care apar întrebări sau probleme tehnice.

● **Bibliografie**

Bibliografie și materiale recomandate pentru a fi citite înainte de atelier

Roluri în producția video:

<https://www.spinningclock.com/services/video/roles-in-video-production>

Video editing task

<https://resources.workable.com/video-editor-job-description>

Video recording softwares

<https://www.movavi.com/learning-portal/>

Canva video editor

<https://www.canva.com/video-editor/>

Motivational video making

<https://offeo.com/learn/comprehensive-guide-on-motivational-videos-and-how-to-make-it>

Finalizare film

Scop general și Obiective

- Dezvoltarea abilităților practice: Participanții dobândesc experiență practică în tehnicile de finalizare a filmelor, dezvoltându-și capacitatea de a se implica activ în procesul creativ.
- Înțelegerea eficacității povestirii: Participanții aprofundează înțelegerea modului în care finalizarea contribuie la o povestire impactantă, împuternicindu-i să transmită mesaje semnificative.
- Încurajarea colaborării și luării deciziilor: Prin colaborarea în grup și prin revizuirea perechilor, participanții învață comunicarea eficientă și luarea deciziilor informate, promovând cetățenia activă.
- Promovarea atenției la detalii: Participanții dezvoltă un ochi pentru detalii, identificând domeniile pentru îmbunătățire și sporind impactul filmelor lor.
- Promovarea reflecției și a feedback-ului constructiv: Participanții reflectă asupra lucrărilor lor și oferă feedback constructiv, creând un mediu de susținere pentru creștere și participare activă.
- Încurajarea explorării artistice: Participanții experimentează cu diferite tehnici de finalizare, promovând creativitatea și abordările inovatoare în realizarea filmelor.
- Asigurarea continuității lucrării: Participanții vor putea să lucreze la finalizarea propriilor filme dezvoltate în cadrul atelierelor anterioare și să adauge ultimele detalii lucrărilor lor.

Acest atelier îi va dota pe participanți cu abilități, cunoștințe și o mentalitate pentru finalizarea filmelor care au un impact maxim, angajează eficient audiența și inspiră cetățenia activă în rândul tinerilor.

Competențe cheie:

- Competența multilingvă
- Competența personală, socială și de învățare
- Competența de cetățenie
- Competența digitală

Participanți: 15 tineri

Durată: 4 ore

Setting:

Configurația ideală a spațiului/sălii de lucru pentru aceste ateliere ar trebui să fie o cameră bine echipată și spațioasă, cu următoarele caracteristici:

1. Suficiente locuri de ședere și spațiu de lucru: Asigurați-vă că există suficiente scaune, mese și posturi de lucru pentru ca fiecare participant să poată examina filmele în mod confortabil, să îndeplinească sarcinile și să colaboreze cu ceilalți.
2. Echipament audiovizual: Furnizați un ecran mare sau un proiector și boxe audio pentru a facilita proiecțiile de filme și prezentările. Acest lucru va permite participanților să vizualizeze și să analizeze filmele eficient.
3. Zone de colaborare în grup: Aranjați camera astfel încât să existe zone sau mese separate în care participanții să se poată aduna în grupuri mici în funcție de filmele lor alocate pentru discuții și luarea deciziilor.
4. Post de asistență tehnică: Alocați un spațiu în care facilitatorii pot oferi asistență tehnică participanților în timpul procesului de finalizare. Această zonă ar trebui să aibă acces la software de editare, calculatoare și alte echipamente necesare.
5. Mediu confortabil și propice: Asigurați-vă că camera este bine luminată, bine ventilată și confortabilă pentru a crea o atmosferă de învățare și creație propice.
6. Zonă de expoziție: Configurați o zonă de expoziție în care participanții să-și poată prezenta filmele finalizate la sfârșitul atelierelor. Acest lucru va permite vizionarea colectivă și aprecierea muncii participanților. Nu uitați să aranjați mobilierul și echipamentul într-un mod care să încurajeze interacțiunea, colaborarea și mișcarea ușoară în interiorul spațiului.

Intro și Icebreaking

Titlu: Stăpânirea Finalizării Filmului: De la Colaborare la Perfecțiune

Introducere în subiect: (~5 minute)

În acest atelier, vom explora etapa crucială a finalizării filmului și modul în care aceasta joacă un rol semnificativ nu doar în îmbunătățirea impactului și eficacității povestirii, ci și în promovarea cetățeniei active în rândul tinerilor.

Finalizarea filmului este procesul de rafinare și perfecționare a unui proiect de film, care cuprinde diverse aspecte, cum ar fi gradarea culorilor, designul sunetului, efectele vizuale și continuitatea. În această fază, un film prinde cu adevărat viață, captivând audiența și transmitând mesaje convingătoare.

Prin adâncirea în arta finalizării filmului, ne propunem să dotăm participanții cu abilități practice și înțelegere care să îi împuternicească să se implice activ în procesul creativ. Prin experiență practică și exerciții de colaborare, participanții vor dezvolta un ochi pentru detalii, vor învăța comunicarea eficientă și luarea deciziilor, și vor cultiva un mediu de susținere pentru creștere și feedback constructiv.

În plus, finalizarea filmului oferă tinerilor o platformă pentru a-și exprima voci, idei și perspective cu privire la problemele care le preocupă. Prin rafinarea filmelor lor cu impact maxim, participanții pot angaja eficient audiența, pot stărni discuții și pot inspira schimbări pozitive în comunitățile lor.

Breaking the ice: "Reflecție și Discuție despre Filme" (~10-15 minute)

Înainte de a intra în atelier, facilitatorul sugerează să ne luăm un moment pentru a ne cunoaște și pentru a reflecta asupra experiențelor noastre legate de filme. Ei încurajează participanții să se prezinte și să împărtășească un film memorabil care le-a influențat, acceptând orice gen sau temă.

Grupuri de Discuții despre Filme:

Acum, se formează grupuri mici de 3-4 participanți. În grupurile lor, participanții discută despre filmele pe care le-au împărtășit și explorează următoarele întrebări:

- Ce a făcut filmul memorabil sau impactant pentru tine?
- Cum te-a implicat filmul emoțional sau intelectual?
- Ce elemente ale finalizării și producției filmului crezi că au contribuit la eficacitatea sa?

Fiecare grup va avea oportunitatea să împărtășească un rezumat al discuțiilor lor cu grupul mai mare. Vă rugăm să evidențiați concluziile cheie sau aspectele filmelor care au ieșit în evidență în timpul conversației.

Încheierea facilitatorului: "Vă mulțumesc tuturor pentru că v-ați împărtășit gândurile și experiențele. Este clar că filmele au puterea de a ne atinge pe mai multe niveluri și de a stărni emoții. Pe măsură ce avansăm în acest atelier, să ne amintim că procesul de finalizare joacă un rol crucial în îmbunătățirea impactului și angajamentului unui film față de publicul său. Să aducem această pasiune și înțelegere în explorarea finalizării filmelor noastre."

*Alte idei pentru activități de dezghețare se pot găsi în Anexa 1.

Exerciții Descriere

Exercițiul 1

Dincolo de Montaj: Explorarea Artei Finalizării Filmului pentru Impact Maxim (~1,5 ore)

Introducere: Facilitatorul le dă bun venit participanților la atelier și explică că acest exercițiu va aborda pașii esențiali necesari pentru finalizarea unui proiect de film și va sublinia importanța atenției la detalii și a colaborării în timpul fazei de finalizare. La finalul atelierului, participanții vor dobândi abilități practice în finalizarea filmului și vor dezvolta o înțelegere cuprinzătoare a modului în care acest proces îmbunătățește eficacitatea povestirii și încurajează implicarea civică.

