



COMMUNITY
CHALLENGERS



COMMUNITY CHALLENGERS VODIČ



INTELEKTUALNI REZULTAT 3

PREMA ODRŽIVIM & KLIMATSKI PAMETNIM ZAJEDNICAMA KROZ UMJETNOST I
DRUŠTVENO PODUZETNIŠTVO



INTERNATIONALE AKADEMIE BERLIN
to inovativne ideje, kreativne umjetnosti i globalizacije



OVAJ VODIČ JE OBJAVLJEN KAO INTELEKTUALNI REZULTAT 3 PROJEKTA "COMMUNITY CHALLENGERS", KOJI JE FINANCIRAN IZ PROGRAMA ERASMUS+ EUROPSKE UNIJE.

PRVI DIO OVOG VODIČA BAVI SE 4 IZAZOVA U PODRUČJU UMJETNOSTI: VIZUALNI, IZVEDBENI, FILMSKI I POETSKI. DRUGI DIO OPISUJE PODUZETNIČKI IZAZOV.

VODIČ JE DOSTUPAN U PDF I ONLINE VERZIJI S INTERAKTIVNIM ZNAČAJKAMA GDJE KORISNICI MOGU OSTAVITI KOMENTARE I POV RATNE INFORMACIJE.

DOSTUPAN JE NA ŠEST JEZIKA: ENGLESKOM, TALIJANSKOM, PORTUGALSKOM, SRPSKOM, HRVATSKOM I LATVIJSKOM.

© OBJAVLJENO 01./2022.



SADRŽAJ

	Uvod	01
	Dio PRVI: UMJETNIČKI IZAZOVI	04
1.	FILM	05
1.1	Definiranje sadržaja	07
1.2	Produkcija	09
1.2.1	TikTok videa	10
1.2.2	Instagram reels i IG-TV	11
1.2.3	YouTube	11
1.3	Radionica Dan Prvi	12
1.4	Radionica Dan Drugi	16
1.5	Pitanja za evaluaciju	18
2.	VIZUALNA UMJETNOST	20
2.1	Definiranje sadržaja	20
2.2	Priprema radionice	22
2.3	Radionica Dan Prvi	23
2.4	Radionica Dan Drugi	27
2.5	Pitanja za evaluaciju	28
2.6	Alternativna opcija	29
2.7	Promocija	30
2.8	Savjeti i trikovi	31
3.	PERFORMANS	35
3.1	Definiranje sadržaja	37
3.2	Produkcija	39
3.3	Radionica Dan Prvi	42
3.4	Radionica Dan Drugi	44
3.5	Pitanja za evaluaciju	45
3.6	Promocija	46
3.7	Savjeti i trikovi	48



4.	PJESME & GLAZBA	50
4.1	Definiranje sadržaja	52
4.2	Produkcija pjesme	53
4.2.1	Idejni proces	54
4.2.2	Pisanje teksta	57
4.2.3	Komponiranje glazbe	58
4.2.4	Snimanje pjesme	59
4.3	Produkcija video klipa	62
4.4	Pitanja za evaluaciju	64
	Đio DRUGI: PODUZETNIČKI IZAZOV	65
5.1	Što je Hackathon?	66
5.2	Struktura i priprema događanja	67
5.3	Trener/ Moderator	68
5.4	Mentori	68
5.5	Struktura događanja	69
5.6	Radionice	74
5.6.1	Sesija 0: Postavljanje scene	75
5.6.2	Sesija 1: Igra generiranja ideja	76
5.6.3	Radionica 1: Istraživanje i definiranje problema	77
5.6.4	Radionica 2: Izrada prototipa	79
5.6.5	Radionica 2a: Vrijednost ponude	80
5.6.6	Radionica 2b: Segment kupaca	81
5.6.7	Radionica 3: Poslovni model i financije	82
5.6.8	Radionica 4: Pitch	
5.6.9	Radionica 5: Sljedeći koraci - izvori financiranja	84
5.7	Pitanja za evaluaciju	85
5.8	Izvori	86
		87

UVOD

O PROJEKTU

Projekt Community Challengers nastoji osnažiti mlade ljude i dati im alate za suočavanje i razmišljanje o klimatskim akcijama te mobilizirati njihove zajednice inovativnim i privlačnim mjerama. Razvio ga je konzorcij od 7 partnera iz Belgije, Hrvatske, Njemačke, Italije, Latvije, Portugala i Srbije s komplementarnom stručnošću u području obrazovanja o okolišu, osnaživanja mladih, umjetnosti, posvećivanja i poduzetništva. Projekt traje dvije godine (01.2021.-12.2022.)

Projekt se temelji na modelu učenja koji kombinira obrazovanje, umjetnost i društveno poduzetništvo, te na taj način targetira kako intelektualnu, tako i emocionalnu razinu. Model učenja u projektu sastoji se od 4 koraka: Učiti, Analizirati, Stvarati, Zagovarati (UASZ). Ova metoda omogućuje mladima da uče o klimatskim promjenama; da analiziraju svoju zajednicu sa stajališta održivosti; da stvore viziju budućnosti, zajedno s poduzetničkim alatima, i propagiranjem promjena. Četiri koraka ovog modela odgovaraju četirima takozvanim intelektualnim rezultatima projekta. To su rezultati koje su ostvarili projektni partneri, donoseći sažeto znanje o ključnim činjenicama i brojkama u području okoliša. Dostupan je u različitim formatima: kao Priručnik, toolkit za mapiranje, upute i inspiracija za stvaranje umjetnosti i video tutorijali.

1. Učiti – Priručnik za klimatske akcije i održivost (O1)
2. Analizirati – Toolkit za mapiranje zajednice (O2)
3. Stvarati – Community Challengers vodič (O3)
4. Zagovarati – Tutorijali zagovaranja (O4).

Ove rezultate razvijaju i testiraju svi projektni partneri u svojim zemljama (Portugal, Italija, Srbija, Hrvatska i Latvija). Mladi ljudi i osobe koje rade s mladima glavna su ciljna skupina projekta te će pratiti testiranje, pohađati radionice i dati svoje povratne informacije kako bi rezultati bili fino podešeni i potvrđeni.

O CHALLENGERS VODIČU

Ovaj Challengers Vodič treći je intelektualni rezultat projekta i treći korak „STVARATI“ gore opisanog UASZ modela u 4 koraka. Cilj ovog Vodiča je spojiti različite formate radionica koje će se održavati kao izazovi projekta.

DIO 1 usredotočuje se na umjetničke izazove u području filma, vizualne umjetnosti, izvedbe/kazališta i glazbe. Svaki izazov predlaže dvodnevne radionice i naglašava moguća evaluacijska pitanja.

Projektni partneri složili su se održati barem dva od ovih izazova. Svi izazovi će biti testirani dok svaki partner odlučuje koji će izazov biti implementiran na lokalnoj razini. Odabir se vrši prema lokalnim i potrebama mladih u zajednici.

Za sve izazove očekuje se da mladi stvaraju vlastita umjetnička djela i nauče kako svojim umjetničkim jezikom reflektirati klimatske teme, izazove i rješenja. Sudionici uče izraziti svoju percepciju društvenog i ekološkog razvoja koji se odražava iz njihove vlastite perspektive i stvarnosti.

DIO 2 ovog Vodiča opisuje izazov poduzetništva, spajajući format Hackathona s temama klimatskih promjena, ekološke prihvatljivosti, održivosti i aktivizma. Ovaj petodnevni izazov će izvesti svi partneri projekta nakon međunarodne razmjene mladih u Beogradu, Srbija, koja će postaviti temelje. Izazovi na ovom polju uslijedit će kasnije.

OČEKIVANI REZULTAT

Očekuje se da će osobe koje rade s mladima koristiti ovaj Vodič kako bi pripremili svoje izazove i vodili grupu mladih tijekom izvanmrežnog umjetničkog i online poduzetničkog procesa. Realizirana umjetnička djela i poduzetnička rješenja dijelit će se u europskim zajednicama kako bi se doprlo do šire javnosti i građana. Očekivana razmjena i rasprava odražavat će perspektive i brige mladih i građana, te uključivati njihove vizije i rješenja u obliku ideja, projekata, društvenih poduzeća i drugih predloženih akcija. U procesu bi sudjelovali dionici zajednice i lokalni političari.

Prijevod na šest europskih jezika trebao bi pozvati sve zainteresirane osobe koje rade s mladima ili trenere da koriste ovaj Vodič kako bi stvorili umjetničke i poduzetničke izazove s mladima, pomogli im da izraze svoje viđenje problema klimatskih promjena te postanu aktivni u podizanju svijesti, širenju informacija i stvaranju rješenja u svojoj lokalnoj zajednici, ali i šire.

DIO PRVI: UMJETNIČKI IZAZOVI

Moć umjetnosti i njen utjecaj na zdravlje, dobrobit i učenje vrlo su široki. Mogli bismo dizajnirati prostor za promicanje spoznaja, inovacija i kreativnosti, kao i korištenje umjetnosti i prirode za ubrzanje ozdravljenja. Umjetnost, kroz stvaranje bilo kojeg oblika umjetnosti, može se koristiti za ublažavanje stresa, smanjenje boli i poboljšanje učenja. Umjetnost mijenja naš mozak i može nas učiniti sretnijima, zdravijima i pametnijima. Također se može koristiti kao alat za učenje načina kako riješiti složene probleme u našem svakodnevnom životu. Sve što uključuje kreativno razmišljanje – sposobnost uspostavljanja veza između nepovezanih stvari i zamišljanja novih načina komunikacije – dobro je za mozak. Mozak koristi informacije kako bi predvidio što bismo sljedeće mogli učiniti i što trebamo učiniti da preživimo i napredujemo, tako da je umjetnost predstavlja donošenje odluka što odražava svakodnevni život.

1.FILM

Braća Lumière prvi su put predstavila film i video 1880-ih. Prva generacija ljudi koja je bila tu na početku ovog medija vidjela je kako se film od potpunog noviteta pretvara u etabliranu, masovnu industriju zabave. Film, kao umjetnička forma, oslanja se na nekoliko ranijih umjetničkih tradicija, pripovijedanje, književnost, kazalište i vizualne umjetnosti. Ove umjetničke grane svakako treba uzeti u obzir kada se razmišlja o izradi završnog rada radionice. Popularni novi mediji, uključujući televiziju (koja je postala mainstream 1950-ih), kućni video (mainstream od 1980-ih) i internet (mainstream od 1990-ih), utjecali su na distribuciju i konzumaciju filmova. Filmska produkcija obično je sadržajem odgovarala novim medijima kako bi ostala u tijeku. Produkcija je tada počela koristiti tehničke inovacije kao što su široki ekran tijekom 1950-ih, 3D i 4D film te nastaju filmski spektakli kako bi kino projekcije bile atraktivne.

Iako je video dio filma, on je i grana za sebe. To je elektronički medij za snimanje, kopiranje, reprodukciju, emitiranje i prikaz bilo kojeg oblika pokretnih vizualnih medija. Video tehnologija je prvo razvijena za mehaničke televizijske sustave. Kasnije je digitalni video bio sposoban za veću kvalitetu i, na kraju, imao mnogo nižu cijenu od ranije analogne tehnologije. Napredak računalne tehnologije počeo je dopuštati čak i jeftinim osobnim računalima i pametnim telefonima snimanje, pohranjivanje, uređivanje i prijenos digitalnog videa. Taj je pomak označio ogroman napredak u području smanjenja troškova video produkcije i omogućavanja kreatorima programa i televizijskim kućama da prijeđu na produkciju bez vrpce.

U kontekstu videa, postoji još jedna grana koja je od posebne važnosti za ovu radionicu, a to je video umjetnost. Video umjetnost je oblik umjetnosti koji se oslanja na korištenje video tehnologije kao vizualnog i audio medija. Video umjetnost se pojavila tijekom kasnih 1960-ih kada je nova potrošačka video tehnologija, kao što su video snimači, postali dostupni izvan korporativnog emitiranja. Video umjetnost može imati različite oblike: snimke koje se emitiraju; instalacije gledane u galerijama ili muzejima; djela koja su online; djela koja se distribuiraju kao video vrpce ili DVD-ovi, te izvedbe koje mogu uključivati jedan ili više televizora, video monitora i projekcija, prikazujući žive ili snimljene slike i zvukove. Jedna od ključnih razlika između video umjetnosti i kinofilma je da se video umjetnost ne oslanja nužno na mnoge konvencije koje definiraju kinofilm. Video umjetnost ne smije koristiti glumce, ne smije sadržavati dijaloge, ne smije imati uočljivu priču ili zaplet ili se pridržavati bilo koje druge konvencije koje općenito definiraju filmove kao zabavu. Ovo također razlikuje video umjetnost od kinematografskih podkategorija kao što su avangardno kino, kratki filmovi ili eksperimentalni film.

1.1 DEFINIRANJE SADRŽAJA

Kao dio Community Challengers projekta vodit ćete dvodnevnu video radionicu s fokusom na klimatske promjene. Kroz ovu radionicu vrlo je važno zapamtiti da se video koristi samo kao alat, dok je glavna stvar stvaranje sadržaja o klimatskim promjenama.

S obzirom da se radi o video radionici, potrebno je u ta dva dana sa grupom odvojite vrijeme kako bi ih ukratko upoznali sa sljedećim temama:

- Video općenito
- Savjeti za snimanje (kako uokviriti kadar, savjeti o dobrom i lošem osvjetljenju)
- Što je video umjetnost
- Jednostavne metode za kreiranje video sadržaja (mobilni telefoni vs. kamera, mobilne aplikacije za uređivanje vs. Premiere Pro)
- Korištenje videa kao alata za podizanje svijesti

Uz pametne telefone postalo je puno lakše i izvedivo kreirati video i fotografski sadržaj. S jedne strane, to je ljude učinilo lijenijima u pogledu fotografije i videa, jer naši telefoni obavljaju posao mjerenja otvora blende, ekspozicije, ISO-a itd. S druge strane, ovaj medij postao dostupnim mnogima koji ga do sada nisu imali prilike istražiti. To nam također omogućuje da svoje kratko vrijeme sa grupama iskoristimo za aktivno kreiranje završnog rada bez potrebe objašnjavanja svih detalja o videografiji, koja bi inače oduzela previše vremena.

Kada je riječ o temi klimatskih promjena, svi naši sudionici trebali bi se pozabaviti nekim od lokalnih problema na terenu i usredotočiti se na stvari koje aktivno utječu na njihove zajednice. Primjerice: Hrvatska kao zemlja živi od turizma i definitivno je počela doživljavati negativne aspekte ove industrije. No, turizam je samo jedan od problema; također, manji gradovi i sela svakim danom sve su manje naseljeni dok veći gradovi postaju prenaseljeni. Izumiranje endemskih vrsta, krčenje šuma, loše raspolaganje otpadom i prekomjerna gradnja bez ikakvog urbanističkog planiranja samo su neki od osnovnih problema s kojima se trenutno suočavamo.

Većinu vremena, klimatske promjene kao vrlo stvaran i ozbiljan problem imaju ogroman učinak na ljude koji nisu svjesni onoga što se događa. Usredotočujući se na lokalne probleme, trebali bismo pomoći sudionicima da shvate da je to stvarno i da se događa upravo sada, ali ako nešto poduzmemo, nešto se i može učiniti. Zanimanje za ono što se događa lokalno, a ne globalno, puno je pametnije, barem kratkoročno.

1.2 PRODUKCIJA

Iako će glavni zadatak ove radionice biti rješavanje pitanja klimatskih promjena, treba uzeti u obzir današnju kulturu društvenih mreža. Grafički i vizualni sadržaji postali su jači i važniji nego ikad prije. Kratki videozapisi na TikToku i Instagramu mijenjaju percepciju mladih brže od većine dugometražnih dokumentarnih filmova koji se prikazuju na TV-u. Time se ne mijenja samo ljudska percepcija, već i video kao grana. Budući da je ova radionica - i program općenito - namijenjen mladima, važno je koristiti internet kao alat u produkciji rada.

Postoji mnogo načina za korištenje platformi društvenih mreža za umjetničko istraživanje, kao i umjetničko izlaganje. Preporuča se pokušati koristiti društvene mreže za promociju rada grupe. S obzirom na to da će naše grupe činiti mladi ljudi, oni će vjerojatno biti upoznati s

internetom i možemo im pokazati nove načine korištenja ove platforme. No, imajte na umu da područje društvenih mreža i interneta definitivno neće biti u fokusu ove radionice.

Tijekom ove dvodnevne radionice izradit ćete video prilog i koristiti društvene mreže kako biste ga širili i širili svijest o klimatskim promjenama. Dok to činite, trebali bi prepoznati goleme prednosti povezivanja koje nam je donijelo doba interneta, kao i potencijalne opasnosti - poput pohrane podataka i materijala bez vremenskog ograničenja. Preporuča se da završni videozapisi budu kratki, od 15 - 30 sekundi do 1 minute.

U nastavku ćete pronaći kratki vodič o videozapisima na društvenim mrežama za sve koji to odluče uključiti u svoju radionicu. Neki od načina korištenja kombinacije videozapisa grupe i društvenih medija su sljedeći:

1.2.1 TIKTOK VIDEA

TikTok je platforma koja stvara trendove. Trendovi su video ideje koje postaju viralne i pojedinci kopiraju format (zvuk, tekst, estetiku) kako bi stvorili vlastitu personaliziranu verziju videa. Ovi videi često imaju duhovitiji pristup, pa kada govorimo o ozbiljnim temama kao što su klimatske promjene, morat ćemo biti pametni kako to pretvoriti u šalu. Preporuča se pratiti sudjelovanje tijekom cijelog procesa stvaranja i biti na raspolaganju za konstruktivne savjete.

Ako se odlučite koristiti TikTok kao platformu, kraći video formati su obvezni. Iako TikTok dopušta da videozapisi budu dugi do jedne minute, to je ipak platforma koja uspijeva na brzom izmjeni informacija. Ako želite privući nečiju pozornost na ovoj aplikaciji, pametnije je usredotočiti se na kratke i jednostavne videozapise s jasnom porukom. Stoga se preporuča usredotočiti se na izradu sadržaja koji je od 15 sekundi do max. 30 sekundi.