Partea din mijloc:

Pasul 1: Explicație a Sarcinii și Revizuirea Filmului

Facilitatorul: Fiecare participant va primi un film parțial editat și o listă de verificare. Ei vor trebui să ia câteva momente pentru a revizui filmul și pentru a se familiariza cu lista de verificare furnizată (a se vedea Anexa 2), care evidențiază principalele domenii asupra cărora trebuie să se concentreze în timpul procesului de finalizare.

Pasul 2: Revizuire Individuală și Feedback

Participanții urmăresc individual filmul atribuit și completează lista de verificare, luând notițe despre aspectele care necesită îmbunătățire sau enhanțare. Facilitatorii se deplasează, oferă îndrumare, răspund la întrebări și se asigură că participanții înțeleg cerințele listei de verificare.

Pasul 3: Colaborare în Grup și Luarea Deciziilor
Participanții se adună în grupuri mici în funcție de filmele atribuite. Ei discută observațiile lor individuale, împărtășesc feedback și decid colectiv schimbările și îmbunătățirile necesare. Facilitatorii încurajează comunicarea deschisă și îndrumă grupurile să ia în considerare diferite perspective.

Pasul 4: Procesul de Finalizare

Folosind lista de verificare și deciziile grupului, participanții aplică ajustările necesare filmului. Ei colaborează pentru a implementa schimbările în domenii precum gradarea culorilor, mixajul sunetului, efectele vizuale și ritmul general. Facilitatorii oferă asistență tehnică, încurajează experimentarea și se asigură că participanții rămân concentrați.

Pasul 5: Revizuirea în Perechi

Odată ce procesul de finalizare este complet, participanții își schimbă filmele în cadrul

grupurilor lor pentru o revizuire în perechi. Fiecare membru al grupului urmărește filmul altui grup și oferă feedback constructiv bazat pe lista de verificare și pe observațiile lor proprii. Facilitatorii subliniază importanța criticii constructive și a comunicării respectuoase.

Exercițiul 2

Perfecționarea Filmului Tău: Arta Finalizării (~2 ore)

Facilitatorul le dă bun venit participanților la atelier și explică că acest exercițiu își propune să exploreze etapa crucială a finalizării unui film și importanța sa în crearea creațiilor cinematografice impactante și rafinate. Până la finalul atelierului, participanții vor dobândi abilități practice în finalizarea filmului, vor dezvolta o înțelegere mai profundă a rolului finalizării în povestire și vor reflecta asupra importanței atenției la detalii în transmiterea eficace a unui mesaj convingător.

Partea din mijloc:

Pasul 1: Înțelegerea Importanței Finalizării

Facilitatorul inițiază atelierul prin evidențierea importanței finalizării filmului în realizarea viziunii artistice dorite și în captivarea audienței. Ei prezintă exemple de filme bine finalizate care exemplifică influența profundă a meticulozității și rafinamentului asupra povestirii. Participanții sunt încurajați să obțină înțelegeri asupra elementelor multifacetate ale finalizării care îmbunătățesc colectiv calitatea generală a unui film.

Pasul 2: Evaluarea Elementelor Cheie ale Finalizării

Participanții vor revizui individual secvențe selectate de film și vor analiza elemente specifice legate de finalizare, cum ar fi gradarea culorilor, designul sunetului, efectele vizuale și continuitatea. Vor lua notițe despre zonele în care filmul strălucește și aspectele care necesită îmbunătățiri, concentrându-se asupra detaliilor mai subtile care îmbunătățesc impactul filmului. Facilitatorii vor oferi îndrumare și vor facilita discuții pentru a aprofunda înțelegerea participanților.

Pasul 3: Aplicarea Tehnicilor de Finalizare

Participanții vor lucra la propriile lor proiecte de film dezvoltate anterior, utilizând software sau instrumente de editare pentru a aplica tehnici de finalizare. Ei vor experimenta cu gradarea culorilor, mixajul sunetului, titrarea și alte aspecte relevante pentru a rafina elementele

vizuale și auditive ale filmelor lor. Facilitatorii vor fi disponibili pentru a oferi asistență tehnică, a împărtăși bune practici și a încuraja explorarea creativă.

Pasul 4: Revizuirea și Feedback-ul între Perechi
Odată ce participanții și-au finalizat filmele, aceștia le vor schimba între ei pentru o revizuire amănunțită. Fiecare participant va oferi feedback constructiv asupra filmelor colegilor săi, evidențind zonele de forță și sugerând îmbunătățiri. Facilitatorii vor ghida procesul de feedback, accentuând importanța criticii gândite și promovând un mediu de susținere pentru dezvoltare.

● Debriefing

Exercițiul

Dincolo de Montaj: Explorarea Artei Finalizării Filmului pentru Impact Maxim

Pasul 1: Facilitatorul poate prezenta următoarele întrebări de reflecție participanților pentru a le lua în considerare și răspunde:

Care au fost principalele provocări cu care v-ați confruntat în timpul procesului de finalizare a filmului?

Cum a contribuit colaborarea în cadrul grupului la rezultatul final?

Ce abilități specifice ați dezvoltat sau îmbunătățit în cadrul acestui atelier?

Cum a contribuit procesul de finalizare la impactul general și eficacitatea filmului?

Ce învățăminte ați dobândit pe care le puteți aplica în viitoarele proiecte de film sau în eforturile creative?

Pasul 2 - Discuție în Grup: Participanții își împărtășesc reflecțiile și observațiile cu grupul. Facilitatorul încurajează participanții să-și exprime gândurile, să asculte activ și să participe la un dialog constructiv. Participanții pot, de asemenea, să pună întrebări suplimentare sau să solicite clarificări cu privire la aspectele specifice ale atelierului.

Pasul 3 - Concluzie Facilitator: "Prin intermediul acestui atelier, am asistat la puterea acordată atenției la detalii și colaborării în finalizarea unui film și la îmbunătățirea impactului său. Lucrând împreună, ați învățat importanța feedback-ului constructiv și a luării deciziilor în crearea unui film coerent și captivant. Aceste abilități nu sunt valoroase doar în producția cinematografică, ci și în diverse aspecte ale implicării civice și expresiei creative."

Exercițiul 2

Perfecționarea Filmului Tău: Arta Finalizării

Pasul 1: Facilitatorul poate prezenta următoarele întrebări de reflecție legate de importanța finalizării filmului în realizarea viziunii artistice și implicarea audienței și poate invita participanții să reflecteze asupra lor:

Cum a contribuit procesul de finalizare a filmului la înțelegerea voastră a poveștii și a experienței publicului?

Care au fost principalele provocări cu care v-ați confruntat în timpul procesului de finalizare a filmului și cum le-ați depășit?

Cum a contribuit feedback-ul de la colegii

voștri la îmbunătățirea rezultatului final al filmului vostru?

Ce abilități specifice ați dezvoltat sau îmbunătățit în cadrul acestui atelier și cum le puteți aplica în proiectele voastre de film viitoare?

Cum a contribuit procesul de finalizare la impactul general și eficacitatea filmului vostru în transmiterea mesajului dorit?