Ova dva videa pokazuju načine korištenja TikToka za specifičnu temu klimatskih promjena, ekološke prihvatljivosti i održivosti:

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

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

Da biste saznali više o tome kako kreirati TikTok video, možete razmotriti sljedeći video:

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

1.2.2 INSTAGRAM REELS I IG-TV

Instagram je aplikacija koja se uglavnom fokusira na fotografije, ali nakon nedavnog masovnog rasta TikToka, uvedena je opcija 'reels'. Reels su u osnovi TikTok videi, ali objavljeni na Instagram platformi. Format, estetika i ponata isti su kao kod TikTok videa. Videozapisi koje objavljujete na TikToku također se mogu dodati na reels kako bi proširili svoju publiku.

Tutorial za izradu reelsa:

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

IG TV (Instagram TV) kao dodatna mogućnost, omogućuje dulje video zapise, pa je ovo dobar način da podijelite svoj rad koji prelazi ograničenje od 1 minute koje su dopuštale prethodne opcije.

Tutorial za kreiranje IG TV videa:

<https://www.youtube.com/watch?v=XcFFT7iIaGU>

1.2.3 YOUTUBE

Iako je YouTube ponekad zanemaren među mlađim generacijama u kontekstu klasičnih dnevnih zabavnih videa, on je i dalje jaka platforma i definitivno najjača platforma za distribuciju videa. U slučaju da sudionike ne zanimaju gore navedene opcije, alternativa je postaviti video duljeg formata na YouTubeu. Prijenos videozapisa na YouTube omogućio bi grupi dijeljenje rada na drugim platformama i bolju vidljivost.

Primjeri za video umjetnost na YouTube su:

Pipilotti Rist - Ever is Over All

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

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

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

Sve navedene platforme samo su plus u dijeljenju sadržaja i širenju priče – pravi fokus leži u kreiranju videa.

1.3 RADIONICA DAN PRVI

Pregled prvog dana radionice mogao bi slijediti sljedeću strukturu:

- Upoznavanje sudionika
- Kratka PowerPoint prezentacija o video umjetnicima i video aktivizmu
- Osnove video snimanja
- Kratak razgovor o društvenim mrežama
- Razgovor o temama klimatskih promjena
- Podjela sudionika u grupe
- Odlučivanje o formatu videa i stvaranje umne mape ili jednostavnog storyboard-a
- Dati svakoj skupini zadatak na kojem će pokušati raditi do radionice sljedećeg dana

Prvog dana voditelj radionice će odvojiti otprilike pola sata da se upozna sa sudionicima i vidi koliko su općenito upoznati s video produkcijom te je li itko upoznat s videom u kontekstu umjetnosti. Ova uvodna sesija je također dobar trenutak za predstavljanje projekta Community Challengers, njegovih ciljeva i partnera, aktivnosti i tema. Nadalje, ova bi sesija trebala postaviti temelje komunikacijskog umrežavanja, kao što je razmjena brojeva i stvaranje WhatsApp grupe sa sudionicima.

Zatim ukratko napravite kratku PowerPoint prezentaciju koja predstavlja nekoliko umjetnika koji su svoju umjetnost koristili kao alat za podizanje svijesti o društvenim i političkim temama (ovo je izborno, ali se preporučuje). Iako će se ova radionica temeljiti na klimatskim promjenama, video je glavni alat. S obzirom da sudionici nisu profesionalci u ovom području, također bismo trebali odvojiti otprilike pola sata prvog dana da ih jednostavno upoznamo s nekim osnovama vezanim uz video. Na primjer, možemo im pokazati neke primjere stop motiona naspram običnog video formata i ukratko objasniti minimalne osnove snimanja, tako da imaju neku vrstu površinskog znanja o tome što može biti stvaranje video sadržaja.

Voditelj grupe trebao bi ispitati sudionike o njihovim razmišljanjima o društvenim mrežama i korištenju društvenih mreža na ovoj radionici te im predstaviti neke primjere kako su ljudi koristili društvene mreže za slične projekte. Na taj način voditelj radionice može vidjeti može li grupa koristiti društvene mreže kao dodatni alat za zagovaranje ili će se grupa usredotočiti samo na video produkciju.

Konačno, povedite kratak razgovor o tome koje specifične teme klimatskih promjena bi članovi grupe najviše voljeli istraživati i o kojima bi voljeli stvarati svoje videozapise.

Kao što je ranije spomenuto, prvenstveno biste se trebali usredotočiti na pitanja klimatskih promjena na lokalnoj razini.

Na primjer: ako biste ovu radionicu održavali u Zagrebu, Hrvatska, trebali biste polaznicima predstaviti nekoliko tema s kojima je najbolje raditi s obzirom na okruženje u kojem će grupa stvarati i snimati, poput lošeg raspolaganja s otpadom, lošeg urbanističkog planiranja (nedovoljno zelenih površina u gradovima), prekomjerne gradnje i emisija plinova iz automobila. Ove teme su prilagodljive, manje-više, svakom gradu, ali svakako je najbolje usredotočiti se na specifične lokalne probleme unutar svake zajednice.

Drugi primjer može biti Portugal. Slovi kao jedna od zemalja koje su najposvećenije obnovljivoj energiji. Obnovljiva energija može biti dobra tema za raspravu i obrađivanje. Portugal se također suočava s velikim problemima zbog šumskih požara pa je podizanje svijesti o tome zašto su šume važne i kako ih sačuvati još jedno vrlo aktualno pitanje koje treba adresirati.

Nakon što završi razgovor s grupom o temama, voditelj grupe treba ih pitati kako bi željeli biti grupirani. Voditelj bi svojoj grupi trebao dati dvije mogućnosti za udruživanje: kao cijeli velik tim ili podjela u manje timove.

REZULTAT 1

Ako se sudionici uglavnom slažu oko jedne teme (kao što je gore spomenuto), svi bi se mogli usredotočiti na ovu temu i timski izraditi video o tome.

Svaki bi sudionik i dalje imao svoj vlastiti doprinos u videu, što znači da će biti uključena svačija snimka.



ZA

Tako bi se mogli bolje upoznati kao grupa, a voditelj grupe lakše shvatiti dinamiku grupe.

Također bi se mogli osmisliti neki zadaci za svaku osobu ovisno o njezinim interesima. Na primjer, jedna osoba može raditi na tome kakav će biti zvuk videa, netko drugi može snimati, netko treći može se baviti postprodukcijom itd.



PROTIV

Jednostavan razlog zašto nitko ne bi trebao inzistirati da grupa odabere opciju u kojoj svi rade na jednoj temi je taj što su klimatske promjene tako složen i duboko ukorijenjen problem, a ako pojedinac nije strastven i ne razumije ga, neće ga uspjeti lako riješiti. Stavljanje fokusa na klimatske promjene općenito je previše za grupu koja vjerojatno nikada prije nije radila na ovakvom projektu. Postoji mnogo grana unutar spektra klimatskih promjena i svaki sudionik mora stvarno biti svjestan teme na kojoj radi te iskoristiti vrijeme i sam rad, ne samo za podizanje svijesti unutar zajednice, već i za nadgradnju svog vlastitog znanja o ovoj specifičnoj temi.

REZULTAT 2

Ako sudionici imaju poteškoća da se svi slože oko jedne teme, grupu treba podijeliti u manje skupine ovisno o njihovim interesima, a svakoj skupini treba dati zadatak usklađen s njihovim izborima. Ako pojedinac iz nekog opravdanog razloga izrazi želju da samostalno radi na vlastitom projektu, treba mu omogućiti da sam razvije svoju ideju.

Ova opcija bi otvorila mogućnost da grupa stvori više videozapisa koji bi se na kraju svi mogli upotrijebiti za izradu jednog dužeg videokolaža. S druge strane, oni bi također mogli biti predstavljeni kao različiti videozapisi koji ne ovise jedan o drugom.



Vjerojatnije je da će svaki pojedinac raditi na temi koja ga zanima i lako bismo mogli pronaći način da se svačije želje uzmu u obzir.



Moramo uzeti u obzir i kratko vremensko razdoblje od samo dva dana koje će grupa imati na raspolaganju za rad na videima. Rad u tako kratko vrijeme definitivno bi bio lakši ako bi voditelj grupe naveo svoju skupinu da se dogovori o jednoj temi unutar teme klimatskih promjena, omogućujući grupi da zajedno rade samo na jednom kratkom filmu. Time bi se mogla izbjeći površnost ili nekoliko videozapisa bez dubljeg osvrta na određenu temu. Stoga je nakon grupiranja važno svakoj grupi dati zadatak snimanja u skladu s temama za koje se odlučila i formatima koje je odabrala.

1.4 RADIONICA DAN DRUGI

Drugi dan je ujedno i posljednji dan fizičke radionice. Ovaj dan možete iskoristiti da vidite što su vaši sudionici u međuvremenu snimili i počnete s nekim osnovama montaže. Velika je vjerojatnost da neki sadržaji neće biti upotrebljivi (loša kvaliteta, sudionici nisu zadovoljni s njim itd.) zbog čega je važno odvojiti i malo vremena za snimanje drugog dana. Moramo odvojiti vrijeme kako bismo osigurali da svaki sudionik bude aktivan u procesu i da se njegov dio ne zanemaruje.

Drugog dana raspored će varirati ovisno o tome:

- Jesu li sudionici odlučili kombinirati video i društvene mreže
- Koliko su već znali o snimanju
- Koliko su sudionici u međuvremenu snimili sami
- Kako su bili grupirani (je li grupa bila veća ili je bilo nekoliko manjih)
- Koliko je vremena potrebno za gledanje snimke

Drugog dana razgovarat ćete i o zvuku videa. Grupa ne treba stavljati naglasak na produkciju zvuka jer bi to jednostavno oduzelo previše vremena. Međutim, o zvuku treba promisliti, a da istovremeno proces bude što jednostavniji. Stoga bi trebalo pokriti snimanje na terenu, snimanje glasa, pozadinski zvuk (iz videosnimke) i pronalaženje zvukova na mreži koji su legalni za upotrebu. Stranice kao što je FreeSound mogu se smatrati dobrim alatom za ovaj dio zadatka. Ne smiju se koristiti mikrofoni ili snimači zvuka (jer ovaj dio želimo učiniti što jednostavnijim s obzirom na kratko vrijeme). Sudionici bi trebali biti upoznati s osnovama korištenja svojih telefona za snimanje zvuka putem aplikacije za snimanje zvuka.

Ako grupa radi na zajedničkom videu, može zajedno raditi i na tekstu (poezija, priča itd.). Neka ga jedan od sudionika pročita naglas i snimi to kao zvuk za svoj video.

Ako montirate završni rad, vi kao voditelj morat ćete pomoći u tehničkom dijelu postprodukcije. Ako drugog dana ostane vremena za rad na postprodukciji, programi koje će sudionici koristiti trebaju biti što jednostavniji. Naš bi posao trebao biti pokazati sudionicima kako napraviti video zapise i uređivati ih pomoću alata kojima mogu lako pristupiti. Movie Maker i mobilne aplikacije ovog tipa su izvrsna opcija, ali složenije programe poput PremierePro i Vegas ne bi trebali koristiti. Ako grupa treba pomoć s nekim završnim doradama videa, možete koristiti složenije postproduksijske programe kako biste dovršili rad.

Zaključno, primarni fokus drugog dana trebao bi biti definiranje toga tko što radi i osigurati da se napravi barem neka snimka. Završni video rad ne mora biti gotov do kraja drugog dana. Nakon što je WhatsApp grupa (ili bilo koja druga slična metoda) formirana, moći ćemo ostati u kontaktu s grupom nakon završetka dvodnevno razdoblja. Grupni chat bi nam trebao omogućiti komunikaciju i neke konačne prilagodbe, čak i nakon što je naša radionica fizički završila.

REZULTAT 3

- Podizanje svijesti među sudionicima
- Podučavanje sudionika nekim osnovnim znanjima o videu (kako kadrirati itd.)
- Učenje sudionika kako koristiti jednostavne alate za stvaranje videa (mobilni telefon)
- Učenje sudionika kako koristiti video kao alat za podizanje svijesti
- Izrada konačnog videa/videozapisa

1.5 PITANJA ZA EVALUACIJU

Nakon radionice, ključno je napraviti odgovarajuću evaluaciju kako bi se otkrilo što je dobro, a što nije, koje su lekcije naučene i koje su se komponente svidjele sudionicima. Ovaj izvještaj se može uzeti u obzir za daljnje procese, dijeljenje savjeta s budućim trenerima i prilagođavanje za moguće buduće radionice. Evaluaciju treba obaviti sa sudionicima kroz neformalnu razmjenu ili igre, u grupi ili pojedinačno. Nadalje, među trenerima bi trebalo podijeliti anketu kako bi se uključilo njihovo stajalište. Rezultati će pružiti pregled iz obje perspektive, kako sudionika tako i trenera koji su vodili radionicu.

Sljedeća pitanja su primjeri i svaki trener ih može prilagoditi svojoj situaciji na pojedinačnoj radionici, prema skupini sudionika i iskustvu s radionice.

Za mlade sudionike:

- Što ste naučili tijekom oba dana radionice?
- Osjećate li da su vaše misli i ideje dobro predstavljene kroz video rad koji ste stvorili?
- Biste li motivirali druge da stvore vlastiti video rad? Ili dalje razvijajte svoju kreaciju kako biste podigli svijest o klimatskim pitanjima i lokalnim ekološkim izazovima?
- Vidite li svoje filmsko stvaralaštvo kao sredstvo da se obratite lokalnim kretaorima politika ili predstavnicima vaše zajednice te da zagovarate promjene?
- Osjećate li se dovoljno sposobnima koristiti film kao alat za izražavanje svog mišljenja i podizanja glasa?
- Koje su vaše preporuke ili iskustva koja biste željeli podijeliti s mladima u Europi koji će u budućnosti sudjelovati na ovim filmskim radionicama?
- Želite li podijeliti svoju priču?

Za trenere:

- Jeste li postigli svoje ciljeve radionice?
- Prema vašem iskustvu na filmskoj radionici, mislite da je moguće povezivati probleme klimatskih promjena i aktivno sudjelovanje mladih u civilnom društvu?
- Što biste željeli podijeliti s drugim trenerima ili s osobama koje rade s mladima koji provode radionicu?
- Osjećate li se motiviranim za vođenje drugih radionica o filmu i povezivanje različitih umjetničkih izazova? Ako je tako, koji biste odabrali?

2. VIZUALNA UMJETNOST

Svi bismo se mogli složiti da sva umjetnička djela imaju društvenu funkciju budući da su stvorena za publiku. Neki umjetnici traže slobodu da svojim stilom i tehnikom izraze svoje stavove o društvu i političkim procesima, što je sjajan način da se naglasi i govori o umjetničkoj odgovornosti. Ovaj pristup umjetnika igra važnu ulogu u poboljšanju našeg kolektivne egzistencije. Tako i umjetnost mora vizualnom edukacijom i uvjeravanjem sudjelovati u stvaranju mišljenja o aktualnim temama od velike važnosti koje mogu dovesti do boljitka društva.

2.1 DEFINIRANJE SADRŽAJA

Problem klimatskih promjena je složen i uključuje krčenje šuma, bespravnu gradnju i cijeli niz nepravilnosti, nezakonitosti i netransparentnosti u gospodarenju zelenim površinama ili šumama. Ovo je tema vrijedna istraživanja, proučavanja i reakcije. Moramo se usredotočiti na temeljni uzrok problema s kojim se bavimo i uvijek početi s lokalnim pitanjima klimatskih promjena. Tema klimatskih promjena i njihovih posljedica na lokalnoj razini može se obraditi kroz umjetničku interpretaciju, tehnikama crtanja, skiciranja ideja, pa čak i izradom murala.

Mural je velika slika na zidu ili stropu unutar neke građevine ili na fasadi. Izrada murala u javnom prostoru tjera sudionike na razmišljanje o recikliranju korištenih materijala, što je također usko povezano s očuvanjem okoliša.

Može se izraditi u privatnim, zatvorenim prostorima ili u javnom prostoru, ali u kontekstu radionice Community Challengers, mural bi trebao biti dostupan široj publici. Stoga je preporuka da se izradi na javnom, vanjskom prostoru.

Važnost murala i njihov utjecaj na društvo može se vidjeti kroz **povijest** zidnih slika, od špiljskih crteža do danas. Oni su također prisutni u svim civilizacijama u povijesti kao dio kulturne baštine.



JEDNO OD ZANIMLJIVIJIH RAZDOBLJA U POVIJESTI MURALA DATIRA S POČETKA 20. STOLJEĆA (1920.) U SJEVERNOJ AMERICI, NA KRAJU MEKSIČKE REVOLUCIJE. CILJ MEKSIČKOG POKRETA MURALIZMA BIO JE PRIKAZATI, KROZ VIZUALNE PORUKE, DRUŠTVENE I POLITIČKE RAZLOGE PONOVOG UJEDINJENJA NARODA NAKON ZAVRŠETKA MEKSIČKE REVOLUCIJE. TRI GLAVNA UMJETNIKA U OVOM POKRETU BILI SU DIEGO RIVERA, JOSE OROZCO I DAVID SIQUEIROS. KAKO JE GRAĐANSKI RAT STVORIO VELIKU PODJELU POLITIČKIH I DRUŠTVENIH IDEJA U NACIJI, CILJ VLADE NAKON ZAVRŠETKA SUKOBA BIO JE UJEDINITI DRUŠTVO POD JEDINSTVENOM MEKSIČKOM IDEOLOGIJOM. TEMA JE BILA ISPRIČATI VIZUALNU PRIČU O MEKSIČKOJ REVOLUCIJI I CILJEVIMA NOVE VLADE. MURALIZAM JE BIO GLAVNI ALAT KOJI SE KORISTIO ZA POSTIZANJE OVOG CILJA.

2.2 PRIPREMA RADIONICE

Tjedan dana prije radionice: **Formiranje online grupe za buduće planove**

Nakon što kreirate WhatsApp grupu ili grupu za slanje e-pošte te podijelite detalje o radionici, zamolite sudionike da počnu prikupljati materijale koje imaju kod kuće i/ili u svojim zajednicama. To mogu biti uljane boje, boje za beton, pigmenti, kistovi i valjci. Na taj se način potiču sudionici da počnu razmišljati na način: “smanjiti, ponovno upotrijebiti, reciklirati”, ali i ohrabruju lokalne suradničke mreže. Ovaj aktivni angažman također potiče osjećaj zajedništva, koji se stvara kroz osobne razgovore i objave na društvenim mrežama.

2.3 RADIONICA DAN PRVI

Korak 1 – Uvod, rasprava i brainstorming

Na početku će se sudionici i trener(i) predstaviti i upoznati.

U sljedećem koraku, trener(i) potiče(u) raspravu o klimatskim promjenama i problemima okoliša. Treneri ukratko usmjeravaju sudionike da otkriju klimatske promjene i probleme okoliša u njihovom gradu, kako su se dogodili i što bi se moglo dogoditi ako se situacija ne promijeni. Koje promjene u svom okruženju mogu prepoznati? Usporede li danas svoj grad ili kvart s onim što se sjećaju od prije nekoliko godina, koje razlike primjećuju? Sudionici imaju priliku pokazati svoje sposobnosti promatranja te smisliti, prepoznati i objasniti niz promjena. Kroz raspravu će doći do cijele strukture klimatskih promjena te ekoloških problema i uzroka.

Fokus grupa se može koristiti, ako postoji potreba za ovom metodom, za poticanje dubinskih rasprava koje će istražiti vrijednosti ili stavove sudionika prema određenoj temi, npr. 'Urbane zelene površine'

Trajanje: 30 minuta

Korak 2 – Brainstorming

Sudionici dijele i razmjenjuju znanje, ideje i vizije korištenjem metode brainstorminga i formuliranja potencijalnih ideja.

Interes sudionika za ovu temu neće biti uzak ili toliko ograničen da bi potisnuo motivaciju, već će potaknuti široku raspravu o određenoj temi.

Trajanje: 30 minuta

Korak 3 – Digitalna dokumentacija i društvene mreže

Sudionici se poučavaju o važnosti dokumentiranja procesa rada svog tima fotografiranjem i snimanjem od prvih skica do završnog murala. Oni razumiju važnost digitalne dokumentacije i korištenja društvenih medija kako bi podijelili svoje ideje o lokalnim problemima sa svijetom putem fotografije, stop animacije ili videa. S početkom procesa kreiranja, svaki sudionik također može aktivno sudjelovati u promociji i naknadnoj doradi svojih radova (crtanje, oslikavanje zidova, fotografiranje, crtanje na fotografijama mobitelom). U ovoj fazi, sudionike se može pitati želi li itko biti reporter za taj dan, fotografirati i dokumentirati proces. Uvijek se mogu zamijeniti s drugim članovima tima.

Korak 4 – Kombinirana metoda i skice

Kombinacija verbalne rasprave i rasprave o skicama osmišljena je kao igra u kojoj sudionici izražavaju svoje stavove i ideje verbalno i vizualno. Kada sudionici imaju ideju, mogu je izraziti na način koji im odgovara – verbalno ili crtežom. Sudionici će kroz crtež (skiciranje) i razgovor reagirati na teme o kojima se raspravlja ili kojima bi se željeli pozabaviti, a na početku će grupi prezentirati svoje idejne skice (svoju skicu, a ne konačnu ideju). Sudionici će kroz svoje skice koristiti metodu brainstorminga. Kroz ovu kombiniranu metodu komuniciranja, atmosfera postaje opuštenija i kolektivno se stvaraju jasnije ideje.

Korak 5 – Timski rad, skiciranje na velikim komadima papira

U ovom koraku na velikom papiru postavljenom na pod izrađuje se skica gdje svi sudionici zajedno osmišljaju motive i stvaraju likovnu kompoziciju, vođeni formiranim idejama o lokalnim temama i promjenama koje su obrađene u prethodnom razgovoru (Koraci 1, 2 i 4). Sudionici će se sada staviti u poziciju umjetnika koji su ekološki osviješteni, spremni izazvati reakciju u svojoj zajednici i svjesni društvenih promjena oko sebe. Kao rezultat, sudionici zajedno stvaraju skicu za mural.

Trajanje: cca. 30 minuta

Korak 6 – Upoznavanje sudionika s povješću zida

Sudionici se informiraju o lokaciji zida na kojem će oslikati mural i povijesnom kontekstu lokacije u svojoj zajednici. Dijelev se činjenice, informacije i značenje zgrade. Fokus pitanje: Kako se urbani prostor može povezati s klimatskim djelovanjem?

Trajanje: 10 minuta

Korak 7 – Dijeljenje materijala

Svi materijali koje su sudionici uspjeli prikupiti prije izrade murala bit će podijeljeni tijekom izrade rada. Ti se materijali smatraju vlasništvom grupe, što potiče osjećaj jedinstva i dijeljenja.

Trajanje: 10 minuta

Korak 8 – Prijenos skica na zid, početak slikanja

Nakon jasnog definiranja teme kroz skice za mural, mladi će sudionici prijeći na oslikavanje zida. To počinje prijenosom skica s papira na kojem su zajedno radili na zid, koristeći kredu, boju za beton ili sprejeve. U umjetničkom stvaralaštvu uvijek su moguće male promjene, kao što su dodavanje ili oduzimanje motiva ili male promjene u kompoziciji. Važno je da sudionici imaju prostor u kojem se osjećaju slobodno i da se stvori atmosfera u kojoj mogu slobodno komunicirati sa svojom grupom. Komunikacija s grupom i konačni dogovori oko ideja i provedbe su ključni.

Trener(i) poziva(ju) sudionike da osmisle naziv budućeg murala.

Tranjanje: do kraja prvog dana

Korak 9 – Finalna digitalna dokumentacija na kraju dana

Konačni rezultat dana može se podijeliti putem različitih digitalnih platformi, opisujući teme, navodeći naziv i povezujući se s projektima kao što su Community Challengers uz korištenje različitih hashtagova.

*Okvirni rok za učenje, planiranje i izradu umjetničkog djela na zidu je dva dana. Prvog dana polaznici aktivno uče, dizajniraju i slikaju pet do šest sati uključujući pauzu. Drugi dan sudionici trebaju dovršiti svoj mural za cca. 18 sati. Pauze su uključene.

2.4 RADIONICA DAN DRUGI

Korak 1 - Oslikavanje

Sudionici nastavljaju slikati umjetničko djelo koje su započeli prethodnog dana.

Trajanje: 4-5 sati

Korak 2 – Samoevaluacija i evaluacija timskog rada

Sudionici prolaze kroz samoevaluaciju i evaluaciju murala. Najprije, trener(i) mora/moraju motivirati sudionike postavljanjem dobro prilagođenih pitanja za samovrednovanje i evaluaciju timskog rada.

2.5 PITANJA ZA EVALUACIJU

Završetak drugog dana radionice dolazi s evaluacijskim procesom koji može započeti sljedećim pitanjem:

- Možete li opisati što ste naučili tijekom ove radionice?
- Koje su dobre ideje na kojima ste radili?
- Kako ste pristupili svom umjetničkom radu? Biste li nešto promijenili?

Sljedeća pitanja su daljnji primjeri i svaki trener ih može prilagoditi svojoj situaciji na pojedinačnoj radionici, prema skupini sudionika i iskustvu s radionice.

Za mlade sudionike:

- Što ste naučili tijekom oba dana radionice?
- Osjećate li da su vaše misli i ideje dobro predstavljene kroz rad koji ste stvorili?
- Biste li motivirali druge da stvore vlastiti rad? Ili dalje razvijajte svoju kreaciju kako biste podigli svijest o klimatskim pitanjima i lokalnim ekološkim izazovima?
- Vidite li svoje umjetničko stvaralaštvo kao sredstvo da se obratite lokalnim kretačima politika ili predstavnicima vaše zajednice te da zagovarate promjene?
- Osjećate li se dovoljno sposobnima koristiti mural kao alat za izražavanje svog mišljenja i podizanja glasa?
- Koje su vaše preporuke ili iskustva koja biste željeli podijeliti s mladima u Europi koji će u budućnosti sudjelovati na ovim radionicama?
- Želite li podijeliti svoju priču?

Za trenere:

- Jeste li postigli svoje ciljeve radionice?
- Prema vašem iskustvu na filmskoj radionici, mislite da je moguće povezivati probleme klimatskih promjena i aktivno sudjelovanje mladih u civilnom društvu?
- Što biste željeli podijeliti s drugim trenerima ili s osobama koje rade s mladima koji provode radionicu?
- Osjećate li se motiviranim za vođenje drugih radionica o filmu i povezivanje različitih umjetničkih izazova? Ako je tako, koji biste odabrali?

2.6 ALTERNATIVNA OPCIJA

Kao alternativna opcija, koriste se isti koraci radionice i faze procesa kao što je gore spomenuto. Jedina razlika je što sudionici slikaju na velikom platnu/papiru umjesto na zidu.

Korak 1 – Priprema za slikanje na velikom platnu ili papiru

Ako se slika na zidu, površina nije opcija, radionica će se izvoditi na velikom platnu ili komadu papira, postavljenom na pod ili obješenom na zid.

Korak 2 – Location of the exposed artwork

Kako bi rad bio dostupan široj javnosti, oslikano platno ili papir može ostati izložen na unaprijed odabranom javnom mjestu onoliko dugo koliko je to moguće.

*Polaznike treba obavijestiti da koriste radnu odjeću (prikladnu za vanjsku temperaturu), te osigurati prostor u kojem se mogu presvući.

2.7 PROMOCIJA

Putem društvenih mreža poput Instagrama, Facebooka, TikToka i Twittera provodit će se promotivne aktivnosti izrade murala na temu zaštite okoliša, klimatskih promjena i njihovih uzroka. Sudionici radionice koristit će fotografije, video zapise, stop animaciju, digitalni foto kolaž i digitalnu intervenciju na detaljima fotografija koje je lako napraviti pomoću mobilnih uređaja i preuzetih aplikacija kao što su Stop MotionStudio, PicPac i Time Spiri, da spomenemo samo neke.

Kroz proces izrade murala sudionici stvaraju i nove digitalne radove usko vezane uz oslikane zidne površine u javnim prostorima. Cilj nije samo promovirati njihov rad, već napraviti dodatnu intervenciju na postojeću fotografiju ili video, a koji se nadovezuje na gore navedenu temu. Cilj korištenja društvenih mreža je podizanje svijesti zajednice o lokalnim klimatskim promjenama, te poticanje poduzetničkog duha sudionika radionice kako bi se povezali s globalnom publikom.

Sudionici će biti unaprijed upoznati s nazivom teme, a naziv murala će doći nakon završnih skica. Svaki put kada objave vlastiti digitalni rad na društvenim mrežama, označit će ga specifičnim nazivom teme i rada. Na primjer, koristeći Instagram i njegovu opciju dijeljenja priče, sudionici će objaviti rad s oznakom # na svakoj objavi kako bi identificirali sadržaj koji pripada toj određenoj temi.

Područje promotivnih aktivnosti dovoljno je široko da se sudionici što slobodnije izražavaju i dalje razvijaju svoje umjetničko stvaralaštvo. Kroz foto kolaž, međusobne intervjuje, stop animacije, digitalne crteže na fotografijama i slične intervencije, poželjan je ishod živi proces stvaranja umjetnosti i njezine nadogradnje kroz promotivne aktivnosti.

2.8 SAVJETI I TRIKOVİ

Kroz ovu likovnu radionicu polaznici se upoznaju s tehnikom murala (od skiciranja do gotove slike), te načinom korištenja digitalnih alata prije, tijekom i nakon radionice.

S&T – Online grupa za pripremu

Svi sudionici trebaju se prije početka radionice pridružiti online grupi kako bi se dogovorili oko prikupljanja i pripreme materijala (zidne boje, pigmenti, kistovi raznih veličina, papir, papir za skiciranje, karton i sl., platno itd.). Ako netko nije upoznat s funkcioniranjem virtualne grupe, treba ga informirati kako bi aktivno sudjelovao u komunikaciji. Važno je naglasiti da svi sudionici trebaju ponijeti svoju radnu odjeću i obuću, kao i **materijale koje će prikupiti** po dogovoru u online grupi.

S&T – Učenje o preparaciji zida

Sudionici će se prije intervencije upoznati s pripremom zidne površine, te će provjeriti je li zid prikladan ili ne za slikanje. Ako se zid raspada i boja se ne lijepi za njega, potrebno ga je pripremiti zidnom emulzijom. To je potrebno detektirati prvog dana na samom početku radionice, po mogućnosti čak i prije radionice.

S&T – Priprema platna/papira

Ako će sudionici slikati svoj rad na običnom platnu ili papiru, potrebno ga je prethodno pripremiti. Ako je platno ili papir na podu, mora se dobro učvrstiti, razvući na sve četiri strane i premazati preparatom. Ispod platna ili papira potrebno je postaviti ceradu ili najlon kako bi zadržao smjesu za pripremu i ne bi iscurio na pod i zalijepio se. Predlaže se impregnacija ili priprema gesom. Ako ova opcija nije moguća, pomiješajte **ljepilo za drvo i bijelu boju u omjeru 60:40** u velikoj kanti s 40% količine vode, te smjesu razmažite po platnu dva puta. Pripravak ne smije biti vodenast. Priprema se vrši dan prije početka rada na platnu ili papiru. Razvučeno platno ili papir moraju ostati na podu dok se potpuno ne osuše. Zatim se podiže i rasteže na zid, ako sudionici tako rade, ili ostaje na podu, još fiksiran i zategnut. Također je moguće upotrijebiti klinove za probijanje platna i zaštitnu foliju ispod da se pričvrsti na tlo i drži napetim. Alternativno rješenje kojim se platno može rastegnuti je postavljanje vreća pijeska od jedne kilograma u razmacima od 1m, ili postavljanje cigli ili pak limenki boje na isti način.

S&T– Unaprijed pripremljeno platno

Ako se rad radi na već pripremljenom platnu ili papiru, nije ga potrebno pripremati za slikanje, već samo razvući platno na zid ili pod. Pazite da takvo platno ne bude valovito nego dobro razvučeno, kako bi sudionici što lakše mogli slikati po njemu.

S&T – Skiciranje na malom i velikom papiru

Prilikom skiciranja na papirićima, sudionici moraju imati svoju podlogu od kartona ili sličnog materijala kako bi napravili što bolji crtež. U drugoj fazi skiciranja na velikom papiru ili spojenim papirima, sudionici crtaju stojeći iznad papira postavljenog na pod. Papir se također može fiksirati sa svih strana, a površina treba biti ravna kako bi se izbjegle neželjene i pretjerane teksture poda.

S&T– Kreiranje digitalne umjetnosti od skice do murala

Prilikom skiciranja ugljenom, kredom, olovkama ili markerima, polaznike se također potiče da aktivno počnu promatrati svoj rad kroz fotografije koje snimaju mobitelom. Kroz fotografije sudionici mogu digitalnim crtežom dodati određene detalje, motive ili tekst (ovo je opcija koju ima svaki moderni mobitel bez posebne aplikacije) i vidjeti svoju skicu na drugačiji način. Tijekom procesa skiciranja trebala bi početi promocija putem društvenih mreža.

S&T– Materijali za oslikavanje murala

Sudionici zatim prenose konačnu skicu s velikog komada papira na zid, razvučeno platno ili papir koristeći debelu kedu, sprej, ugljen ili boju i kistove. Prije prenošenja skice na zid potrebno je pripremiti nekoliko velikih kanti vode za pranje kistova i uzimanje vode za razrjeđivanje boje, nekoliko manjih posuda u kojima se boja miješa, te nekoliko malih jednokratnih čašica u kojima se miješa manja količina boje. Svaki sudionik treba ponijeti onoliko posuda i čaša za miješanje boja koliko smatra potrebnim za rad – na primjer, pet posuda i šest malih šalica po sudioniku – dok se velike kante vode dijele.

S&T- Razmislite o otpadu boja i dijeljenju

Ako sudioniku ostane višak boje, a ostali je mogu koristiti, treba ih potaknuti da je podijele.

S&T- Komunikacija s prolaznicima za vrijeme rada

Komentari, pitanja i komunikacija s prolaznicima očekuju se tijekom rada na zidu, platnu ili papiru u javnom prostoru. Ovaj čimbenik nikako se ne može izbjeći zbog ljudske znatiželje, te će na taj način sudionici imati priliku predstaviti svoj rad i cjelokupnu ideju intervencija.

S&T- Recikliranje ostatka boje

Drugog dana sudionici završavaju mural i peru kistove u zajedničkim kantama (trebalo bi imati pristup čistoj vodi u blizini) i bacaju ostatak boje, ali prvo razmišljaju o načinima kako da je recikliraju. Hoće li sudionici uzeti boju za vlastite kreacije ili je dati nekom drugom tko je treba, odlučuje grupa, uz aktivno sudjelovanje trenera.

3. PERFORMANS

Namjera ove radionice je stvoriti zamišljeni skup novih mutanata, bilo ljudi, životinja, biljaka, pa čak i gljiva, bakterija ili drugih organizama, tijekom dva dana. Ako sudionici imaju druge koncepte ili ideje, mogu ih slobodno kreirati, ali to moraju na neki način povezati s problemom nastalim plastikom i mutacijom, ili koristiti primjere dane u ovom priručniku kao metodologiju za svoj projekt. Polazna točka radionice je premisa da su se zagađenjem pojavile ili bi se jednog dana mogle pojaviti nove mutirane vrste. Zadatak sudionika je zamisliti i dizajnirati takve mutante koji bi promijenili svijest ljudi o klimatskim promjenama koje su se dogodile na Zemlji te kako bi potaknule individualne i osobne promjene za boljitak sutrašnjice.

Čovječanstvo proizvodi nezamislive količine plastike, koja se koristi u gotovo svemu, od pakiranja hrane do proizvodnje automobila. Još jedan izvor zagađenja plastikom je industrija brze mode. Velike tvrtke, s neetičkim plaćama radnika, proizvode odjeću od jeftinih, sintetičkih i često plastičnih materijala, koja traje jednu sezonu i zagađuje okoliš otrovnim nusproizvodima. Ogromne količine plastike koje čovječanstvo proizvodi ne recikliraju se pravilno. Plastika koja se ne reciklira ili spaljuje baca se na odlagalište otpada ili završava u vodenim putovima, gdje se divlje životinje susreću s ovim materijalom kojemu je potrebno više od 1000 godina da se razgradi. Životinje, kao što su kornjače i ribe, guše se i umiru zbog plastike i mikroplastike, dok se druge uče prilagođavati. Na primjer, rakovi koriste plastične komade za izgradnju svojih domova. Tragovi mikroplastike pronađeni su u ljudskim tijelima, koja je tamo došla jedući ribu koja je konzumirala mikroplastiku u oceanu ili pijući iz plastičnih boca.