Pasul 2 - Discuție în Grup: Participanții își împărtășesc reflecțiile și observațiile cu grupul. Facilitatorul încurajează participanții să-și exprime gândurile, să asculte cu atenție perspectivele celorlalți și să participe la un dialog constructiv. Participanții pot pune întrebări suplimentare sau pot cere clarificări cu privire la aspectele specifice ale atelierului.

Pasul 3 - Concluzie: Facilitator: "Prin intermediul acestui atelier, am explorat arta finalizării filmului ca o etapă vitală în realizarea viziunii artistice și în livrarea unei povestiri impactante. Prin acordarea atenției detaliilor și rafinarea filmelor voastre, ați ridicat calitatea muncii voastre și ați crescut potențialul de a captiva audiența. Abilitățile pe care le-ați dobândit în finalizarea filmului pot fi aplicate în proiectele viitoare, permițându-vă să creați experiențe cinematografice captivante care rezonază cu audiența voastră și transmit eficient mesajul vostru."

Materiale:

Exercițiul 1 - Dincolo de Montaj: Explorarea Artei Finalizării Filmului pentru Impact Maxim:

- Filme parțial editate pentru fiecare participant
- Liste de verificare care evidențiază principalele domenii pentru procesul de finalizare (Anexa 2)
- Echipament audiovizual pentru proiecții de film și prezentări
- Mese, scaune și posturi de lucru pentru participanți
- Software de editare și calculatoare pentru aplicarea ajustărilor (ex. PowerDirector, OpenShot, VideoPad, Adobe Premiere Elements, Clipchamp, EaseUS Video Editor, Mini-Tool Movie Maker, Windows Video Editor)
- Echipament de asistență tehnică

Exercițiul 2 - Perfecționarea Filmului Tău: Arta Finalizării:

- Secvențe selectate de film pentru analiză (proponeri în Anexa 3)
- Materiale pentru luarea de notițe pentru participanți
- Echipament audiovizual pentru prezentări și proiecții de film
- Mese, scaune și posturi de lucru pentru participanți
- Software de editare și calculatoare pentru tehnici de finalizare
- Echipament de asistență tehnică

În plus, ar fi benefic să existe o cameră bine echipată și spațioasă cu suficiente locuri de ședere, iluminare adecvată și ventilație pentru a crea un mediu de învățare și creație propice.

Recomandări pentru facilitatori

Creează un mediu prietenos și incluziv pentru a încuraja implicarea participanților.

Inspiră participanții să reflecteze asupra aspectelor cetățeniei active, participării tinerilor și implicării în probleme civice și sociale importante.

Explică clar obiectivele, punând accent pe atenția la detalii, colaborare și impactul finalizării filmului asupra povestirii și a implicării civice.

Accentuează importanța feedback-ului constructiv în faza de revizuire între colegi, ghidând participanții în oferirea de critici gândite pentru creștere și îmbunătățire.

Setează o atmosferă pozitivă și încurajatoare, subliniind importanța finalizării filmului în crearea creațiilor cinematografice impactante.

Prezintă exemple de filme bine finalizate pentru a inspira participanții și discută elementele care îmbunătățesc calitatea filmului.

Rezumă punctele cheie, evidențiind rolul finalizării în realizarea viziunii artistice, transmiterea de mesaje convingătoare și angajarea audienței.

Anexe

ANEXA 1 - Alte idei pentru activități de încălzire

Titlu: Combinații de Titluri de Filme

Instrucțiuni:

1. Împarte participanții în perechi sau grupuri mici.
2. Explică că fiecare grup va combina titlurile a două filme pentru a crea un concept nou de film.
3. Oferă exemple pentru a clarifica sarcina. De exemplu, "Jurassic Park" + "Frozen" = "Jurassic Frozen Adventure".
4. Stabilește un timp limită (de exemplu, 5-7 minute) pentru ca grupurile să facă un brainstorm și să vină cu combinarea de titluri pentru filmul lor.
5. Odată ce timpul a expirat, cere fiecărui grup să împărtășească conceptul lor de film cu restul participanților.
6. După partajare, încurajează grupurile să descrie pe scurt conceptul lor de film, oferind un rezumat sau evidențiind elementele cheie.
7. Facilitează o discuție relaxată punând întrebări suplimentare, cum ar fi: "În ce gen de film s-ar încadra acest concept?", "Cine ar fi audiența țintă?" sau "Ce teme sau mesaje ar putea transmite acest film?"

Debriefing:

1. Cum a contribuit activitatea de încălzire la crearea unei atmosfere pozitive și angajante?
 2. Ați observat elemente de colaborare sau lucru în echipă în timpul activității?
 3. Cum v-a provocat procesul de combinare a titlurilor de filme să vă gândiți creativ?
 4. În ce mod pot creativitatea și imaginația să joace un rol în procesul de finalizare a filmului?
 5. Cum s-ar putea lega această activitate de încălzire de importanța gândirii inovatoare și a poveștii în proiectul nostru?
- Încurajați participanții să-și împărtășească gândurile și să conecteze activitatea de încălzire cu obiectivele atelierului, subliniind importanța creativității și colaborării în procesul de finalizare a filmului.

Titlu: Două Adevăruri și o Minciună

Facilitator: Înainte să intrăm în atelier, să ne cunoaștem puțin mai bine. Vom începe cu o activitate de încălzire numită "Două Adevăruri și o Minciună". În această activitate, fiecare participant va împărtăși două afirmații adevărate și o afirmație falsă despre ei înșiși. Restul grupului va încerca apoi să ghicească care dintre afirmații este minciuna. Această activitate ne va ajuta să ne conectăm și să

creăm o atmosferă prietenoasă. Cine vrea să înceapă?

Participant 1: Eu mă duc primul. Iată afirmațiile mele:

1. Am călătorit în cinci țări diferite.
2. Pot cânta la chitară.
3. Am urcat pe Mount Everest.

Facilitator: Mulțumesc că ai împărtășit! Acum, să facem înconjurul grupului, iar fiecare poate să împărtășească pe rând cele două adevăruri și o minciună ale lor. După ce ați împărtășit, vom lua o clipă pentru a ghici care dintre afirmații este minciuna. Nu uitați să fiți creativi și să vă distrați cu afirmațiile voastre! După ce toți participanții și-au împărtășit afirmațiile și grupul a făcut ghicirile, facilitatorul poate iniția o scurtă discuție punând întrebări precum:

- Ce ați aflat despre ceilalți participanți prin intermediul acestei activități?
- Ați considerat dificil să ghiciți minciunile? De ce sau de ce nu?
- Cum poate această activitate să se lege de procesul de finalizare a filmului și de colaborarea cu alții?
- Care sunt aspectele comune sau experiențele comune pe care le-ați descoperit printre membrii grupului?

Această activitate de încălzire va contribui la crearea unui mediu confortabil și incluziv pentru ca participanții să se implice în activitățile ulterioare ale atelierului.

ANEXA 2 – Lista de verificare pentru Finalizarea Filmului

1. Elemente Vizuale:

Gradul de culoare: Balanța de culoare este consistentă și potrivită pentru starea de spirit și tonul filmului?

Calitatea imaginii: Imaginile sunt clare, nítide și bine compuse?

Efectele vizuale: Sunt efectele vizuale integrate fără cusur și îmbunătățesc povestea?

Tranziții: Tranzițiile între cadre sau scene curg fără probleme și îmbunătățesc narativa?

2. Elemente Audio:

Nivelele sonore: Dialogul, muzica și efectele sonore sunt echilibrate și amestecate în mod corespunzător?