Dakle, tema mutacije i transformacije prirodno se nameće kao potencijalno rješenje za opstanak bića na planeti Zemlji. Stvaraju li trenutačno onečišćenje i promjene u tlu, moru i zraku temelj za novu prirodnu selekciju ili novu fazu evolucije u kojoj će preživjeti samo ona bića koja su sposobna prenijeti gene koji omogućuju opstanak ili mutaciju, temeljno je pitanje na koje možemo dati nekoliko različitih odgovora.

Mutanti su bića koja se mogu vidjeti u cijeloj popularnoj kulturi 20. i 21. stoljeća. U fikciji su stvoreni pukim slučajem, eksperimentima ludih znanstvenika, ili su bića rođena sa specifičnim moćima, poput superheroja. Ponekad su na strani dobra, a ponekad na strani zla; u drugim slučajevima, mutacija se otkriva kroz nadnaravnu sposobnost ili kroz transformaciju tijela, koja može biti slučajna ili namjerna. Životinje, baš kao i ljudi, pripadaju takvoj klasifikaciji.

3.1 DEFINIRANJE SADRŽAJA

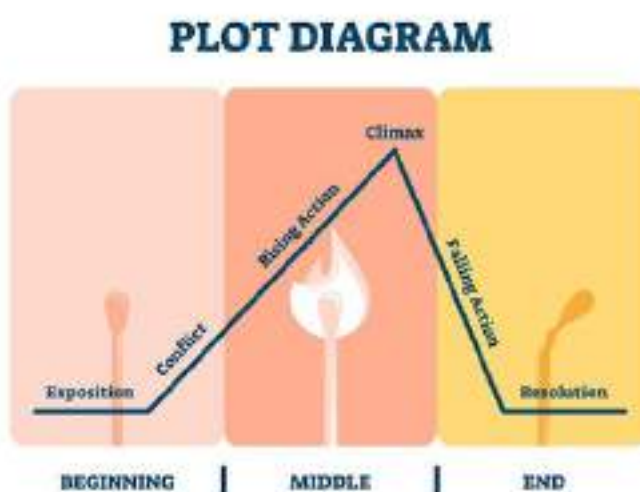
Djelo izvedbene umjetnosti bit će više improvizacijsko nego bazirano na scenariju. Sudionici radionice trebaju dobiti briefing o povijesti i najboljim praksama izvedbene umjetnosti te imati dobru ideju o lokaciji izvedbe kako bi je mogli povezati s temom svoje izvedbe. Konačno, morat ćete educirati sudionike o uzrocima i posljedicama klimatskih promjena (IOI je odličan resurs za tu svrhu), kao i o temi stvarnih i metaforičkih mutacija (kao što je već spomenuto u ovom dijelu).

Sadržaj performansa, koji kreiraju sudionici, trebao bi ispričati priču o mutantu na jednostavan, svim sudionicima i gledateljima razumljiv način. Rad bi trebao imati jasnu poruku i mora poći od priče o podrijetlu mutanta, njegovom sukobu s nemutantnom okolinom, pronalaženju drugih srodnih mutanata i, na kraju, stavljanju mutanta u službu čovječanstva za rješavanje problema klimatskih promjena te prilagođavanja čovječanstva novim uvjetima. Takav koncept se, naravno, može vidjeti u holivudskim filmovima i serijama o androidima, superherojima i mutantima poput Blade Runnera, Batmana, Wonder Woman, X-Men i Mutanta X. Za kreiranje performansa preporučujemo i ideju kiborga, koji se prvi put javlja u romanu Neuromancer Williama Gibsona (1984.). Mutant je romantizirano biće koje, poput plemenitog divljaka, u nama otkriva drugu stranu ljudskosti – odnosno ono što nas zapravo čini ljudima. Prihvatanjem mutanta zajednica se ponovno homogenizira, ali se i transformira u novo, otvorenije društvo. Treba napomenuti da će suvremene umjetničke prakse biti nerazumljive većini sudionika radionica te je stoga važno usmjeriti se na popularnu kulturu ili uistinu pristupačne primjere suvremene umjetnosti.

Uz to, dobro je obratiti pozornost na suvremene umjetničke prakse koje se odnose na takve ideje (mutanti, kiborzi i androidi), a posebno na ideju transformacije, transhumanizma i bioničkih implantata kao novog oblika čovječanstva, koji se prvi put javljaju u djelima Orlana, Stelarca i Matthewa Barneyja.

Dramatska struktura

Osobito je važno da izvedba slijedi klasičnu dramsku strukturu. Trebala bi imati uvod, zaplet, obrat i rasplet u obliku pouke ili poruke. Publici treba na jednostavan način, kroz priču o mutantu, predstaviti problem plastike i njezinog utjecaja kao i utjecaja klimatskih promjena na bioraznolikost. U tom kontekstu, poruka je i metaforički poziv na akciju – zajedničko djelovanje za rješavanje lokalnih i globalnih problema.



SLIKA 1. DIJAGRAM RADNJE/DRAMSKA STRUKTURA.. SOURCE.

Sadržaj bi trebao biti razumljiv široj javnosti, kako u zemlji podrijetla radionice, tako i u zemljama partnerima, ali i na globalnoj razini. Klimatske promjene ujedinjuju čovječanstvo u zajedničkoj borbi i brišu razlike među nacijama, kulturama i religijama. Kad je ujedinjeno u zajedničkom problemu, čovječanstvo treba biti kao jedno.

3.2 PRODUKCIJA

Kada je riječ o izradi radova u okviru radionice izvedbenih umjetnosti, treba imati na umu mogućnosti svih medija ove umjetničke forme, od plesa do izvedbe. Ono što čini veliku razliku između izvedbene umjetnosti i svih ostalih umjetničkih medija jest činjenica da je u djelu izvedbene umjetnosti jedini alat i medij fizičko tijelo izvođača. U tom smislu, troškovi proizvodnje gotovo da i ne postoje. Plesač ili umjetnik izvedbe može izvesti plesni solo ili performans bilo gdje i bilo kada koristeći samo pokret, glas i gestu.

No, izrada izvedbenog djela može biti i najzahtjevnija, ako uključuje izvođače, glazbenike, kostimografiju i scenografiju, vizažiste i sve ostale popratne sadržaje; opera je svakako najsloženija i najskuplja izvedbena umjetnost u produkcijskom smislu. To nam pokazuje sav raspon mogućnosti izvedbenih umjetnosti - od besplatnih s jednoim izvođačem, do milijunskih spektakala s velikom skupinom glazbenika i pjevača. Stoga se treba pobrinuti da ishod radionice bude izvedba s jednim ili manjim brojem izvođača, kako bi se proces kreiranja izvedbe i prenošenja poruke publici mogao ponoviti u različitim okolnostima.

Produksijske zahtjeve treba pripremiti na vrijeme, sudionike upozoriti na nerealna očekivanja te ih organizirati u timove po mogućnosti s članom koji već ima glumačko/kazališno iskustvo. Sudionici bi trebali dijeliti materijale što je više moguće (npr. jedan od sudionika posjeduje kostim/rekvizit/tehnički uređaj i posuđuje ga drugima za nastup). Načela kružnog korištenja (dijeljenje, posudba, ponovna uporaba, popravak, obnova i recikliranje postojećih proizvoda i materijala) trebaju se primjenjivati s ciljem smanjenja količine otpada i povećanja vrijednosti materijala.

Najvažniji i umjetnički najsloženiji produkcijski dio projekta bit će izrada maske, ili više njih, ako u jednoj izvedbi sudjeluje više sudionika radionice. Maske mogu biti izrađene od papira ili tekstila, ali se može koristiti i plastika te otpad i već korišteni materijali. Također je preporučljivo organizirati terenski rad u kojem bi polaznici radionice posjetili park ili zaštićeno područje u gradu ili neposrednoj blizini, gdje bi mogli prikupljati otpadne tvari i od njih izraditi kostim i masku za mutanta. Ovaj terenski rad bi, s jedne strane, podigao svijest sudionika o utjecaju ljudi na onečišćenje Zemlje i klimatske promjene, a s druge bi okupio grupu kroz kreativni proces prepoznavanja 'estetski prihvatljivih predmeta' u otpadu. Mogu se koristiti i prirodni materijali poput grančica, suhog lišća, češera i slično, ali samo ako ih polaznici radionice pronađu, odnosno ne čupanjem sa drveća i grmlja.

Kostime svaki od sudionika može dizajnirati koristeći svoju staru odjeću ili materijale pronađene tijekom izleta. Prilikom odabira vlastite odjeće, polaznici radionice i voditelji trebaju uključiti i priču iz osobne povijesti, kako bi odabrani kostim mogao predstavljati osobnost polaznika.

Za opremu za snimanje dovoljno je imati pametni telefon i selfie štap koji se može koristiti i kao stativ za kameru. Ako se nastup odvija u bučnom prostoru, potrebno je koristiti dva telefona, od kojih jedan služi za snimanje zvuka koji treba biti smješten bliže izvođaču. Naravno, treba biti upoznat s osnovnim programima za jednostavnu montažu videa ili napraviti video s namjerom da ga tretirate kao sirovinu (ručna kamera, off-sound).

Ako predstava uključuje i jednostavnu scenografiju, preporučamo je napraviti od pronađenih otpadnih materijala ili pronađenih prirodnih materijala s minimalnim dodacima, poput drvenih ploča. Elementi urbane arhitekture mogu se koristiti i za scenografiju na način koji ocrtava distopijski karakter; to mogu biti napušteni industrijski prostori ili gradilišta, skvotovi, kvartovi i zgrade ukrašene grafitima i muralima, neodržavane zelene površine ili potpuno prazne betonske površine. Naravno, o elementima scenografije i kostimografije odlučuje se zajedno sa scenarijem ili konceptom izvedbe.

3.3 RADIONICA DAN PRVI

1. Uvodno izlaganje o izvedbenim umjetnostima u kontekstu klimatskih promjena
2. Predstavljanje mogućih koncepata i scenarija izvedbe; sudionici iznose svoje ideje
3. Terenski rad koji uključuje prikupljanje otpada za izradu maski, kostima i scenografije
4. Nabavka ostalih potrebnih materijala
5. Izrada maski
6. Izrada kostima
7. Izrada ili odabir scenografije (javni prostor)

Prvi dan je usmjeren na kreiranje koncepta scenarija izvedbe i izradu svih potrebnih elemenata, od maske do scenografije. Tijekom radionice (osobito prvog dana) fokus treba biti na radu na otvorenim prostorima (terenski rad) i kvalitetnoj komunikaciji između mentora i sudionika. Također, prednost treba dati učenju kroz praktične i iskustvene vježbe od samog početka. U startu je potrebno izraditi plan aktivnosti i prezentirati ga sudionicima kako bi sve aktivnosti bile prilagođene svima i dostupne zainteresiranoj javnosti. Pri provođenju planiranih aktivnosti treba imati na umu ograničeno vrijeme trajanja radionice izvedbenih umjetnosti.

Pojednostavite teorijski prijenos znanja što je više moguće, ali omogućite uvid u određenu literaturu ili druge materijale koje sudionici mogu sami proučiti. Preporučljivo je koristiti neke od pojednostavljenih priručnika koji se mogu pronaći na web stranicama Climate Outreach (<https://climateoutreach.org>), Carbon Literacy (<https://carbonliteracy.com>) i Climate Fresk (<https://climatefresk.org>), kao i na stranicama lokalnih aktivističkih skupina iz svake pojedine zemlje, uključene u projekt. Preporučeni medij za učenje o problemu plastike i klimatskih promjena su filmovi koji govore o gorućim temama na sažet i prijemčiv način, koristeći ilustrativne primjere. Velik broj filmova, koji pokrivaju ovu temu, dostupan je na internetu besplatno. Takvi filmovi uključuju: The Story of Plastic, A Plastic Ocean, A World Full of Plastic, Albatross, Bag it, Straws. Filmovi o klimatskim promjenama koji bi mogli poslužiti u tu svrhu, a mogu se besplatno pronaći na internetu, uključuju: Before the Flood, An Inconvenient Truth, Sustainable, The True Cost, Demain (Tomorrow), Chasing Coral, One Strange Rock, 2040 I dokumentarni serijal Our Planet.

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

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

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

3.4 RADIONICA DAN DRUGI

1. Čitanje scenarija ili koncepta i zajednička analiza
2. Rekreiranje nekog starijeg performansa ili amaterske predstave od strane sudionika
3. Proba izvedbe u prostoru radionice
4. Generalna proba u javnom prostoru ili na mjestu održavanja radionice
5. Završni nastup; snimanje
6. Pregledavanje snimke izvedbe i zajednička analiza
7. Završna rasprava

Drugi dan posvećen je završnoj izvedbi i izradi dokumentarnog videa koji se temelji na njoj. Ključni dio aktivnosti mora biti rad na zadatku, odnosno kreiranje izvedbe, jer upravo taj zadatak ispunjava cilj ovog priručnika.

Posebnu pozornost treba posvetiti fenomenu eko-anksioznosti koji sve više pogađa mlađe naraštaje koji su svjesni da će ih učinci klimatskih promjena sustizati tijekom života. Eko-anksioznost se odnosi na trajne brige o budućnosti Zemlje i životu na njoj, a ta zabrinutost često uključuje simptome koji nadilaze simptome anksioznosti. Stoga je vrlo važno obratiti pozornost na promjene u raspoloženju i emocijama sudionika koje bi mogle biti uzrokovane eko-anksioznošću. Sukladno tome, trebali biste više puta isticati ulogu podizanja svijesti (kako vlastite tako i tuđe) i promjene navika u borbi protiv klimatskih promjena, a također i ulogu kolektivizacije – iste one koju prakticirate na ovoj radionici. U slučaju da voditelji ili sudionici radionica ne mogu intuitivno izaći na kraj s ovom situacijom, već je objavljeno nekoliko besplatnih priručnika koji objašnjavaju kako na jednostavan način ublažiti učinke eko anksioznosti.

3.5 PITANJA ZA EVALUACIJU

Kao što je spomenuto u prethodnim poglavljima, ključno je napraviti odgovarajuću evaluaciju nakon svake radionice kako biste otkrili naučene lekcije i uzeli ih u obzir za procese koji će uslijediti.

Sljedeća pitanja su primjeri i svaki trener ih može prilagoditi svojoj situaciji na pojedinačnoj radionici, prema skupini sudionika i iskustvu s radionice.

Za mlade sudionike:

- Što ste naučili tijekom oba dana radionice?
- Osjećate li da su vaše misli i ideje dobro predstavljene kroz performans koji ste stvorili?
- Biste li motivirali druge da izvedu vlastiti performans? Ili dalje razvijajte svoju kreaciju kako biste podigli svijest o klimatskim pitanjima i lokalnim ekološkim izazovima?
- Vidite li svoj performans kao sredstvo da se obratite lokalnim kreatorima politika ili predstavnicima vaše zajednice te da zagovarate promjene?
- Osjećate li se dovoljno sposobnima koristiti performans kao alat za izražavanje svog mišljenja i podizanja glasa?
- Koje su vaše preporuke ili iskustva koja biste željeli podijeliti s mladima u Europi koji će u budućnosti sudjelovati na ovim filmskim radionicama?
- Želite li podijeliti svoju priču?

Za trenere:

- Jeste li postigli svoje ciljeve radionice?
- Prema vašem iskustvu na radionici izvedbenih umjetnosti, mislite da je moguće povezivati probleme klimatskih promjena i aktivno sudjelovanje mladih u civilnom društvu?
- Što biste željeli podijeliti s drugim trenerima ili s osobama koje rade s mladima koji provode radionicu?
- Osjećate li se motiviranim za vođenje drugih radionica o performansu i povezivanje različitih umjetničkih izazova? Ako je tako, koji biste odabrali?

3.6 PROMOCIJA

Prilikom promoviranja izvedbenog djela, maksimalni fokus treba biti na jednostavnim i pristupačnim medijima kao što su YouTube, društvene mreže (Facebook, Instagram, TikTok) ili gerilske promotivne aktivnosti u virtualnom prostoru (trolling). Moguće je i osobno voditi promotivnu kampanju, izvodeći kratke skečeve na nekim od glavnih gradskih trgova, u metrou i drugim javnim prostorima u koje se može ući. Ovakav publicitet može se dogoditi i kroz vox populi gdje bi sudionici performansa pitali prolaznike što misle, znaju li ili misle da znaju o plastici i klimatskim promjenama, ili općenito o njihovom skeču. Ujedno bi se ovaj zadatak mogao prikazati kao skica, odnosno manja izvedba.

Sve promotivne aktivnosti trebaju se smatrati vitalnim za proces kao i javna recepcija izvedbe. Tema klimatskih promjena sve više zaokuplja naš svakodnevni život i dio je politika EU i drugih zemalja. To je, naravno, i prednost za promotivne aktivnosti.

Cilj je, dakle, senzibilizirati građane da sebe vide kao sudionike u borbi protiv klimatskih promjena. Video izvedbe će zasigurno biti vizualno atraktivan, zbog korištenja otpada za izradu maske i kostima, ali i zbog korištenja distopijskih lokacija. Objavljivanje videa na društvenim mrežama te postizanje dovoljnog broja lajkova i komentara omogućit će popularizaciju samog nastupa. Također je moguće snimiti razgovore s polaznicima radionice tijekom procesa, te ih isti dan objaviti na društvenim mrežama. Također vam savjetujemo da pratite najbolje doba dana za objavljivanje na raznim društvenim mrežama kako biste maksimalno povećali doseg na društvenim mrežama. Iskustvo takozvanog 'real time'-a način je komunikacije mladih, a praćenje dnevnih objava dokaz je vašeg postojanja u virtualnom svijetu.

Za današnju generaciju mladih analogni mediji nisu primarno korišteni za promotivne aktivnosti. U tom smislu ne treba objavljivati u tiskanim novinama niti koristiti plakate; umjesto toga, male intervencije ulične umjetnosti može izraditi jedan od sudionika. Za zahvate se mogu koristiti prirodni materijali koji se mogu isprati s fasada i koji će osim najave izvedbe ili spota sadržavati i jasnu poruku borbe za održivi razvoj i podizanje svijesti o klimatskim promjenama. Za samu promidžbu važno je da polaznici radionice koriste format priče na WhatsAppu, Facebooku ili Instagramu kako bi svakodnevno informirali prijatelje i pratitelje o zanimljivostima na radionici. Dijeljenje ovih objava na društvenim mrežama osigurat će viralnost izvedbe prije nego što se ona odigra. Naravno, to također stvara određena očekivanja za izvedbu, ali također stavlja fokus na širu javnost, a ne samo na djelatnike u kulturi i ekološke aktiviste.

3.7 SAVJETI I TRIKOVI

Najvažniji element u ovoj radionici je upoznavanje polaznika s, za korištenje, jednostavnim vještinama i alatima (izrada maske i kostima mutanta od papira, tekstila, pronađenog otpada ili prirodnog materijala, uz scenografiju i korištenje mobitela i digitalnih kamera) koje mogu koristiti. Za dio radionice koji podrazumijeva izradu maske mutanta treba koristiti najjednostavnije tehnike koje pojedinci mogu savladati u jednom danu. Najprije treba skicirati lice mutanta, što može učiniti i umjetnički najdarovitija osoba na radionici. Lice mutanta tada treba oblikovati jednostavnim lijepljenjem komada otpada ili prirodnog materijala na model maske koji je prethodno izrađen od papira. Modeliranje maske je vrlo jednostavno: stavite fleksibilni karton na lice sudionika i konstruirajte oblik. Zatim izrežite rupe na očima i ustima. Sličan postupak se primjenjuje i kod izrade kostima od papira ili tekstila. Ako netko ne koristi već postojeću odjeću koja je dovoljno ilustrativna za dizajnirani koncept, tada bi se otpadni predmeti ili prirodni materijali trebali prišiti na komade pronađene, skrojene ili već postojeće odjeće.

U **scenografiji** koristite prethodno korištene ploče ili pronađite odbačene predmete i materijale koji se mogu upotrijebiti za izgradnju ravne pozadine. Isto vrijedi i za izradu rekvizita koji se mogu staviti na tijelo sudionika, odnosno izvođača i glumaca. Prilikom sastavljanja, ako je moguće, koristite jednostavne tehnike kao što su šivanje ili vezanje pomoću odbačenih komada drva ili užeta.

Ako je sudionike radionice potrebno upoznati s načinom snimanja izvedbe pametnim telefonom, objasnite im to pomoću najjednostavnijih mobilnih aplikacija dostupnih na Android i iPhone sustavima. Također je dobro objasniti neke jednostavne računalne programe kao što je Video Editor, a nikako se ne smiju koristiti profesionalne poput Premierea.

U dijelu radionice koji uključuje osnove izvedbene umjetnosti, pokažite polaznicima osnove ulaska i izlaska iz izvedbenog prostora, osvještavanja tijela, pokreta, dijaloga, prostora i pozornice. Ovo je možda najspecijaliziraniji dio radionice i bilo bi dobro u nju uključiti bilo kojeg sudionika s iskustvom amaterske drame ili bilo koje druge izvedbene umjetnosti. On ili ona jednostavno treba pokazati svoju izvedbu iz predstave, ili pjevačke ili plesne izvedbe. Ova osoba treba objasniti svoj proces učenja u vezi s gornjim osnovama kroz primjer ove izvedbe. Naravno, puno mladih ljudi ima iskustva s plesnim radionicama ili neprofesionalnim plesom, te se te vještine mogu koristiti u okviru radionice. Nakon toga sudionike radionice treba zamoliti da ponove predstavu koju su vidjeli ili da je poboljšaju ako imaju više iskustva ili inspiracije za to.

Također je važno imati generalnu probu izvedbe koja uključuje nastup s maskom, u kostimu, na setu i pred publikom, odnosno polaznicima radionice. Ovo iskustvo generalne probe pomoći će da se finaliziraju detalji javnog nastupa koji će se održati pred publikom. Treba poticati konstruktivnu raspravu i sudjelovanje, tako da nitko od sudionika ne ostane pasivan član radionice.

4. PJESME & GLAZBA

“Univerzalni jezik”, kako se često naziva glazba, ima mnogo potencijala i prednosti, **posebice kada je u pitanju osobni razvoj, obrazovanje, osnaživanje i promicanje ideja.**

Kada je riječ o stvaranju glazbe i samoizražavanju kroz glazbu, iskustvo iz YEPP EUROPE projekta “Songs for Rights” u širokom rasponu okruženja i s različitim ciljnim skupinama pokazalo je da se djeca i mladi ljudi ne osjećaju osnaženi samo kroz participativne metode, radionice, ali i kroz stjecanje znanja, novih vještina i kreativni proces pisanja, skladanja i snimanja pjesama, što povećava njihovo samopouzdanje i samopoštovanje. Činjenica da se rezultat njihovog stvaranja, pjesma i video spot, promovira putem YouTubea i drugih društvenih mreža, često predstavlja motivacijski faktor i osnažujući poticaj za djecu i mlade. Štoviše, učenje kroz glazbu i prolazak kroz proces pisanja i produkcije pjesama, kojima izražavaju vlastite stavove, mišljenja i kreativnost o temama kao što su ljudska prava ili klimatsko djelovanje, osnažuje djecu i mlade ljude osvještavajući njihovu odgovornost i mogućnosti da čine razliku i aktivno se bore za pozitivne promjene.

Kao što su istraživanja i brojni primjeri korištenja glazbe pokazali, glazba se povezuje s emocionalnom razinom ljudi i stoga je vrlo moćan alat za komunikaciju i promicanje ideja, ideologija, vrijednosti i ciljeva. Izražavanje misli i mišljenja kroz melodiju i stihove daje mogućnost da se dotaknemo svake teme; ponekad implicirajući teme s kojima se slušatelj ne identificira. Ali glazba se također naširoko koristi za promicanje mira, ljubavi, jednakosti, solidarnosti, ljudskih prava i pravde. Neki izvanredni primjeri su prikupljanje sredstava za glad u Etiopiji na koncertu LiveAida 1985. i mirovni koncerti u Barenboimu koji promiču mir između Palestinaca i Izraelaca - te bezbroj drugih primjera. Važni su stihovi pjesama i namjera koja stoji iza upotrebe glazbe u dopiranju do umova i srca ljudi ili kako bi potakla djelovanje.



GLAZBA KAO MEDIJ ZA PROMICANJE KLIMATSKOG DJELOVANJA U PROJEKTU COMMUNITY CHALLENGERS ZANIMLJIVA JE IZ TRI RAZLOGA: PRVO, ZNANSTVENO JE DOKAZANO DA GLAZBA POZITIVNO UTJEČE NA INTELEKTUALNI, DRUŠTVENI I OSOBNI RAZVOJ MLADIH. DRUGO, GLAZBA JE POSEBNO PRIVLAČNA MLADIMA JER GLAZBA IGRA VAŽNU ULOGU U NJIHOVIM ŽIVOTIMA. ZA VEĆINU TINEJDŽERA GLAZBA JE NEVJEROJATAN IZLAZ ZA RAZVOJ OSOBNOG IDENTITETA I IZRAŽAVANJE. GLAZBA MOŽE POMOĆI MLADIMA DA SE OPUSTE I UPRAVLJAJU SVOJIM RASPOLOŽENJEM I PRUŽITI NAČINE ZA POVEZIVANJE S VRŠNJACIMA (ERIN WALSH, 2011.). DRUGO, ČINJENICA DA SE PJESME I VIDEO SNIMCI LAKO DIJELE NA DRUŠTVENIM MREŽAMA ZNAČI DA IMAJU OGROMAN POTENCIJAL U SMISLU DOSEGA I UTJECAJA NA MLADE LJUDE.

*An example is: Erin Walsh (2011), Influence of Music on Youth, Spark & Stitch Institute
<https://sparkandstitchinstitute.com/influence-of-music-on-youth/>

** Source: Susan Hallam (2010), The power of music: its impact on the intellectual, social and personal development of children and young people, International Journal of Music Education 28(3):269-289
https://www.researchgate.net/publication/242560857_The_power_of_music_its_impact_on_the_intellectual_social_and_personal_development_of_children_and_young_people

4.1 DEFINIRANJE SADRŽAJA

U Song Challengeu mladi su odabrali jednu ili više ekoloških i klimatskih tema za pisanje, produkciju i promociju vlastite pjesme. Tema odabrana za pjesmu može biti jedno ili više konkretnih tema koje su važne za život mladih ljudi. Npr. može postojati problem zagađenja zraka uzrokovan industrijom, prevelikim brojem automobila, prekomjernom potrošnjom, konzumacijom mesa ili brzom modom, a sve je povezano s klimatskim izvanrednim stanjem.

Dok pokušavate definirati temu za pjesmu, prvi grupni zadatak je pronaći temu s kojom se članovi grupe osjećaju emotivno povezanima. Iako ne bi svi mogli osjećati potpuno iste ili čak slične stvari o nekoj temi, stvaranje emocionalne veze s temom bitan je dio IDEJNOG procesa proizvodnje pjesme. Idejni proces, koji je definiran u nastavku, ideofinira temu pjesme prije nego što počnu smišljati rima i stihovi. Tijekom tog procesa emocionalna povezanost postaje vrlo snažna, a tekstovi često teku lako i prirodno u sljedećem koraku.

Imajte na umu da je krajnji cilj stvorene pjesme zagovarati klimatsko djelovanje i koristiti glazbu kao alat za promjenu te utjecati na druge da promišljaju i postanu aktivni u pogledu određenog ekološkog ili klimatskog problema. Nakon što je ključna tema definirana, važno je postaviti ciljeve pjesme i odgovoriti na sljedeće pitanje: "ZAŠTO radimo ovu pjesmu?" i "ŠTO želimo postići svojom pjesmom?". Ovaj cilj treba biti zapisan i vidljiv (npr. Na ploči s listovima ili papiru na zidu) grupi tijekom kreativnog procesa stvaranja pjesme.

4.2 PRODUKCIJA PJESME

Postoji mnogo različitih načina za pisanje i produkciju pjesme s grupom mladih ljudi. Svaki glazbenik/glazbeni voditelj na drugačiji način pristupa pisanju pjesme i procesu produkcije. Neki vode grupu svirajući klavir, drugi s gitarom ili drugim instrumentima, a neki koristeći pristupe usmjerene na rimovanje i taktove. Kreativni proces treba odgovarati umjetniku koji vodi grupu, njegovom/njezinom načinu rada i naravno grupi sudionika. Potrebno je uzeti u obzir njihovo glazbeno iskustvo, godine te društveno ili kulturno porijeklo.

Struktura pjesme

Ovisno o dobi djece (za mlađu djecu, možda ne biste željeli ići previše u detalje), grupi možete objasniti osnovnu strukturu pjesme. Iako mogu postojati varijacije u strukturama, evo nekoliko osnovnih elemenata:

INTRO: Privlači pažnju slušatelja i predstavlja pjesmu

STIH: Priča priču

PRE-REFREN: potiče anticipaciju refrena

REFREN: Glavna poruka ili tema pjesme koja se ponavlja nekoliko puta

BRIDGE: Povezuje dva dijela pjesme (npr. stih s refrenom) i stvara prekid ili kontrast s ostatkom pjesme

OUTRO: Pjesmu završava s fade outom ili varijacijom

Ovi elementi pjesme mogu se kombinirati u različitim duljinama i sekvencama za različite efekte. Uostalom, pisanje pjesama je besplatan i intuitivan proces.

Ne postoji zlatno pravilo za pisanje pjesama. Međutim, kada radite s djecom ili mladima koji imaju malo ili nimalo iskustva u stvaranju glazbe, preporučuje se pristup u 4 koraka:

- 1 - IDEJNI PROCES
- 2 - PISANJE TEKSTA
- 3 - KOMPONIRANJE GLAZBE
- 4 - SNIMANJE PJESME

4.2.1 IDEJNI PROCES

Ovaj prvi korak idejnog procesa i prikupljanja ideja neka je vrsta mozganja bez filtera, nakon čega slijedi vizualizacija onoga što su sudionici smislili bilo na zidu ili ploči s listovima. Iako je ovo još uvijek najjednostavnija i najgrublja verzija ideje, neki bi sudionici možda već željeli izraziti što misle o ideji na glazbeni način (npr. pjevanje nekih replika, sviranje s instrumentima, itd.).

Drugi korak bi bio da počnete filtrirati i grupirati neke od fraza, riječi, crteža i izraženih osjećaja. Njihovim grupiranjem sudionicima se može dati prilika da pregledaju ono što su već unijeli u grupu, priliku da uređuju određene tekstove i riječi, pa čak i da stave vizuale, slike ili zvukove u određene riječi ili fraze.

Ovaj proces vam već daje materijal, poput teksta, vizualnih i glazbenih elemenata, koji se mogu koristiti za pjesmu. Postoje mnoge metode i tehnike za lakše definiranje teme i stvaranja emocionalne veze s temom:

Pisanje fraza na bijelu ploču

Koje fraze ili riječi vam padnu na pamet kada pomislite na klimatske probleme o kojima smo raspravljali i/ili koje imamo u našoj zajednici?

Crteži

Nacrtajte ono što ste doživjeli, naučili ili o čemu smo razgovarali u vezi s lokalnom klimom ili ekološkim problemom.

Zvukovi

Koji vam zvukovi padaju na pamet kada razmišljate o stvarima o kojima smo razgovarali (koristeći svoj glas, svoje tijelo (tjelesne udaraljke) ili instrumente u prostoriji)?

Vježba jedne riječi

Zapišite jednu riječ koja ilustrira kako se osjećate u vezi s problemima okoliša ili klime o kojima smo danas raspravljali.

Haiku poezija

Napišite haiku pjesmu o onome što smo naučili ili razgovarali. Haiku poezija tradicionalno raspravlja o apstraktnim temama ili onima iz prirodnog svijeta, uključujući godišnja doba, mjesece, životinje pa čak i najsitnije elemente prirode, sve do vlati trave ili kapi rose.

Riječ je o tri retka, lijepo opisnoj, pjesničkoj formi, namijenjenoj čitanju u jednom dahu. Ako se čita na japanskom, većina tradicionalnih haikua ima pet slogova ili glasova u prvom retku, sedam u drugom i pet u posljednjem retku[1].

HAIKU PRIMJERI U KONTEKSTU KLIMATSKIH AKCIJA:

Tears run down her cheeks.
The brown river smells bad.
No more fish is living here, just plastic and toxic waste.

There was anger in the streets.
Lots of talking but no actions at COP26.
Meanwhile, our planet is dying.(2)

[1] Pravila za pisanje Haikua: <https://grammar.yourdictionary.com/style-and-usage/rules-for-writing-haiku.html>

(2) Suze joj teku niz obraze./Smeđa rijeka loše miriše./Ovdje više ne živi riba, samo plastika i otrovni otpad./Na ulicama je vladao bijes./Na COP26 se puno priča, ali nema akcija./U međuvremenu, naš planet umire. (op.prev.)

Brainstorming kroz vizualizaciju

Sjednite u krug i pustite glazbu za meditaciju. Zamolite ljude da zatvore oči i da se usredotoče na svoj dah. Udahni... izdahni... Zamolite grupu da razmisli o odabranoj temi za svoju pjesmu i pozovite ih da zamisle sliku ili scenu. Što vidiš? Tko je tamo? Što se događa? Itd. To može biti osoba, krajolik, mjesto, bilo što.

Zatim grupa odgovara na jednostavna pitanja:

- Je li sunčano ili kišno?
- Ima li kretanja? Je li sporo ili brzo?
- Odaberite tri boje da opišete sliku.
- Postoji li osoba? Kako je odjevena?
- Gdje osoba stoji?
- Kakvo je raspoloženje?

Dok različiti sudionici grupe opisuju neke od elemenata koje vide, trener ih zapisuje (na papir ili ploču s listovima). Kasnije, u fazi pisanja teksta pjesme, od sudionika se može tražiti da dodatno razviju slike do kojih su došli tijekom brainstorminga, te da osmisle vizualne metafore (Pokaži, ne pričaj!). Tipičan primjer vizualne metafore koja se često koristi u kontekstu klimatskih promjena je slika globusa u kornetu, kao kugle sladoleda koja se topi i kaplje duž korneta.

*A visual metaphor is the representation of a person, place, thing, or idea by means of a visual image that suggests a particular association or point of similarity. It's also known as pictorial metaphor and analogical juxtaposition. (Source: Richard Nordquist (2018) Visual Metaphor Glossary of Grammatical and Rhetorical Terms <https://www.thoughtco.com/visual-metaphor-1692595>)

4.2.2 PISANJE TEKSTA

Sada kada započinjete sam proces pisanja pjesme, pisanjem teksta, možda ste već prikupili neke snažne fraze za refren ili predrefren iz prethodnog koraka. Važno je da kada pokušavate napraviti pjesme o klimatskim promjenama i/ili pitanjima okoliša, bolje je pokušati se usredotočiti na to **kako se ljudi osjećaju** o tim pitanjima, umjesto da se bavite teorijskim zajedničkim okvirom tih tema.

Postoji nekoliko načina za pisanje teksta pjesme u grupi. Metode ovise o glazbeniku koji vodi (gitarist, pijanist, hip-hop umjetnik itd.), (glazbenom) iskustvu grupe, koliko je materijala već prikupljeno u prethodnom koraku (ideja), itd. Ako imate veliku grupu, jedan pristup je podijeliti grupu i napisati pjesmu u manjim grupama.

Rad u malim grupama

Gruppu možete podijeliti u manje skupine od 3-5 sudionika, pri čemu svaka manja skupina piše po jedan stih pjesme.

Pre-refren i refren pjesme koji se ponavlja nekoliko puta može se napisati s cijelom grupom. Štoviše, neke fraze za pre-refren možda su već proizašle iz idejnog procesa.