Zgomot de fond: Sunetul este clar și fără zgomote de fond nedorite?

Design sonor: Efectele sonore sunt sincronizate bine cu imaginile și îmbunătățesc povestea?

3. Narativă și Ritm:

Coerența poveștii: Linia narativă a filmului curge logic și are sens?

Ritm: Timing-ul și ritmul filmului sunt captivante și potrivite pentru conținut?

Continuitate: Există erori sau inconsistențe de continuitate în poveste sau în aspectele vizuale?

le?

4. Considerații Tehnice:

Rezoluție și format: Filmul este exportat în rezoluția dorită și în formatul de fișier potrivit?

Subtitrări și legende: Sunt incluse subtitrări sau legende, dacă este necesar?

Credite: Sunt incluse credite de deschidere și închidere, dând creditul convenit echipei și colaboratorilor?

5. Impact Emoțional și Angajament:

Conexiunea cu audiența: Filmul reușește să evoce emoții sau să creeze o conexiune cu audiența prevăzută?

Transmiterea mesajului: Mesajul sau apelul la acțiune prevăzut este comunicat clar și eficient?

Angajamentul general: Filmul capturează și menține atenția publicului pe toată durata sa?

Participanții ar trebui să folosească această listă de verificare ca ghid în timp ce revizuiesc filmele asignate și să ofere feedback constructiv bazat pe acești criterii. Această listă de verificare ajută la asigurarea că participanții iau în considerare diferite aspecte ale procesului de finalizare, rezultând un film coerent și impactant.

ANEXA 3 – Perfecționarea Filmului Tău: Arta Finalizării (Exemple de secvențe)

Iată câteva exemple de secvențe de film pe care participanții le pot analiza pentru tehnicile specifice utilizate în finalizarea lor:

1. Clip: Secvență cu dialog intens dintr-o dramă axată pe personaje

Tehnici de analizat: Compoziția și încadrarea cadrelor pentru dinamica personajelor, gradul subtil de culoare pentru reflectarea stării de spirit, editarea dialogului pentru claritate și subtilități emoționale, designul de sunet de fundal pentru a îmbunătăți atmosfera.

2. Clip: Secvență thriller plină de suspans

Tehnici de analizat: Utilizarea eficientă a iluminării, gradul de culoare pentru a crea tensiune, designul sonor pentru a spori suspansul, alegerile de ritm și editare pentru construirea secvențelor pline de suspans.

3. Clip: Secvență emoțională profundă

Tehnici de analizat: Gradul de culoare și cinematografia pentru a evoca emoții specifice, designul sonor pentru a îmbunătăți atmosfera, alegerile de editare pentru ritm și flux, utilizarea eficientă a prim-planurilor și a expresiilor faciale pentru a transmite emoții.

4. Clip: Secvență plină de acțiune

Tehnici de analizat: Mișcarea dinamică a camerei și alegerile de cadre, editarea rapidă pentru intensitate, designul și mixajul de sunet pentru a amplifica acțiunea, integrarea efectelor vizuale și CGI, gradul de culoare pen-

tru a îmbunătăți impactul general.

5. Clip: O secvență cu peisaje uluitoare din punct de vedere vizual

Tehnici de analizat: Alegerile de compoziție și încadrare pentru atracția vizuală, gradul de culoare pentru a îmbunătăți atmosfera, utilizarea eficientă a mișcării camerei, designul sonor pentru a completa aspectele vizuale și alegerile estetice generale.

6. Clip: O secvență bazată pe dialog

Tehnici de analizat: Tehnica eficientă de cadre și contracadrare, alegeri de editare pentru a menține ritmul și fluxul, utilizarea prim-planurilor și a cadrelor de reacție pentru a transmite emoții, designul și mixajul de sunet pentru claritate și ritm pentru a susține dinamica dialogului.

Aceste exemple acoperă o gamă variată de genuri și stiluri, permițând participanților să exploreze diverse tehnici de finalizare și impactul lor asupra povestirii. Facilitatorii pot furniza secvențele de film selectate sau pot recomanda scene populare care să se alinieze obiectivelor atelierului.

1. Clip: Secvența de deschidere din "Evașiunea" ("The Shawshank Redemption")

Tehnici de analizat: Gradul de culoare, încadrarea, mișcarea camerei, ritmul, designul sonor (coloana sonoră de fundal, sunetele de mediu), tranzițiile de editare.

2. Clip: Secvența de acțiune din "Furia Drumului" ("Mad Max: Fury Road")

Tehnici de analizat: Efectele vizuale, gradul de culoare, designul sonor (efecte sonore, mixaj), alegerile de editare (tăieri rapide, montaj), mișcarea camerei, utilizarea efectelor practice; mișcarea dinamică a camerei și alegerile de cadre, editarea rapidă, designul și mixajul de sunet, integrarea efectelor vizuale și CGI, și gradul de culoare pentru impact.

3. Clip: Secvența emoțională din "Eterna Lumină a Neprihăririi" ("Eternal Sunshine of the Spotless Mind")

Tehnici de analizat: Gradul de culoare (pentru stabilirea stării de spirit), cinematografia (compoziție, iluminare), alegerile de editare (flashback-uri, narațiune non-liniară), designul sonor (dialog, muzica de fundal, momente de tăcere).

4. Clip: Momentul climactic din "Început" ("Inception")

Tehnici de analizat: Efectele vizuale, gradul de culoare (pentru a diferenția straturile de vis), designul sonor (stratificarea efectelor sonore, muzica), ritmul, alegerile de editare (tăieri intercalate între diferite niveluri de vis).

5. Clip: Secvența bazată pe dialog din "Rețeaua de Socializare" ("The Social Network")

Tehnici de analizat: Alegerile de editare (cadre

și contracadrare, ritm), designul sonor (claritatea dialogului, sunetele de mediu), gradul de culoare, utilizarea prim-planurilor și a încadrărilor pentru a transmite emoții.

6. Clip: Secvență thriller plină de suspans din filmul "Fata dispărută" ("Gone Girl") din 2014

Tehnici de analizat: Utilizarea iluminării, gradul de culoare, designul sonor, ritmul și alegerile de editare pentru a crea tensiune și suspans.

7. Clip: O secvență cu peisaje uluitoare din punct de vedere vizual din filmul "Revenantul" ("The Revenant") din 2015

Tehnici de analizat: Alegerile de compoziție și încadrare pentru atracția vizuală, gradul de culoare pentru a îmbunătăți atmosfera, utilizarea eficientă a mișcării camerei, designul sonor pentru a completa aspectele vizuale și alegerile estetice generale.

8. Clip: O secvență bazată pe dialog din filmul "Înainte de răsărit" ("Before Sunrise") din 1995

Tehnici de analizat: Tehnica eficientă de cadre și contracadrare, alegeri de editare pentru ritm și flux, utilizarea prim-planurilor și a cadrelor de reacție pentru a transmite emoții, designul și mixajul de sunet pentru claritate și ritm pentru a susține dinamica dialogului.

Aceste clipuri oferă exemple diverse din diferite genuri și stiluri de producție cinematografică, permițând participanților să exploreze diverse tehnici de finalizare. Facilitatorii pot furniza acces la aceste clipuri sau pot ghida participanții să le găsească și să le analizeze online. Rețineți că scopul analizei acestor clipuri de film este de a înțelege cum anumite tehnici contribuie la povestire și angajamentul publicului. Participanții ar trebui să acorde atenție utilizării elementelor vizuale și auditive, notând modul în care acestea îmbunătățesc impactul general și eficacitatea filmelor.

Atelier de
design grafic

Atelier de design grafic

Scop general și Obiective

Furnizați Fundamentele Designului Grafic
Identificați mesajul pe care tinerii ar dori să-l facă auzit.

Primii pași cu instrumente gratuite de design grafic online

Produceți primul proiect al logo-ului fiecărui grup de lucru.

Lucrul la realizarea a 7 din cele 8 competențe cheie (Competența personală, socială și de învățare, Competența de cetățenie, Competența antreprenorială, Competența de conștientizare culturală și expresie, Competența digitală, Competența matematică și competența în știință, tehnologie și inginerie, Competența în literație).

Participanți: 15 tineri

Durată: 4 ore

Setting:

Sala multimedia

Pregătiți un spațiu cu computere și conexiune pentru a furniza tinerilor instrumentele necesare pentru a crea rezultatul lor final.

Dacă organizația nu le are, poate adapta atelierul cu smartphone-urile personale ale participanților, asigurându-se că există prize pentru încărcarea telefoanelor și o conexiune Wi-Fi stabilă.

Asigurați-vă că există un proiector, unde lucrătorul de tineret poate arăta participanților prezentările PowerPoint, precum și modul de utilizare a programelor software.

Intro și Icebreaking:

Titlu: Design grafic ca instrument captivant pentru participarea civică

Introducerea în subiect [5 minute]

Explicați scopul atelierului și modul în care designul grafic poate fi un instrument util pentru implicarea în participarea civică.

Breaking de gheață [10 minute]

Solicitați fiecărui participant să deschidă iDroo <https://app.idroo.com/> (sau să ofere câte o notiță fiecărui participant) și să scrie pe ea un cuvânt singular, un trăsătură sau un desen care să reprezinte sentimentele lor cu privire la mediul civic în care trăiesc.

Odată ce au terminat, fiecare participant va prezenta și va spune numele său și va explica ce reprezintă trăsătura sa.

Exerciții Descriere

Exercițiul 1

Fundamentele Designului Grafic [Durată: 1 oră]

- Ce este designul grafic

- Elementele designului grafic (culori, fonturi, forme și stiluri)

- Designul grafic ca instrument de implicare civică și participare.

PPT: https://docs.google.com/presentation/d/1IPa_1lV27VPMpuQqhSBlzpLituLFot8o/edit#slide=id.p1

BUZZ QUIZ: Împărțiți participanții în 2 grupuri și furnizați-le un semnal sonor pentru fiecare grup sau unul virtual (<https://www.myinstants.com/en/instant/buzzer-89244/>). Afișați câteva imagini care folosesc designul grafic pentru a transmite un mesaj important. Primul grup care apeasă semnalul sonor are posibilitatea să răspundă și să spună dacă imaginea este un exemplu bun de comunicare eficientă sau un eșec epocal.

Link: <https://view.genial.ly/6435b5ef4f52080019735f2a/interactive-content-shared-graphic-design-buzz-quiz>

Debriefing: Explicați fundamentele pentru o comunicare eficientă legată de subiectele cetățeniei active și participării.

Exercițiul 2

Faceti-vă vocea auzită distinct. [Durată: 1 oră]

- Prezentați câteva cazuri de comunicare inovatoare sau neconvenționale.

- Aspectul psihologic/emotional al unei comunicări eficiente

- Mesajul tău: irepetabilitatea a ceea ce simți și dorești să spui

Răspândiți mesajul vostru! Împărțiți participanții în grupurile de lucru pentru producția de filme și cereți-le să găsească o modalitate creativă de a împărtăși mesajul principal al filmului lor. Fiecare grup va prezenta ideea lor pe Prezi <https://prezi.com/> (sau pe o flipchart) în fața întregului grup. Poate fi un acronim, un motto, un mesaj de advocacy sau un singur cuvânt cu o înțeles profund pentru ei.

Exercițiul 3

Proiectați identitatea brandului filmului vostru. [Durată: 2 ore]

- Etapele gândirii de design (vezi capitolul despre Design Grafic - manualul youthREC)
Prima introducere în instrumente online gratuite (Desygner, Canva, Vista Create, befunky)

-
PPT: https://docs.google.com/presentation/d/1IPa_1lV27VPMpuQqhSBlzpLituLF0t8o/edit#slide=id.p1

Schitați logo-ul: Furnizați participanților acces la platforme online gratuite pentru a începe să lucreze la prima lor schiță a unui logo care reflectă scopul filmului lor.

Odată ce au creat logo-urile, le puteți tipări pentru a vedea rezultatul final (va fi util și pentru al 2-lea workshop despre Design Grafic).

Debriefing:

Îți place logo-ul tău?

Crezi că reflectă mesajul tău?

Ar putea fi îmbunătățit?

Debriefing

Timp de reflecție și concluzii

Întotdeauna întrebați:

Ce s-a întâmplat în timpul atelierului?
Cum m-am simțit?
Ce aș dori să schimb pentru data viitoare?

Materiale:

Calculatoare

PPT (Prezentare PowerPoint)

Quiz cu sonerie (sau varianta online)

Post-it-uri

Flip chart (tablă flipchart)

Instrumente gratuite de design grafic online

Prize electrice

Proiector

Imprimantă

Hârtie

Recomandări pentru facilitatori

Asigurați suficient timp pentru întrebări.

Faceți tinerii să reflecteze asupra subiectelor civice.

Acordați participanților o mică pauză (o sesiune de 4 ore poate fi intensivă).

Asigurați-vă că sala este confortabilă.

Furnizați participanților toate instrumentele necesare.

● Bibliografie

Brandtzæg, P. B., Følstad, A., & Mainsah, H. (2012, July). Designing for youth civic engagement in social media. In Proceedings of the IADIS International Conference of Web Based Communities and Social Media (pp. 65-73).

Mouchrek N, (2020). Design for youth development and engagement in sustainability. Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Cuaderno 80 (pp 139-151).

Munari B. (2017). Da cosa nasce cosa. Laterza.

Sadikin Akhyadi A., Indriyani W., (2020). Youth Empowerment Based on Participation Through Graphic Design Training. Advances in Social Science, Education and Humanities Research, volume 548. Atlantis press.

United Nations New York, (2016). World youth report on civic engagement. New York 10017.

<https://www.creativerepute.com/graphic-design-education/>

<https://seesawcreative.co.uk/work/youth-urban-games/>

<https://newurbanmechanics.medium.com/civic-design-through-the-lense-of-a-youth-e5171f278b14>

<https://www.omprakash.org/blog/graphic-design-as-a-form-of-civic-engagement>

<https://www.libbyfalck.com/>

<https://www.aiga.org/>

<https://deanvipond.medium.com/explaining-graphic-design-to-four-year-olds-fe9257ffaf3d>

<https://blog.creativemind.academy/progetti-di-grafica-come-realizzarli-in-8-step/>

● Anexe

PPT

The buzz quiz.

Graphic Design – Intrăm în Practică

● Scop general și Obiective

Acomodarea cu Programul de Design Grafic (Canva?)