Bridge, intro i outro manje su važni u odnosu na stihove i refren. Mogu se dodati kasnije, nastati spontano tijekom procesa, a u nekim pjesničkim strukturama niti nema intra, outra ili bridge-a.



VAŽNO JE UZETI U OBZIR



LJUDI IMAJU RAZLIČITE VJEŠTINE I SKLONOSTI TE NE VOLE SVI LJUDI PISATI TEKSTOVE ILI PJEVATI. DAKLE, DRUGI NAČIN ZA PODJELU GRUPE JE STVARANJE PODGRUPA KOJE SE FOKUSIRAJU NA RAZLIČITE DIJELOVE PJESME KAO ŠTO SU TEKST, PLES, VIDEO (AKO ŽELITE PRODUCIRATI VIDEOISJEČAK ZA SVOJU PJESMU) I NARAVNO GLAZBU, S ONIM LJUDIMA KOJI MOGU SVIRATI INSTRUMENT.

4.2.3 KOMPONIRANJE GLAZBE

Skladanje glazbe i zajedničko stvaranje pjesme može se postići na različite načine. Jedan od načina je da trener/glazbeni voditelj da različite ideje o melodijama dok svira instrument (gitara, klavir, itd.) i pjeva neki od stihova i/ili refrena. Često su sudionici već smislili melodiju koja odgovara njihovom tekstu. U ovom slučaju, trener/glazbeni voditelj bi trebao pokušati ne nametati stil ili ritam, već radije zadržati vanjsku, nadzornu ulogu i pomoći samo ako je potrebno. U ovom kreativnom procesu, glazbeni voditelj također može pomoći sudionicima u smislu ritma, takta ili tonaliteta (osnovni obrazac (grupanje) ritma koji daje strukturu za cijelu pjesmu).

Ako je korištena tehnika brainstorminga s meditacijom, trener/glazbeni voditelj i sudionici mogu početi svirati svoje instrumente, pokušavajući stvoriti glazbu na temelju slika koje su im pale na pamet tijekom brainstorminga i ključnih riječi na ploči s listovima.

Ljudi često već imaju ili osjećaju neku vrstu takta ili osjećaja brzine u vezi s temom na kojoj su radili tijekom početnih koraka. Možete uključiti ljude u formiranje ritma tako što ćete ih zamoliti da plješću, koriste udaraljke ili bubnjeve na internetu (postoje mnoge besplatne aplikacije s drum loops, npr. Loopz, Beatmaker, itd.)

Kada imate ritam, možete dodati melodiju te pokušati otpjevati neke dijelove teksta ili pjevušiti - "hmmhmmhmm".

Riječ je o kreiranju ugodne atmosfere, a sudionici polako počinju slagati i melodiju koja teče uz tekst.

Ponekad rečenica već ima svoju melodiju kada se čita naglas. Međutim, uzeti rečenicu i pokušati pronaći način kako je otpjevati ili pronaći lijepu melodiju može biti nezgodno. Ponekad jednostavno ne funkcionira jer u riječi može biti previše slogova.

Zbog toga je IDEJNI proces toliko važan. Vaša tema je jasna i sudionici se osjećaju emotivno vezani uz nju. Kada se sudionici osjećaju emotivno vezani za temu, manje su vezani za određene riječi ili fraze te se lakše prilagođavaju pronalazeći nove riječi i jednostavno ih zamjenjujući riječima koje bolje funkcioniraju.

Što se tiče kompozicije glazbe, trener/glazbeni voditelj mora biti vrlo fleksibilan. U skupini sudionika mogu biti članovi koji se osjećaju snažno povezanima s određenim glazbenim žanrovima (Hip-Hop, Rock, itd.) i potrebno je donijeti odluke o glazbenom žanru. Kao trener/glazbeni voditelj, važno je ostati otvoren i osigurati da se svi članovi grupe slažu i prihvaćaju donesene odluke. Također, imajte na umu da se u jednoj pjesmi mogu miješati različiti žanrovi (npr. melodična balada pomiješana s hip-hop elementima ili stihovima).

Kao što je već spomenuto, kada se dijelite u podskupine, također je važno iskoristiti talente različite djece u prostoriji. Neka djeca možda nisu dobra u davanju melodijskih ideja, ali su vrlo dobra u stvaranju taktova. Tada možete koristiti njihovu snagu u stvaranju ritmova umjesto da ih tjerate da stvaraju melodije ili vokale.

4.2.4 SNIMANJE PJESME

Ovisno o opremi, snimanje pjesme može se obaviti u studiju za snimanje ili individualno uz low-tech i relativno jeftinu opremu. Osim opreme koju koristite, također je ključno da proces snimanja pjesme olakšava i/ili vodi osoba koja ima iskustvo i sposobnost koristiti opremu, bilo da se radi o profesionalnom studiju ili postavljenom kućnom studiju s (jednostavan) mikrofonom i računalom.

VERZIJA 1: (Studio) snimanje s glazbenikom

Pjesma je snimljena s trenerom/glazbenim voditeljem koji ima dovoljno iskustva i opreme za snimanje pjesme i miksanje zvuka. Instrumenti (ako u grupi ima glazbenika) se snimaju zasebno počevši od ritma ili bubnja tako da se svi ostali instrumenti prilagođavaju tom ritmu.

Pjevanje stihova se također radi zasebno, a na kraju će trener/glazbeni voditelj sve spojiti kroz program za montažu zvuka.

Osim elemenata grupnog pjevanja, dobri ili izvanredni glasovi mogu se snimiti i zasebno. Ovo je tehnika koja može doprinijeti kvaliteti pjesme. Međutim, to treba činiti pažljivo, kako se drugi sudionici ne bi osjećali isključeno ili ljubomorno. Ako postoji dobar timski duh s ljudima koji se međusobno poznaju i podržavaju grupu, to može uspjeti. Ipak, još uvijek je važno imati na umu potencijalnu ljubomoru.

Najvažniji elementi su pjesma i proces stvaranja grupe, a ne pojedinačni dio u njemu. Kako biste izbjegli osjećaj isključenosti, možete dati da "dobri" glasovi pjevaju različite stihove ili dijelove pjesme koje ne pjeva ostatak grupe, možda kao prateće vokale ili neke efekte. Drugi način da se svi osjećaju uključenima jest da svaki sudionik pronađe ulogu u pjesmi kroz podjelu podskupina (pisanje pjesama, pjevanje, sviranje instrumenata, ples, video, itd.) kako je gore opisano.

Također imajte na umu da je vrlo korisno isplanirati dovoljno vremena za vježbanje pjevanja teksta prije odlaska u studio ili snimanja. To se može učiniti unaprijed, a možete snimiti trening na telefon tako da ljudi mogu slušati ritam, melodiju i različite stihove nekoliko puta prije službenog snimanja. Ako se to ne učini i sudionici prije nisu dovoljno vježbali, mogli bi završiti u situaciji da tijekom službenog snimanja moraju često ponavljati stihove i to može postati vrlo frustrirajuće. Također imajte na umu da pjevanje u mikrofonski studiju može učiniti ljude nervoznima.

VERZIJA 2: Snimanje s unaprijed snimljenim zapisom

Ako u grupi nema glazbenika i/ili trener nije glazbenik s nekim iskustvom u skladanju i snimanju pjesama, još uvijek je moguće snimiti pjesmu koristeći niskotehnološke alate i opremu. Umjesto snimanja različitih instrumenata, možete pronaći unaprijed proizvedene glazbene zapise/pjesme bez autorskih prava na internetu i putem glazbenih aplikacija.

Glazba bez autorskih prava

Evo nekoliko web stranica na kojima možete pronaći glazbu bez autorskih prava, koju možete koristiti:

Bensound

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

YouTube Audio library www.youtube.com

Također možete jednostavno upisati "glazba bez autorskih prava" ("no copyright music ") na Youtube-u

Artlist

<https://artlist.io>

Free Music Archive

<https://freemusicarchive.org>

Freesound (uglavnom za zvučne efekte ili sample-ove)

Freesound.org

Snimanje vokala

Nakon što pronađete zapis koja vam se sviđa, možete prilagoditi svoje napisane tekstove zapisu i snimiti svoje vokale dok slušate pjesmu na slušalicama.

Preporučamo snimanje glasa kondenzatorskim mikrofonom koji je dostupan od 40 eura naviše. Kvaliteta zvuka koju dobivate je vrlo dobra i vrijedna ulaganja. Ako nemate kondenzatorski mikrofoni ne možete ga nabaviti, snimanje vašeg vokala putem Iphone-a također može dati iznenađujuće dobru kvalitetu.

Sada kada imate zapis preuzet s jedne od gore navedenih web stranica i snimljene vokale, možete ih miksati u programu za miksiranje zvuka. Postoji nekoliko dostupnih programa, a vrlo jednostavan je GarageBand koji je besplatan na svim Apple računalima. Možete jednostavno uploadati svoju pjesmu i vokal te ih miksati kako biste stvorili svoju konačnu pjesmu.

4.3 PRODUKCIJA VIDEO KLIPA

“Slika govori tisuću riječi”- Stoga, kako bi se povećao utjecaj vaše pjesme, posebno kada je u pitanju dijeljenje i promicanje iste na (društvenim) mrežama ili na druge načine, moglo bi biti korisno napraviti video klip za svoju pjesmu.

Nema ograničenja za mogućnosti i kreativnost, a snimanje se može obaviti niskotehnološkom opremom kao što je mala video kamera ili čak telefon. Za svoj videoklip možete imati razrađenu strukturu koja priča priču (čak i izraditi storyboard), ali ju također možete učiniti jednostavnom i snimiti zanimljive snimke koje se mogu koristiti u procesu montaže vašeg videoisječka. Ako nemate nekoga u svom timu/grupi za uređivanje snimke za vaš klip, možete koristiti i besplatne programe kao što je iMovie, koji su vrlo jednostavni za korištenje. Evo nekoliko prijedloga za zanimljive snimke, koje možete koristiti za video klip vaše pjesme:

Nastanak pjesme

Možete snimiti radionicu u kojoj je vaša grupa razmišljala o temi pjesme, napisala pjesmu, vježbala pjevanje itd.

Snimanje pjesme

Snimanje procesa snimanja može biti vrlo zanimljiva snimka za vaš klip. Snimanje instrumenata i/ili vokala može biti vrlo korisno. Pokazivanje sudionika kako pjevaju refren pjesme u mikrofonski, može biti vrlo upečatljivo.

Ples

Budući da ples može biti sredstvo za vizualizaciju glazbe, snimanje nekih sudionika grupe kako izvode plesne pokrete također može biti vrlo lijepa snimka.

Simboličke ili metaforičke slike

To može biti snimka koja simbolizira emocije poput radosti (ljudi skaču, smiješe se, smiju se...), ljutnje (ljuta lica, ljudi koji se svađaju...), očaja (ekspresija lica, ljudi stavljaju lice u ruke, itd.) ili pojmove poput prijateljstva, itd. (ljudi se drže za ruke, hodaju zajedno), nade (ljudi podižu ruke prema nebu), ljubavi (ljudi se grle) ili bilo kojeg drugog koncepta koji odgovara ili je sadržan u vašoj pjesmi.

Fotografije vezane uz temu

Ako je vaša pjesma o ekološkim ili klimatskim problemima u vašoj zajednici, možda biste željeli snimiti fotografije povezane s tim problemima (npr. onečišćenje zraka, (plastični) otpad, rijeka, priroda (drveće, cvijeće, itd.).



VAŽNO



KADA SNIMATE LJUDE ZA SVOJ VIDEOKLIP, MORATE DOBITI NJIHOVU PISANU SUGLASNOST DA IH SNIMATE I KORISTITE SNIMKE. U OBRASCU ZA PRISTANAK TREBATE OBJASNITI KAKO ĆETE KORISTITI SNIMKU (NPR. OBJAVLJIVANJE NA DRUŠTVENIM MREŽAMA ITD.). NA INTERNETU POSTOJE PREDLOŠCI KOJI OSIGURAVAJU USKLAĐENOST S GDPR-OM (OPĆA UREDBA O ZAŠTITI PODATAKA). AKO SU OSOBE MALOLJETNE, POTREBAN VAM JE I PRISTANAK NJIHOVIH RODITELJA!

Kako biste svoju pjesmu (i videoklip) koristili za promicanje klimatskih akcija i zagovaranje pozitivnih promjena, preporučljivo je razmisliti o ciljevima svoje pjesme, do koga želite doprijeti, na koga utjecati (ciljna skupina) te koje kanale želite koristiti. Ovisno o odgovorima na ova pitanja, možete odabrati kanale: (društvene) mreže ili događaje u zajednici za predstavljanje svoje pjesme ili pak neke druge.

4.4 PITANJA ZA EVALUACIJU

Kao što je spomenuto u prethodnim poglavljima, ključno je napraviti odgovarajuću evaluaciju nakon svake radionice kako bi se otkrile naučene lekcije i uzele u obzir za daljnje procese. Sljedeća pitanja su primjeri i svaki trener ih može prilagoditi prema situaciji na pojedinačnoj radionici, grupi sudionika i iskustvu s radionice.

Za mlade sudionike:

- Što ste naučili tijekom oba dana radionice?
- Osjećate li da su vaše misli i ideje dobro predstavljene kroz pjesmu koju ste stvorili?
- Biste li motivirali druge da izvedu vlastite pjesme? Ili dalje razvijajte svoju kreaciju kako biste podigli svijest o klimatskim pitanjima i lokalnim ekološkim izazovima?
- Vidite li svoju pjesmu kao sredstvo da se obratite lokalnim kretaorima politika ili predstavnicima vaše zajednice te da zagovarate promjene?
- Osjećate li se dovoljno sposobnima koristiti pjesmu kao alat za izražavanje svog mišljenja i podizanja glasa?
- Koje su vaše preporuke ili iskustva koja biste željeli podijeliti s mladima u Europi koji će u budućnosti sudjelovati na ovim glazbenim radionicama?
- Želite li podijeliti svoju priču?

Za trenere:

- Jeste li postigli svoje ciljeve radionice?
- Prema vašem iskustvu na radionici glazbe, mislite da je moguće povezivati probleme klimatskih promjena i aktivno sudjelovanje mladih u civilnom društvu?
- Što biste željeli podijeliti s drugim trenerima ili s osobama koje rade s mladima koji provode radionicu?
- Osjećate li se motiviranim za vođenje drugih radionica o glazbi i povezivanje različitih umjetničkih izazova? Ako je tako, koji biste odabrali?

DIO DRUGI: PODUZETNIČKI IZAZOV

Postoji mnogo načina za stvaranje rješenja protiv klimatskih promjena u lokalnim zajednicama. Svima njima zajedničko je podizanje svijesti i poduzimanje akcija. U ovom priručniku za obuku sve će se odnositi na poduzimanje akcija.

Ovaj priručnik za obuku ima za cilj razviti kompetencije mladih ljudi u poduzetništvu s naglaskom na održivost, zelene vještine i suradnju dionika.

Fokus je na razvoju poduzetničkog duha i mekih vještina uz stvaranje alternativnih rješenja koja imaju potencijal promijeniti način na koji se trenutno odnosimo prema svom okolišu.

Do kraja ovog Vodiča moći ćete:

- Organizirajte događaj za rješavanja problema
- Promijenite postojeća rješenja ili stvorite alternativna rješenja kako biste promijenili način na koji trenutno postupamo s našim okolišem
- Istražite i definirajte problem koji rješavate
- Aktivno rješavajte probleme generiranjem ideja
- Testirajte svoje ideje i prilagodite ih potrebama korisnika
- Radite u timu i razgovarajte s mentorima
- Izgradite održiva rješenja i poslovne modele
- Izložite svoje ideje na jasan i koherentan način

5.1 ŠTO JE HACKATHON?

Hackathon je događaj na kojemu se rješavaju problemi. Pojedinci i timovi okupljaju se na mreži sa zajedničkom svrhom - riješiti problem prema kojemu su strastveni. Donošenje praktičnih i kreativnih inovacija u vaše zajednice ili radno okruženje - to je ono što hackathon.

Što je Community Challengers Hackathon?

Community Challengers Hackathon traje 2,5 dana, intenzivan je, interaktivan i vrlo participativan događaj tijekom kojeg sudionici prolaze kroz proces koji se sastoji od kratkih inputa znanja (poduzetničke radionice), mentorskih sesija tima i samostalnog timskog rada. Proces stvara privlačno i inovativno okruženje koje motivira sudionike da razmišljaju izvan okvira, razvijaju vještine rješavanja problema, kritičko razmišljanje, generiraju ideje, istražuju problem i rješenje te kreativno razmišljaju.

Rješavajući niz izazova, razvijat će ideje i naučiti organizirati svoje vrijeme, upravljati svojim projektom i raditi kao tim. Rješavanjem ekoloških problema postat će aktivni nositelji promjena u svojim lokalnim zajednicama, stvarajući održive društvene poslovne modele za svoje akcije.

5.2 STRUKTURA DOGAĐANJA I PRIPREMA

Priprema i planiranje su velik dio svakog događaja, radionice ili treninga. Community Challengers Hackathon nije iznimka. Potrebno je poduzeti nekoliko koraka kako bi se osiguralo da je sve dobro organizirano.

Jedna od najvažnijih stvari je imati prave ljude.

Koga uključiti:

- Sudionik: Mlada osoba ili grupa mladih koja sudjeluje, stvara rješenja i unaprijeđuje svoje vještine.
- Trener/moderator: organizira događaj i održava radionice tijekom programa.
- Mentor: radi individualno s timovima i pruža podršku kada je to potrebno. Poduzetnik ili osoba koja ima iskustvo u poduzetništvu/poduzetničkim projektima.

Sudionici

Svaka mlada osoba može se prijaviti za sudjelovanje u ovom događaju. Za sudjelovanje nisu potrebne vještine ili određena razina znanja.

Mladi ljudi mogu angažirati sudionike iz svoje lokalne zajednice ili ih angažirati iz šireg geografskog područja, ako se događaj događa u online okruženju.

Predlažemo korištenje jednostavnog obrasca s osnovnim informacijama u procesu prijave.

Savjeti & trikovi

- Budite otvoreni za prihvaćanje grupnih i pojedinačnih prijava. Uvijek možete formirati timove iz pojedinačnih aplikacija ili dodati pojedinca u već formirani tim kako biste stvorili neki inovativni element. Timovi se trebaju sastojati od 2-6 sudionika.
- Neki sudionici će već imati ideje za rješenje problema, a neki neće i to je u redu. Proces je osmišljen tako da zadovolji oboje.
- Grupa od najviše 30 ljudi je dobra za ovaj događaj, ali nema ograničenja.

5.3 TRENER / MODERATOR

Trener/moderator je voditelj cijelog događaja. Ova osoba ima nekoliko uloga tijekom događaja i zadužena je za organizaciju i održavanje radionica, moderiranje cijelog događaja i predstavlja kontakt osobu za sudionike i mentore. Ovu ulogu može obavljati jedna osoba ili se uloga može podijeliti na više manjih uloga.

Savjeti & trikovi

Ako se događaj odvija online, predlažemo da imate osobu za tehničku podršku.

5.4 MENTORI

Profil mentora: Većina ljudi ima sposobnost biti mentorom, ali biti dobar mentor je druga stvar. Dobri mentori su ljudi s razvijenim skupom mekih vještina. Imaju dobre vještine aktivnog slušanja, empatiju, znaju dati povratnu informaciju i savjet. Oni su u stanju motivirati / potaknuti sudionike da pronađu rješenja i riješe probleme te daju podršku kada je to potrebno. Community Challengers Hackathon mentori također trebaju imati znanje i iskustvo u izgradnji poslovanja ili događaja koji se fokusiraju na rješavanje problema te pronalaženje rješenja tijekom određenih vremenskih razdoblja. Nadalje, idealno, imaju iskustvo s projektima koji su povezani s klimatskim promjenama.

Koraci za angažiranje mentora

Korak 1: Skenirajte svoju mrežu i identificirajte potencijalne mentore.

Korak 2: Pozovite mentora i podijelite osnovne informacije o događaju i obvezama koje ih očekuju:

- Mentori će biti tu da pruže podršku timovima tijekom 2,5 dana događaja i pomognu im da razviju ideje za stvaranje održivih rješenja koja rješavaju problem klimatskih promjena.
- Svaki tim će definirati problem (sa specifičnim tematskim fokusom) koji želi riješiti i provesti za vikend/2 dana, osmišljajući rješenje za njega. Grupama će se pomoći kratkim informiranjem kroz obuku, radionice te individualnu podršku i savjete kroz mentorstvo. Postoje 3 mentorske sesije.
- Nakon događaja, mentori će biti pozvani da sudjeluju u završnim prezentacijama.

5.5 STRUKTURA DOGAĐANJA

Organizirate događaj rješavanja problema. Kao što opis kaže, morate imati problem/izazov za rješavanje. Možete biti specifični ili nespecifični kada postavljate izazov i možete imati jedan ili nekoliko izazova koje postavljate.

Postavljanjem nespecifičnog izazova dopuštate svojim sudionicima da odluče na koji se dio izazova žele usredotočiti.

Primjer nespecifičnog izazova: Klimatske promjene.

Dajući specifičan primjer, dajete više usmjerene izazove koji bi mogli otvoriti različite mogućnosti partnerstava, suradnje i utjecaja. Kada postavljate specifične izazove, možete razmišljati o izazovima relevantnim u vašoj lokalnoj zajednici, na primjer:

- Smanjenje ugljika
- Kvaliteta vode
- Čisti zrak

Savjeti & trikovi

Objasnite izazov u nekoliko rečenica kako bi sudionicima bio jasniji. Ne zaboravite komunicirati i promovirati svoj izazov/izazove i događaj na društvenim mrežama i drugim kanalima.

Community Challengers Hackathon je intenzivan događaj na kojem se izmjenjuju mentorstva, radionice i samostalni timski rad na sat vremena. Timovi će provesti 15 sati radeći na svojim rješenjima uz pomoć trenera i mentora. Tijekom događaja održavaju se 4 radionice, 3 mentorske sesije i pitch prezentacija. Sve je u učenju kroz rad. Tijekom kratkih radionica timovi će naučiti osnovne poduzetničke koncepte, a nakon toga će primijeniti ta nova znanja tijekom mentorskih sesija i samostalnog timskog rada.

Radionice i mentorske sesije ne smiju trajati dulje od 30 minuta. To će omogućiti dovoljno vremena za samostalan timski rad i razvoj vještina donošenja odluka, timskog rada i organizacijskih vještina.

Primjer strukture

Prije događaja	Dan 1	Dan 2	Dan 3	Nakon događaja
Kratka radionica mentora (30 min)	Postavljanje scene (10 min)	Mentoriranje (30 min po timu)	Radionica - kako napraviti Pitch (30 min)	Radionica - sljedeći koraci (60 min)
	Igra generiranja ideja (20 min)	Radionica 2 - Prototip/ Kupac/ Vrijednost ponude (30 min)	Timski rad (120 min)	
	Radionica 1 - Istraživanje i definiranje problema (20 - 30 min)	Timski rad (120 min)	Mentoriranje (30 min po timu)	
	Timski rad (90 min)	Radionica 3 - Poslovni model i financije (30 min)	Timski rad (120 min)	
		Timski rad (60 min)	Predstavljanje pitch-a	
		Mentoriranje (30 min po timu)	Zatvaranje događanja	
		Timski rad (60 min)		

Korištenje tablice procesa može pomoći u predstavljanju skupa pitanja i izazova koji omogućuju timovima da prate svoj rad, postignu očekivane rezultate i razviju poduzetnički način razmišljanja. Svaki tim dobiva procesni list (Izvori Br. 3) na početku svog putovanja.

Savjeti & trikovi

Možete koristiti različite alate za izradu procesnog lista. To može biti osnovna tablica s pitanjima i izazovima ili može biti dizajnirana PowerPoint prezentacija koju sudionici mogu koristiti kao predložak. Svaki slajd može biti jedno pitanje/izazov.

Također možete koristiti neke online alate kao što je Padlet (<https://padlet.com/>) ili internetsku ploču. Ovi online alati omogućit će vam da dodate neke osnovne informacije poput poveznica i listova koje sudionici mogu koristiti. Razmislite što je najbolja opcija za vaše sudionike i budite kreativni!

Graditi timove i timski rad nije lako u online okruženju. Dodajte neke izazove u procesni list koji će timovima omogućiti bolji zajednički rad. Na primjer:

<i>Napravite ludu timsku fotografiju!</i>	<i>Koji su aspekti uspješnog online tima?</i>	<i>Napravite smjernice za zajednički timski rad (Na koje stvari morate obratiti pozornost u svom timu? Na kojim stvarima bismo trebali početi više vježbati zajedno kao tim?..)</i>	<i>Napravite timski ritual/ples/pjesmu... (napravite i dodajte video do 30 sekundi ove aktivnosti)</i>
---	---	---	--

Postav

Prostor je ureden za grupni rad. Svaka grupa ima tiskanice, prazne papire i pripremljene listove. Ako je moguće, organizirajte mirniji radni prostor za mentorstvo i vježbanje.

Online - u online okruženju sve je organizirano putem videokomunikacijske platforme/aplikacije. Radionice i mentorstvo moderiraju se u online postavkama.

Samostalni timski rad u online verziji organiziran je po timovima. Mogu se sastajati izvan mreže i raditi zajedno ili organizirati online kanal za komunikaciju.

Savjeti & trikovi

- Izvanmrežno - Započnite i završite događaj s umrežavanjem. Pola sata prije i poslije događaja pružit će ljudima priliku da se upoznaju. Osvježenje pomaže u stvaranju atmosfere i pokretanju razgovora.
- Izvanmrežno - pokušajte učiniti vaš događaj Zero Waste. Koristite opcije koje se mogu reciklirati i ponovno iskoristiti kada organizirate osvježenje i jasno komunicirajte sa svojim sudionicima o smanjenju količine otpada tijekom događaja. Organizirajte stanice za kompost/reciklažu. Zamolite sudionike da ponesu prijenosna računala i pokušajte ne koristiti papir.
- Online - sobe za odmor ključne su u organizaciji mentorstva s timovima pa svakako odaberite platformu/aplikaciju za video komunikaciju koja ima tu opciju.
- Online - Postavljanje kanala za razmjenu poruka s timovima učinit će komunikaciju u stvarnom vremenu lakšom i učinkovitijom.
- Online - Provođenje tehničke provjere i objašnjavanje alata te korištenje videokomunikacijske platforme/aplikacije na početku događaja može biti od pomoći za sudionike koji nemaju iskustva s online događajima/obukom.
- Počnite rano s pripremama. Odaberite i rezervirajte mjesto, pošaljite pozivnice mentorima i otvorite prijave 30 - 40 dana ranije.
- Obavezno dobiti potvrdu o dolasku mentora!
- Mladi su ključan dio ovog događaja pa pozovite druge mlade u zajednici da se pridruže procesu.
- Izrada liste izazova dobar je način da se uvjerite da svi znaju što trebaju učiniti.
- Neka jedan ili dva volontera pomažu u moderiranju događaja. Možete dodati i malo pjevanja i zabavnih aktivnosti između zadataka.

5.6 RADIONICE

Ovaj priručnik za obuku pružit će vam pregled osnova poduzetništva kroz izbor radionica koje će pomoći mladima da razviju svoje zelene ideje.

Ove radionice će biti detaljno opisane na sljedećim stranicama:

- Postavljanje scene
- Igra generiranja ideja
- Istraživanje i definiranje problema
- Izrada prototipa
- Segment kupaca
- Vrijednost ponude
- Poslovni model i financije
- Predstavljanje pitch-a
- Radionica Sljedeći koraci

5.6.1 SESIJA 0: POSTAVLJANJE SCENE

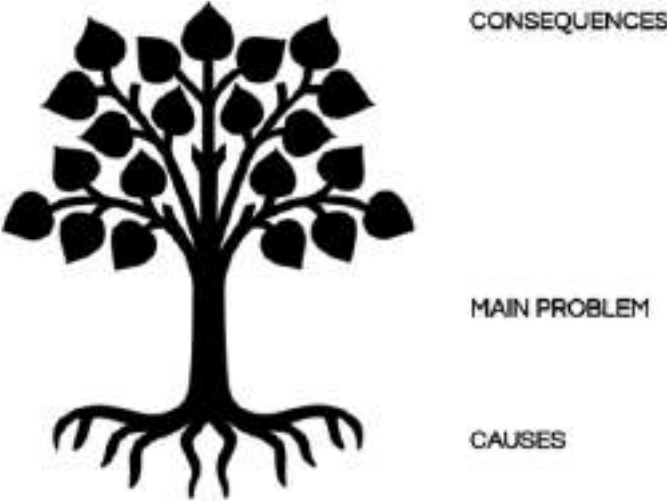
Svrha/Cilj: Poželjeti dobrodošlicu svima, postaviti scenu i predstaviti raspored i način rada	
Željeni rezultati: Jasno razumijevanje procesa i ciljeva	
Vrijeme: 10 - 15 minuta	Moderator pozdravlja sudionike i upoznaje tim, mentore i raspored događanja.
Materijali: PowerPoint prezentacija, Procesni list Ako se odvija online: poveznica na platformu za komunikaciju	Aktivnosti: Predstavite sve detalje, vrijeme održavanja radionica, načine rada, alate i listove koje ćete koristiti. Postavite smjernice za zajednički rad. Online: Nakon što podijele osnovne informacije, sudionici imaju priliku obaviti tehničku provjeru, isprobati sve alate i platforme koje će se koristiti tijekom događaja.
<i>Savjeti & trikovi</i> <i>Smjernice za zajednički rad mogu biti dodatak suradničkoj aktivnosti za sve sudionike</i>	

5.6.2 SESIJA 1: IGRA GENERIRANJA IDEJA

Svrha/Cilj: Potaknite sve na kreativno razmišljanje i stvaranje ideja	
Željeni rezultati: Razvijanje kreativnih vještina rješavanja problema	
Vrijeme: 15 - 20 minuta	<p>Aktivnosti:</p> <p>Sudionici su podijeljeni u timove. Svaki tim ima zadatak razmišljati o 1 pridjevu koji predstavlja njihov tim. Trebaju zabilježiti pridjev.</p>
<p>Materijali: olovka i papir, PowerPoint prezentacija, Procesni list</p> <p>Ako se odvija online: poveznica na platformu za komunikaciju</p>	<p>Sudionici biraju jednog člana tima. Ta osoba ima zadatak razmišljati o bilo kojoj imenici koja počinje na prvo slovo njezina/njegova imena. Trebaju zabilježiti imenicu.</p> <p>Timovi izvikuju svoje riječi, a moderator ih bilježi na pločis listovima/napomene na PowerPoint prezentaciji. Ove riječi sada predstavljaju timove.</p> <p>Moderator prikazuje video ili fotografiju problema klimatskih promjena.</p> <p>Sudionici opisuju fotografiju/video i dijele svoja razmišljanja o prikazanom problemu.</p> <p>Sudionici imaju zadatak razmišljati o kreativnom rješenju problema klimatskih promjena koristeći dvije riječi koje su odabrali kao tim.</p> <p>Na primjer, ako su odabrali pridjev 'zeleno' i imenicu 'cvijet', trebaju razmisliti o rješenju problema klimatskih promjena koje sadrži te dvije riječi. Te dvije riječi mogu predstavljati brend proizvoda bez otpada koji se zove zeleni cvijet ili projekt koji ima izazov pretvoriti svako odlagalište u zeleni cvjetni park ili seriju podcasta koji će podići svijest o klimatskim promjenama. Oni mogu koristiti te dvije riječi kao inspiraciju, naziv robne marke, rješenje.</p> <p>Timovi imaju 5 minuta da generiraju jednu ideju. Nakon rada imaju jednu minutu da prezentiraju svoja kreativna rješenja.</p>
<p><i>Savjeti & trikovi</i></p> <p><i>Zamolite sudionike da smisle neka luda i neobična rješenja! Budite brzi i učinite ovu igru interaktivnom, motivirajte ih, dajući im manje vremena!</i></p>	

5.6.3 RADIONICA 1: ISTRAŽIVANJE I DEFINIRANJE PROBLEMA

Pozadina: Većina nas misli da je važnije razmišljati o rješenju nego o problemu. No, poznavanje i detaljnije definiranje problema važnije je jer će to omogućiti pronalaženje najboljeg mogućeg rješenja. Istraživanje nikad ne prestaje. Poduzetnici moraju kontinuirano ažurirati i mijenjati svoja rješenja kako se problem i tržište stalno mijenjaju.

Svrha/Cilj: Istražiti i definirati problem	
Željeni rezultati: Jasno razumijevanje primarnog i sekundarnog istraživanja	
Vrijeme: 15 - 20 minuta	Sekundarno istraživanje - prikupljanje informacija koje već postoje negdje drugdje/netko drugi ih je pronašao. Možete ih pronaći na televiziji, na internetu, u knjigama...
Materijali: Predložak stabla problema, PowerPoint prezentacija, Procesni list	Primarno istraživanje: prikupljanje informacija koje ne postoje negdje drugdje, a moramo ih sami pronaći. Najbolji način da to učinite je postavljajući pitanja. Analiza stabla problema pomaže u pronalaženju rješenja mapiranjem anatomije uzroka i posljedica vezanih uz problem.
Ako se odvija online: poveznica na platformu za komunikaciju	

Aktivnosti:

Objasniti važnost istraživanja u poduzetništvu i vrste istraživanja. Zamolite sudionike da provedu sekundarno istraživanje odabranog problema. Njihov zadatak je pregledavati internet i pronaći što više činjenica i brojki o tome i zabilježiti ih u predlošku problemskog stabla - osnovne informacije u deblo (koliko je velik problem, tko ima problem, koliko ljudi je pod njegovim utjecajem to...), uzroke problema u korijen stabla, a posljedice problema u grane.

Motivirajte sudionike na primarno istraživanje intervjuiranjem ljudi u njihovoj lokalnoj zajednici ili kreiranjem ankete na društvenim mrežama. Oni mogu dodati ove informacije u predložak stabla problema.

Nakon istraživanja problema sudionici mogu početi razmišljati o nekim rješenjima problema. Oni mogu istražiti rješenje tako što će obaviti sekundarno istraživanje o tome i istražujući tko još i kako rješava problem, kako njihova rješenja funkcioniraju i jesu li uspješna.

Savjeti & trikovi

- *Pobrinite se da sudionici razumiju važnost detaljnog istraživanja.*
- *Neki sudionici mogu misliti da definicija problema nije važna jer imaju "savršeno rješenje". Objasnite da se rješenja mijenjaju i razvijaju u skladu s problemom i promjenama na tržištu te da svatko treba dobro provjeriti rješavaju li problem stvarno na pravi način.*


5.6.4 RADIONICA 2: PROTOTIP

Svrha/Cilj: Naučiti metodu izrade prototipa, npr. prijedite s razmišljanja na izradu rukama.	
Željeni rezultati: Izrada prototipa rješenja	
Vrijeme: 20 - 30 minuta	Prototip je brz način da vizualno predstavite ideju. Postoje različite vrste prototipova i mogu se graditi od različitih materijala. Prototipovi vam omogućuju drugačiji pogled na ideju. Izgradnja će vam omogućiti da sagledate svoj proizvod/uslugu iz drugih kutova, razjasnite neke izazove, dodate ili izbacite neke detalje i pitate svoje kupce što misle o rješenju. Izrada prototipa je izražavanje ideja kroz izradu.
Materijali: PowerPoint prezentacija, Procesni list Reciklirani papir, karton, Lego, drugi materijali	Aktivnosti: Objasnite sudionicima što je prototip i pokažite nekoliko fotografija i videa izrade prototipa. Video primjer: https://www.youtube.com/watch?v=k_9Q-KDSb9o Video primjer: https://www.youtube.com/watch?v=KjYVnBNNDrl Video primjer: https://www.youtube.com/watch?v=y20E3qBmHpg
Ako se odvija online: poveznica na platformu za komunikaciju	Zamolite sudionike da iz jednostavnog materijala naprave prototip svoje poduzetničke ideje (proizvoda ili usluge). Ako se radi o usluzi, oni mogu izgraditi ili nacrtati okruženje ili postavke gdje i kako se usluga isporučuje, npr. mjesto, dućan gdje to žele ponuditi. Mogu biti što maštovitiji, koristiti vizuale i raditi rukama. Prilikom izrade proizvoda, moraju izraditi ili nacrtati detaljne aspekte koji im omogućuju da ilustriraju funkcionalnosti proizvoda (npr. tipke, svjetla, prekidači itd.) Nakon izrade prototipa sudionici bi trebali biti u stanju objasniti funkcionalnost proizvoda ili usluge te objasniti kako funkcionira, kao i sve benefite i prednosti koje pruža potencijalnim korisnicima.
<i>Savjeti & trikovi</i> <ul style="list-style-type: none">• Ova aktivnost će stvoriti užurbano i kreativno okruženje u prostoriji koje bi moglo potaknuti i potaknuti sudionike na nastavak rada.• Ovu radionicu možete učiniti zelenom tako da je radite vani s prirodnim materijalima ili koristeći reciklirane materijale.	