Implementarea grafică a ideilor dezvoltate în Atelierul V

Logo-ul va fi finalizat și

Se creează un poster

Dezvoltarea unei strategii de diseminare

● Participanți: 15 tineri

● Durată: 4 ore

● Setting:

Două posibilități - în funcție de resursele disponibile:

Configurația A (cu calculatoare)

Un spațiu cu calculatoare (fiecare participant ar trebui să aibă unul)

Un proiector prin intermediul căruia lucrătorul de tineret poate arăta cum funcționează Canva

O imprimantă

Configurația B (cu telefoane mobile)

Fiecare participant ar trebui să aibă un telefon mobil și o conexiune la internet

Telefoanele mobile ar trebui să fie complet încărcate

Suficiente încărcătoare pentru telefoanele mobile

Un proiector prin intermediul căruia lucrătorul de tineret poate arăta cum funcționează Canva

O imprimantă

● Intro și Icebreaking

Introducere

Parcurgerea agendei și explicarea obiectivelor ședinței de atelier

Începeți cu întrebări... (prin intermediul Slido)

După ultima sesiune de formare despre Design Grafic:

a. Ce înseamnă pentru tine Designul Grafic? Ce reprezintă pentru tine? Colectarea răspunsurilor prin intermediul Slido

b. Ce implică un design grafic slab? Colectarea răspunsurilor prin intermediul Slido

c. Ce implică un design grafic bun? Colectarea răspunsurilor prin intermediul Slido

Alternativ:

Scrieți întrebarea pe trei flipchart-uri și colectați răspunsurile pe fiecare flipchart - apoi le puteți afișa ca o amintire

3. Răspunderea la întrebări, dacă au apărut întrebări

Exerciții Descriere

Exercițiul 1

Galerie de Practici Exemplare

- Facilitatorul expune diferite exemple de design grafic ("comunicare neconvențională")

- Participanții se plimbă și se opresc la exemplul pe care îl apreciază cel mai mult

- Discuție despre ceea ce le place la el (și ceea ce nu le place, eventual)

Exemple de Design Grafic "Neconvențional": PPP (slides 7-9)

Exercițiul 2

Galerie de Logouri

- Fiecare participant tipărește pe hârtie prima lor schiță a logo-ului

- Fiecare participant expune prima lor schiță a logo-ului pe pereți și o prezintă celorlalți în 2, 3 propoziții (dacă doresc să o prezinte)

- Toată lumea se plimbă și pune POST-IT-uri pe Logouri/Postere cu Feedback CONSTRUCTIV (ce le place, ce ar putea fi schimbat, întrebări deschise, ghicirea mesajului principal al logo-ului)

- Când au terminat, participanții se întorc la locurile lor și citesc feedback-ul și comentariile pe care le-au primit

Exercițiul 3 – Dezvoltarea identității de brand a filmului cu ajutorul unei Unelte Online (Logo & Poster)

- Repetarea elementelor de bază ale Uneltei Online împreună (prin intermediul proiectorului)

- Opțional: arătarea platformelor de imagini fără drepturi de autor (de exemplu, Pixabay)

- Finalizarea Logo-ului, eventual integrarea feedback-ului și începerea lucrului la Poster pentru scurtmetrajul lor

- Rundă de întrebări deschise, dacă ceva nu este clar.

- Facilitatorul se plimbă printre participanți și îi sprijină în caz de nevoie.

Exercițiul 4

Răspândirea mesajului - strategii

- Rezultatele sunt tipărite

- Cercul de șezut

- Cine dorește, prezintă pe scurt identitatea de brand a filmului lor și mesajul pe care

doresc să-l răspândească

Dezvoltarea unei strategii de diseminare:

- Cum și unde pot fi răspândite posterele și logourile?
- Dezvoltarea unei strategii de diseminare
- Care sunt obiectivele diseminării?
- Ce grup țintă ar trebui abordat?
- Unde găsesc grupul țintă (canale de social media specifice...)?
- Cum îi pot atinge?
- Clarificați faptul că există posibilitatea de a oferi sprijin în organizarea festivalului de film (în cazul în care ar fi interesați, oferindu-le contactul)
- Pașii următori

Debriefing:

- Ce ați învățat?
- Care sunt pașii următori pentru voi?
- Ce este încă neclar pentru voi?

Debriefing ●

Timp pentru Reflecție și Concluzii

Întotdeauna întrebați

Ce s-a întâmplat în timpul atelierului?
Cum m-am simțit?
Ce aș dori să schimb pentru data viitoare?

Materiale: ●

Calculatoare
Proiector
Imprimantă
Dispozitive mobile cu baterii suficiente
Încărcător pentru dispozitive mobile
Flipchart-uri
Creioane
Muzică de fundal plăcută
Note adezive
Dixo
Instrument gratuit de design grafic online (care să fie?)

Adaptări pentru grupuri țintă specifice ●

Alegerea între Setarea A sau Setarea B, în funcție de echipamentele disponibile.

Recomandări pentru facilitatori ●

Asigurați suficient timp pentru întrebări.
Încurajați tinerii să reflecteze asupra temelor civice.
Oferiți participanților o mică pauză (o sesiune de 4 ore poate fi intensivă).
Faceți camera confortabilă.
Furnați participanților toate instrumentele necesare.

Bibliografie sau materiale recomandate pentru lectură înaintea atelierului ●

Familiarizați-vă în prealabil cu instrumentele online!
Alegeți literatura în funcție de instrumentul online utilizat.

Anexe ●

PPT

Promotion and campaigning

Scop general și Obiective

Obiectivul principal al acestor ateliere este să îndrume tinerii în eforturile lor de promovare a creațiilor lor creative, utilizând instrumente și metode care le încadrează cel mai bine. Participanții vor dezvolta abilități și competențe relevante prin practică directă.

În plus, fiecare participant sau grup de participanți va crea o campanie de promovare pentru filmul lor.

Competențe cheie: Competența în cetățenie; Competența antreprenorială; Competența digitală; Competența în literație.

Participanți: 15 persoane - tineri

Durată: 4 ore

Setting:

În persoană, în interior, facilitați, mese și scaune pentru participanți, scaun (opțional masă) pentru instructor, ecran sau proiector pentru prezentări, etc.

Intro și Icebreaking

Titlu: Lansare Promoțională

Introducere în subiect: Instructorul le urează bun venit, se prezintă și îndeamnă participanții să se prezinte tradițional. Apoi trece să explice Exercițiul de Lansare.

Descrierea exercițiului: Fiecare participant va alege un film popular preferat (titlul în limba engleză), de exemplu "Pretty Woman", "Jaws", "Baywatch". Fără să dezvăluie filmul celorlalți participanți, vor fi chemați unul câte unul să mimeze filmul fără să vorbească, în timp ce ceilalți încearcă să ghicească. Singura ajutor disponibilă va fi categoria filmului, care va fi menționată la început, de exemplu "Rom Com" (comedie romantică), "Horror" (groază), etc. Fiecare participant va avea un minut. După aceea, vor dezvălui filmul dacă nu a fost deja ghicit de restul grupului și vor explica de ce l-au ales. În acest fel, ei vor comunica unele elemente despre ei înșiși și despre identitatea lor artistică. Activitatea va relaxa grupul, îi va ajuta să se cunoască mai bine pe plan personal și profesional, în timp ce îi va determina pe toți să-și exprime părerile, să facă brainstorming și să socializeze - pregătindu-i pentru atelier.

Exerciții Descriere

Exercițiu 1

Personaje ale Publicului

Facilitatorul prezintă (folosind prezentarea din anexe) conceptul de public țintă și de personaj al publicului, iar apoi participanții, fie în grupuri fie individual, sunt așteptați să creeze unul. Ei pot face acest lucru fie cu software-ul furnizat în anexe, fie cu pixul și hârtie.

Personajele sunt completate cu informații critice despre public. Ele sunt esențiale pentru segmentarea publicului. În esență, un personaj al publicului este vizualizarea și profilul sumar al unei "persoane" care reprezintă publicul nostru ideal. În timp ce publicul țintă este un grup larg de oameni (de exemplu, tineretul), personajul este un grup de public mai rafinat, specific și ideal (de exemplu, tinerii entuziaști ai muzicii rock cu cunoștințe profunde despre scena muzicii rock și gust pentru tot ce este vintage). Personajele au un set specific de comportamente, gusturi, idei și demografice. Prin urmare, acesta este unul dintre primii pași atunci când încercați să elaborați un plan/strategie de promovare. După ce toate personajele sunt prezentate, va urma un feedback scurt folosind mentimeter-ul (așa cum este detaliat în secțiunea de încheiere).

Exercițiu 2

Impact Dublat: Sprijinirea unei cauze

Fiecare intrigă unică a filmului poate sau nu evidenția o cauză sau o problemă (rasială, politică, socială etc.). Implicarea factorilor filmului (actori, producători, personal) sau pur și simplu a resurselor filmului (bani, rețea, public) cu organizații și instituții care susțin această cauză nu numai că clarifică scopul filmului în conștiința publică, ci și crește conștientizarea cu privire la film și la scopul real pe care îl servim.

Dacă filmul se învârtă în jurul unei probleme de injustiție socială, implicarea în organizații care lucrează pentru îmbunătățirea societății sau participarea la campanii deja existente pentru justiție socială are multiple beneficii pentru filmul tău., publicul și societatea în general.

Participanții, fie individual fie împărțiți în echipe, primesc titluri de filme internaționale și sunt așteptați să organizeze și să prezinte o strategie pentru ca acest film să se implice și

să strălucească prin intermediul unei cauze. Apoi vor trece să-și prezinte munca grupului în fața întregului grup, care va acționa ca o audiență. Audiența va evalua efortul și impactul său folosind mentimeter pentru a crea un clasament. Clasamentul se va baza pe următoarele elemente folosind o scară Likert:

1. A părut efortul autentic sau o acțiune de publicitate?
2. A fost clar scopul servit?
3. A fost scopul servit în concordanță cu filmul?
4. Simțiți că această strategie a avut impact asupra cauzei identificate?
5. Ați fi intrigat să fiți implicați în aceste eforturi?

După fiecare clasament, urmează o scurtă sesiune de feedback liberă.

În final, se va oferi un feedback scurt cu privire la întreaga activitate folosind mentimeter (așa cum este detaliat în secțiunea de încheiere).

Exercițiul 3

Apăsarea Pe Acceleratorul De Presă

Știind cum să gestionați atenția mass-media și cum să folosiți instrumentele presei în beneficiul tău este esențial atunci când încercați să promovați un film. În acest exercițiu, participanții vor explora cum să redacteze un Comunicat de Presă eficient, ce informații să prezinte într-o Conferință de Presă și cum să atragă atenția presei.

Redactarea unui Comunicat de Presă:

Instructorul va prezenta exemple de comunicate de presă bune pentru filme, evidențiind elementele de bază pe care toate aceste comunicate de presă pentru filme ar trebui să le aibă (se va utiliza prezentarea prezentată în anexe).

Participanții vor primi apoi un rezumat și informații despre un film popular - toată lumea va primi aceleași informații. Se așteaptă ca ei să redacteze individual sau în echipe un comunicat de presă pentru filmul lor care să conțină toate informațiile necesare, să atragă atenția și să aibă un apel puternic la acțiune. Vor lucra la acest lucru folosind modele de fișiere furnizate, precum și exemple de comunicate de presă bune.

Odată finalizate, comunicatele de presă vor fi prezentate, iar echipa va încerca să găsească puncte forte și puncte slabe în fiecare dintre ele, într-un efort de a păstra note constructive. Se va oferi un feedback scurt cu privire la înt-

reaga activitate folosind mentimeter (așa cum este detaliat în secțiunea de încheiere).

Exercițiul 4

Campania Digitală

Facilitatorul va prezenta instrumente, platforme, tehnici și studii de caz utile pentru campaniile digitale folosind prezentarea din anexe. Participanții vor învăța despre postarea impactantă, hashtag-uri, rețele sociale, tehnici de promovare în era digitală și multe altele.

Apoi, ei vor fi împărțiți în grupuri. Participanții vor primi sarcina de a crea postări, concursuri digitale și programul de promovare a filmului lor.

Odată finalizate, rezultatele vor fi prezentate, iar echipa va încerca să găsească puncte forte și puncte slabe în fiecare dintre ele, într-un efort de a păstra note constructive.

Se va oferi un feedback scurt cu privire la întreaga activitate folosind mentimeter (așa cum este detaliat în secțiunea de încheiere).

Exercițiul 5

Brainstorming Creativ

Acum, că participanții au lucrat prin cele mai importante etape ale unui plan de promovare și campanie pentru un film, ei trebuie să caute stimuli creativi!

Fie individual, fie împărțiți în echipe, participanții vor nota idei creative de promovare pentru filmele lor, tehnici și metodologii fie originale, fie căutate online, fie prin imitarea a ceea ce au făcut alți producători de filme, etc. După ce au adunat toate ideile, le vor discuta într-o masă rotundă, într-un mod relaxat, și vor nota avantajele și dezavantajele fiecărei idei, resursele necesare și în ce categorie de film/audiență de film ar servi cel mai bine fiecare idee. Ei vor crea, de asemenea, un program de lansare a tuturor materialelor de promovare pe care le-au produs și pe care doresc să le distribuie, indicând canalele care urmează să fie utilizate folosind Anexa 8, plannerul lunar. În acest fel, participanții pleacă cu rezultate concrete și note, precum și o conștientizare reală a cerințelor, logistică, capacități și oportunități disponibile pentru a promova cel mai bine propriul lor film unic către grupul țintă selectat, cu resursele lor disponibile.

Se va oferi un feedback scurt cu privire la întreaga activitate folosind mentimeter (așa cum este detaliat în secțiunea de încheiere).

● Debriefing

După finalizarea fiecărui exercițiu, facilitatorul workshop-ului va deschide un mentimeter sau jampboard în care participanții pot răspunde anonim la întrebările de feedback (vezi mai jos). Răspunsurile vor fi afișate pe un ecran mare și discutate sub îndrumarea facilitatorului.

Întrebările ar trebui să fie în concordanță cu:

Ce s-a întâmplat?
Care a fost un moment de revelație?
A existat vreo dificultate pe care nu am depășit-o?
Ce voi folosi cu siguranță în viitor?
Cum mă simt?
Ce aș dori să schimb pentru data viitoare?

În ansamblu, participanții ar trebui să înțeleagă că acesta este un proces de învățare, o călătorie, deoarece arta, exprimarea și promovarea sa sunt procese dinamice și creative. Nu există o predare sau o metodă care să fie potrivită pentru toată lumea. Instructorul încearcă pur și simplu să ofere stimuli, metodologii și un set de abilități de bază pe care participanții să le folosească apoi în propriile lor moduri individuale pentru a crea campanii unice și personale. Acesta nu este un curs cu rezulta-

te și livrabile concrete - este o oportunitate de învățare pe care participanții o pot face la fel de benefică și creativă pe cât doresc.

● Materiale:

Calculatoare pentru participanți pentru a crea personaje. Dacă nu este posibil, ei pot folosi pixuri și hârtie sau orice alt mijloc de vizualizare disponibil, de exemplu, table albe.

Ecran mare sau proiector și computer pentru facilitator

Gustări și apă pentru a face participanții să se simtă confortabil și pentru a ajuta la socializarea dintre ei.

Scaune confortabile pentru toți participanții

Boxe pentru momentele în care facilitatorul prezintă

● Adaptări pentru grupuri țintă specifice

Locația workshop-urilor ar trebui să fie accesibilă pentru toți, cu o atenție specială acordată celor cu dificultăți de mobilitate.

Participanții cu probleme de auz pot participa, deoarece acesta este un workshop foarte vizual, iar facilitatorul este încurajat să-l facă și mai vizual dacă astfel de participanți sunt prezenți, de exemplu, utilizând comunicarea vizuală, scriind etc.

● Recomandări pentru facilitatori

Toate detaliile de mai sus și cele din anexe.

● Anexe

Anexa 1 – Prezentarea Personajelor

Anexa 2 – Ghidul Facilitatorului pentru Impact dublu

Anexa 3 – Fișe de lucru pentru Studii de caz

Anexa 4 – Fișa ghidată pentru scrierea unui comunicat de presă de calitate

Anexa 5 – Exemple de Comunicate de Presă

Anexa 6 – Prezentarea pentru Comunicate de Presă

Anexa 7 – Prezentarea Campaniilor Digitale

Anexa 8 - Planificator Lunar

Bibliografía

Povestire

- <https://www.masterclass.com/articles/what-are-the-elements-of-a-narrative-arc-and-how-do-you-create-one-in-writing> (Masterclass, 2021)
- <https://www.citizenlab.co/blog/civic-engagement/how-can-cities-tell-their-stories-for-higher-community-engagement/> (Aung, 2022)
- <https://blog.hubspot.com/marketing/storytelling> (Hubspot, 2022).
- <https://r4d.org/blog/using-storytelling-to-motivate-citizen-engagement/> (Adamolekun, Keen, Vissapragada, 2021)
- <https://www.wired.com/insights/2014/01/power-community-storytelling/> (Bradley, Wired)
- <https://civiclifeproject.org/why-use-digital-storytelling-to-teach-civics-and-foster-civic-engagement-and-what-does-that-have-to-do-with-clarence-earl-gideon/> (Civiclifeproject, 2018)
- <https://openpsychologyjournal.com/VOLUME/14/PAGE/213/FULLTEXT/> (Taufik & Ernawati, 2021)
- https://jed.ut.ac.ir/article_61547.html?lang=en (Arasti, Bagheri & Ghoddosi, 2017)
- <https://independentsector.org/blog/empowering-youth-through-story-and-voice/> (Independentsector, 2021)

Designul grafic

- Brandtzæg, P. B., Følstad, A., & Mainsah, H. (2012, July). Designing for youth civic engagement in social media. In Proceedings of the IADIS International Conference of Web Based Communities and Social Media (pp. 65-73).
- Mouchrek N, (2020). Design for youth development and engagement in sustainability. Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Cuaderno 80 (pp 139-151).
- Munari B. (2017). Da cosa nasce cosa. Laterza.
- Sadikin Akhyadi A., Indriyani W., (2020). Youth Empowerment Based on Participation Through Graphic Design Training. Advances in Social Science, Education and Humanities Research, volume 548. Atlantis press.
- United Nations New York, (2016). World youth report on civic engagement. New York 10017.
- <https://www.creativerepute.com/graphic-design-education/>
- <https://seesawcreative.co.uk/work/youth-urban-games/>
- <https://newurbanmechanics.medium.com/civic-design-through-the-lense-of-a-youth-e5171f278b14>
- <https://www.omprakash.org/blog/graphic-design-as-a-form-of-civic-engagement>
- <https://www.libbyfalck.com/>
- <https://www.aiga.org/>
- <https://deanvipond.medium.com/explaining-graphic-design-to-four-year-olds-fe9257ffa3d>
- <https://blog.creativemind.academy/progetti-di-grafica-come-realizzarli-in-8-step/>

Creare Film

- El cine como herramienta para desarrollar una actitud crítica y personal. (s.f.). Educación 3.0. <https://www.educaciontrespuntocero.com/experiencias/cine-herramienta-desarrollar-actitud-critica-personal/>
- Etapas de la Producción Cinematográfica. (2021). Veigler Business School. <https://veigler.com/produccion-cinematografica/>
- Etapas de la Producción Cinematográfica. (2021). Veigler Business School. <https://veigler.com/produccion-cinematografica/>
- GestorGenios, P. (2019, enero 31). El uso del cine como recurso educativo. El Blog de Genios. <https://centrosgenios.com/blog-genios/el-uso-del-cine-como-recurso-educativo/>
- Gil, V. P., & Martí, O. M. (s. f.). El cine como medio de aprendizaje del español para adolescentes: conocimiento de la historia y sus personajes. Unir.net. Recuperado 21 de diciembre de 2022, de <https://reunir.unir.net/bitstream/handle/123456789/4384/PALOMO%20GIL%2C%20VERONICA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Jeffery C. Nyseth, M.S. (2019). Basic Filmmaking Concepts. Viterbo. https://www.viterbo.edu/sites/default/files/2019-02/Basic+Filmmaking+Concepts_0.pdf
- Kevin (K.) (2021). Distintos tipos de encuadres. Kevin Beron. <https://kevinberon.com/distintos-tipos-de-encuadres/>
- Mercader Martínez, Y., (2012). El cine como espacio de enseñanza, producción e investigación. Reencuentro. Análisis de Problemas Universitarios, (63), 47-52. (Gil & Martí, s. f.)
- Mulder, D. (2012). ¿Qué habilidades desarrolla el cine en niños y jóvenes? Art Connection. <http://artconnectionworkshops.blogspot.com/2012/12/que-habilidades-desarrolla-el-cine-en.html>
- Noguero, A. M. (2008). La influencia del cine en los jóvenes y en la familia. In La familia, paradigma de cambio social. Ponencia: Barcelona, 15-16-17 de mayo de 2008 (pp. 171-190). Universitat Internacional de Catalunya.
- Pereira Domínguez, M. del C. (2021, 12 marzo). Cine y educación social. <https://www.monografias.com/trabajos105/cine-y-educacion-social/cine-y-educacion-social>
- Universidad de Guanajuato. (2022, abril 1). Clase digital 6. Fases de la producción cinematográfica. Recursos Educativos Abiertos; Sistema Universitario de Multimodalidad Educativo (SUME) - Universidad de Guanajuato. <https://blogs.ugto.mx/rea/clase-digital-6-fases-de-la-produccion-cinematografica/>
- What does filmmaking mean? (s. f.). Definitions.net. Recuperado 22 de diciembre de 2022, de <https://www.definitions.net/definition/filmmaking>

Other

- Pancer, M.S - The psychology of citizenship and civic engagement - <https://granicus.com/blog/psychology-of-citizenship-and-civic-engagement/>
- Council of Europe - Youth participation - <https://www.coe.int/en/web/youth/youth-participation>
- <https://yerp.yacvic.org.au/get-started/involve-young-people/youth-participation-and-engagement-explained>



PROJECT NUMBER: 2022-1-IT03-KA220-YOU-000085031