5.6.5 RADIONICA 2A: VRIJEDNOST PONUDE

Svrha/Cilj: Naučiti što je to vrijednost ponude i definirati vrijednost i jedinstvenost svoje ponude.	
Željeni rezultati: Izrada izjave o prijedlogu vrijednosti	
Vrijeme: 15 - 20 minuta	<p>Aktivnosti:</p> <p>Započnite tako što ćete reći svakome da predstavi svoju ideju u 30 sekundi odgovarajući na ova pitanja: Koja je tvoja ideja? Zašto bih trebao odabrati vaš proizvod/uslugu, a ne bilo čiji drugi? Ovo je bio prvi korak prema stvaranju vaših izjava o prijedlogu vrijednosti!</p> <p>Objasnite da je Prijedlog vrijednosti jasno, kratko objašnjenje kako vaš proizvod/usluga rješava probleme kupaca i govori im zašto bi trebali odabrati vašu tvrtku, a ne nečiju drugu. Kratko je, jednostavno, pamtljivo i govori nam što, kako, zašto. Objašnjava zašto ste drugačiji? Zašto bi netko odabrao vaš proizvod/uslugu? Koju vrijednost donosite kupcu? Objašnjava kako vaš proizvod/usluga rješava probleme kupaca ili poboljšava njihovu situaciju. Objašnjava specifične prednosti. Objašnjava zašto bi vaš kupac trebao kupovati od vas, a ne od nekoga drugog.</p> <p>To nije slogan ili fraza. To je jasna i nezaboravna izjava koju vaši kupci mogu lako razumjeti.</p> <p>Sudionici imaju zadatak stvoriti svoj vrijednosni prijedlog i testirati ga, prezentirajući ga ljudima na događaju/u vašoj zajednici. Moderirajte ga prema njihovim povratnim informacijama!</p>
Materijali: PowerPoint prezentacija, Procesni list	
Ako se odvija online: poveznica na platformu za komunikaciju	

5.6.6 RADIONICA 2B: KUPAC

Svrha/Cilj: Razvijanje osobnosti kupca i učenje fokusiranja na idealnog kupca.	
Željeni rezultati: Kreiranje profila kupca za vaše rješenje	
Vrijeme:	Kupac je osoba koja kupuje robu ili usluge. Kupac daje novac u zamjenu za vrijednost koju donosite svojim rješenjem. Poznavanje vašeg kupca pomoći će u stvaranju vrijednosti, promicanju vrijednosti i funkcioniranju vašeg poslovnog modela.
Materijali: PowerPoint prezentacija, Procesni list Prilagođen profil kupca Ako se odvija online: poveznica na platformu za komunikaciju	<p>Aktivnosti: Zamolite timove da opišu svoje kupce. Zamolite ih da budu što konkretniji.</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> <p>Lifestyle, hobbies, what they do in free time and where they go, where and what they buy, what products/ brands they buy?</p> </div> <div style="text-align: center;">  </div> <div style="text-align: center;"> <p>Age, occupation, marital status, education, where they live?</p> <p>Beliefs, values, desires (what do they want to achieve), fears...</p> </div> </div> <p>Sudionici imaju zadatak ispuniti list Profil kupca i detaljno opisati svog kupca. Je li muško ili žensko? Što on/ona nosi? Koje je boje njegova/njena kosa? Je li on/ona visok ili nizak? Nosi li on/ona nešto u rukama? Kako se zove vaš kupac – napišite to na papir! Popis – ime, dob, zanimanje, bračni status, obrazovanje, gdje žive? Popis – način života, hobiji, što rade u slobodno vrijeme i kamo idu, gdje i što kupuju, koje proizvode/brendove kupuju? Popis – uvjerenja, vrijednosti, želje (što žele postići), strahovi.</p>
<p>Savjeti & trikovi</p> <ul style="list-style-type: none"> Može postojati više od jednog korisničkog segmenta i svaki segment korisnika ima svog savršenog kupca. 	

5.6.7 RADIONICA 3: POSLOVNI MODEL I FINACIJE

<p>Svrha/Cilj: Naučiti što je poslovni model. Naučite kako napraviti proračun za svoju poduzetničku ideju pomoću jednostavne proračunske tablice s popisom svih troškova i prihoda.</p>								
<p>Željeni rezultati: Stvaranje održivog poslovnog modela za rješenje</p>								
<p>Vrijeme: 20 - 30 minuta</p>	<p>Poslovni model je plan kako tvrtka zarađuje novac. Objašnjava što prodajete, kako to prodajete, kome prodajete i koliko košta proizvodnja.</p>							
<p>Materijali: Predložak financijskog lista, PowerPoint prezentacija, Procesni list</p> <p>Ako se odvija online: poveznica na platformu za komunikaciju</p>	<p>Dajte sudionicima nekoliko primjera nekoliko vrsta poslovnih modela: Netflix zarađuje novac kroz poslovni model pretplate, Apple zarađuje novac proizvodnjom i prodajom tehnoloških proizvoda, Rent a Car zarađuje novac iznajmljivanjem automobila, Nogometni klub zarađuje prodajom igrača, prodajom TV prava, prodajom ulaznica za utakmice, prodajom robe, sudjelovanjem u nacionalnim i međunarodnim ligama... Možete imati više od jednog poslovnog modela.</p> <p>Aktivnosti: Popunite financijski list zajedno sa sudionicima na primjeru poslovnog plana slastičarnice.</p> <p>Slastičarnica zarađuje novac kako bi pokrila svoje troškove prodajom kolača.</p>							
	<table border="1"> <tr> <td>Na što trošiš novac? Napravite popis stavki i troškova za svoju poslovnu ideju.</td> <td>EUR</td> <td>Kako zarađujete novac za pokrivanje troškova? Objasnite svoj poslovni model.</td> </tr> <tr> <td>Materijali za pečenje kolača (brašno, šećer, jaja, čokolada...) Računi za komunalije (struja, plin...) Plaće Ambalaža Najam prostora ...</td> <td></td> <td>Prodaja kolača u trgovini Prodaja kolača online Organiziranje događaja za degustaciju kolača ...</td> </tr> </table>	Na što trošiš novac? Napravite popis stavki i troškova za svoju poslovnu ideju.	EUR	Kako zarađujete novac za pokrivanje troškova? Objasnite svoj poslovni model.	Materijali za pečenje kolača (brašno, šećer, jaja, čokolada...) Računi za komunalije (struja, plin...) Plaće Ambalaža Najam prostora ...		Prodaja kolača u trgovini Prodaja kolača online Organiziranje događaja za degustaciju kolača ...	
Na što trošiš novac? Napravite popis stavki i troškova za svoju poslovnu ideju.	EUR	Kako zarađujete novac za pokrivanje troškova? Objasnite svoj poslovni model.						
Materijali za pečenje kolača (brašno, šećer, jaja, čokolada...) Računi za komunalije (struja, plin...) Plaće Ambalaža Najam prostora ...		Prodaja kolača u trgovini Prodaja kolača online Organiziranje događaja za degustaciju kolača ...						

Zamolite sudionike da ispune list i navedu sve svoje troškove te objasne svoj poslovni model.
Zamolite sudionike da razmisle o cijeni svojih proizvoda ili usluga te ih također zabilježe.

Na što trošiš novac? Napravite popis stavki i troškova za svoju poslovnu ideju	EUR	Kako zarađujete novac za pokrivanje troškova? Objasnite svoj poslovni model.

5.6.8 RADIONICA 4: PITCH

Svrha/Cilj: Naučiti kako samopouzdana predstaviti svoju ideju – pitch.	
Željeni rezultati: Kreiranje pitch prezentacije	
Vrijeme: 20 minuta	<p>Pitch prezentacija je kratak i jasan prijenos informacija o poduzeću/ideji. To je način da opišete svoju ideju/tvrtku drugim ljudima. Postoji nekoliko vrsta prezentacija i svi imaju jasnu strukturu. Važan je i sadržaj i način na koji prezentirate.</p>
Materijali: PowerPoint prezentacija, Procesni list	<ul style="list-style-type: none">• Vaša publika je važna• Kako prezentirate stvari• Neverbalna komunikacija se računa• Praksa je sve• Testirajte svoj teren!
Ako se odvija online: poveznica na platformu za komunikaciju	<p>Aktivnosti: Pokažite sudionicima videozapis poslovnog predstavljanja: Video primjer: https://www.youtube.com/watch?v=bNhF4JKGk7A&t=1s</p> <p>Zamolite ih da podijele svoja razmišljanja. Objasnite što je pitch i njegovu vrijednost.</p> <p>Upoznajte sudionike sa sadržajem i strukturom trominutne prezentacije:</p> <ul style="list-style-type: none">• Pozadina - Predstavite sebe i svoj tim• Problem koji želite riješiti (činjenice i brojke)• Rješenje - koje je vaše rješenje?• Kako? - Kako rješenje funkcionira? Objasniti!• Zašto ste drugačiji? Koju vrijednost donosite?• Budućnost - Ishod i utjecaj - Na koliko ćete ljudi utjecati, što će se promijeniti u vašoj zajednici?• Pitanje - Koliko vam je novca potrebno i za što će se koristiti?• Zašto mi? Zašto ćemo uspjeti? Zašto naš tim? Naša strast? <p>Sudionici imaju zadatak izraditi 3-minutnu prezentaciju svoje ideje.</p>
Savjeti & trikovi	
<ul style="list-style-type: none">• <i>Struktura pitcha je tu kao smjernica, a ne kao pravilo.</i>	

5.6.9 RADIONICA 5: SLJEDEĆI KORACI – IZVPRI FINANCIRANJA

<p>Svrha/Cilj: Da naučite kako postaviti SMART ciljeve za svoj projekt. Da biste saznali o različitim dostupnim izvorima financiranja poslovanja/projekta</p>	
<p>Željeni rezultati: Stvaranje SMART ciljeva i pretvaranje vaše ideje u priliku.</p>	
<p>Vrijeme: 60 minuta</p>	<p>Aktivnosti: Zamolite sudionike da postave veliki cilj za svoj projekt/poslovanje: Koja je vaša vizija promjene u vašoj zajednici? Na koliko ćete ljudi utjecati? Kako ćeš stići tamo? Koji su sljedeći koraci?</p>
<p>Materijali: PowerPoint prezentacija, Procesni list</p> <p>Ako se odvija online: poveznica na platformu za komunikaciju</p>	<p>Predstavite metodu izrade SMART ciljeva. SMART ciljevi su specifični, mjerljivi, ostvarivi, relevantni i vremenski ograničeni ciljevi.</p> <p>Timovi imaju zadatak kreirati i postaviti SMART cilj za sljedeća 3 mjeseca odgovarajući na ova pitanja:</p> <ul style="list-style-type: none">• Što želimo postići? Budite precizni!• Zašto to želite postići?• Kako ćete mjeriti svoj napredak? Kako ćete znati da je cilj ostvaren?• Koje korake trebate poduzeti da biste postigli svoj cilj? (Razmislite: je li ovo korak vrijedan činjenja? Hoće li vas odvesti bliže konačnom cilju? Imate li resurse za taj korak?)• Koliko će vam vremena trebati da ostvarite cilj?• Kada ćete raditi na tome? <p>Nakon postavljanja SMART ciljeva i planiranja sljedeća 3 mjeseca, sudionici su spremni za prezentaciju izvora financiranja dostupnih u vašoj lokalnoj zajednici. To će motivirati sudionike da nastave raditi na svojim projektima i pretvore ih u stvarnost.</p> <p>Pregled dostupnih izvora financiranja: Pretvaranje vaše ideje u stvarnost je težak i dugotrajan proces. Usputna pomoć u obliku financiranja ili drugih sredstava pomoći će u tome. Ovdje je pregled različitih izvora financiranja:</p> <ul style="list-style-type: none">- Bootstrapping - razvoj vaše ideje bez ili s malo financijskih sredstava (vaš poslovni model mora profunkcionirati u ranoj fazi procesa)- Ulaganja i sponzorstva - bogati pojedinci, anđeo investitor (filantropija), Corporate CSR- Crowdfunding - Brojni finansijeri ulažu u vaš projekt putem platforme za crowdfunding.• - Donacije - Organiziranje događaja ili kampanje prikupljanja sredstava
<p>Savjeti & trikovi</p> <ul style="list-style-type: none">• Koristite jednostavan primjer koji objašnjava kako postaviti SMART ciljeve, npr. uključite sudionike u raspravu i promišljanje i pomognite im da postanu kreativni vizionari.	

5.7 PITANJA ZA EVALUACIJU

Također za poduzetnički izazov, ključno je napraviti odgovarajuću evaluaciju nakon radionice kako bi se otkrile naučene lekcije i uzele u obzir za daljnje procese. Sljedeća pitanja su primjeri i svaki trener ih može prilagoditi prema situaciji na pojedinačnoj radionici, prema skupini sudionika i iskustvu s radionice.

Za mlade sudionike:

- Što ste naučili tijekom radionice?
- Osjećate li da vaše ideje predstavljaju rješenja za suočavanje s klimatskim izazovima?
- Osjećate li da su vaše misli i ideje dobro zastupljene u konačnom rješenju?
- Biste li motivirali druge da sudjeluju u Hackathonu?
- Mislite li da je Hackathon koristan za stvaranje rješenja za podizanje svijesti o klimatskim pitanjima i lokalnim ekološkim izazovima?
- Osjećate li se dovoljno sposobnima koristiti svoje rješenje kako biste svoje mišljenje ugradili u poslovne modele i podigli svoj glas kroz poduzetnička rješenja?
- Koje su vaše preporuke i želite li podijeliti svoju priču?

Za trenere

- Jeste li postigli ciljeve radionice?
- Što biste željeli podijeliti s drugim trenerima ili radnicima s mladima koji provode radionicu?
- Osjećate li se motiviranim za provođenje daljnjih Hackathona?
- Osjećate li se motiviranim pratiti mlade sudionike u daljnjoj implementaciji njihovih poduzetničkih rješenja?

5.8 IZVORI

Pripremna radionica za mentore

Svrha/Cilj: Pripremiti mentore i dati im savjete u radu s mladima	
Željeni rezultati: Razumijevanje vrijednosti i koncepta mentorstva	
Vrijeme: 30 minuta	Pozovite grupu mentora na radionicu i dajte im kratke informacije i savjete o njihovoj obvezi i metodologiji koju će koristiti u svom radu kao mentori.
Materijali: PowerPoint prezentacija Ako se odvija online: poveznica na platformu za komunikaciju	<p>Predstavite strukturu događaja, dobnu skupinu mentoriranih osoba i objasnite problem koji će rješavati.</p> <p>Upotrijebite PowerPoint prezentaciju da objasnite neke od glavnih točaka onoga što znači biti dobar mentor.</p> <p>Započnite postavljanjem pitanja o tome što znači biti mentor? Koje su glavne osobine dobrog mentora? Koja je razlika između vođenja radionice i mentorske sesije...?</p> <p>Nastavite dijeljenjem savjeta i smjernica za mentorstvo:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Pojedinci i timovi imaju različite razine vještina/iskustva<ul style="list-style-type: none">- Budite zahtjevni / kruti, ali nikada destruktivni- Budite optimistični2. Manje pričajte, postavljajte puno pitanja i više slušajte<ul style="list-style-type: none">- Vodi, ne kontroliraj...neka oni odluče što će učiniti- Inspirirajte i potaknite kreativnost kada je to potrebno- Pomozite im da jasno odvoje mišljenje od činjenica3. Manje je više. Ne pokušavajte biti sve za svaki tim<ul style="list-style-type: none">- Dajte im prostora i neka zatraže vašu pomoć- Nemojte voditi tim dok ne morate- Usredotočite se na postavljanje otvorenih pitanja i razmišljanje4. Podjećajte i održavajte timove na pravom putu<ul style="list-style-type: none">- Ako su zapeli, pomozite im da krenu dalje prema temi kupca- Obavezno ih podsjetite da je vrijeme jedini resurs koji posjeduju

	<p>Pitajte sudionike imaju li dodatnih pitanja ili iskustva koja žele podijeliti. Objasnite kako će mentorstvo funkcionirati (online - sobe/videopoziv/komunikacijski kanal/alati koje ćete koristiti poput padleta/mentorskog lista...) i kakav je raspored događaja. Objasnite mentorski list i kako pratiti njihov rad.</p>
--	--

Savjeti & trikovi

- *Organizirajte mentorsku kratku radionicu prije početka događaja ili nekoliko dana ranije.*
- *Svaki mentor imat će 20 - 30 minuta sa svojim timom. Jedan mentor bi trebao biti mentor za najviše 3 tima. Zamolite mentora da posveti maksimalno 3 sata rada tijekom 2,5 dana.*
- *Kratko obraćanje mentora nakon mentorskih sesija mogla bi biti dobra prilika za bolji uvid u timski rad u stvarnom vremenu.*
- *Mentori i timovi imaju fleksibilnost da se sastanu izvan obveznih mentorskih sesija ako postoji potreba i obje strane se slažu oko toga.*

Primjer mentorskog lista

Ime tima			
Ime mentora			
DATUM			
VRIJEME (minute)			
TIM je motiviran i posvećen rješavanju problema			
Tim je produktivan i organiziran			
Tim dobro surađuje s mentorom, aktivno sluša i otvoren je za prijedloge i savjete			
Tim ide u korak s planom i razumije zadatke			
Drugi komentari			
Tim razumije problem i može ga definirati			
Rješenje/ Rješenja je/su inovativno/a i ima/ju potencijal da riješi/e problem			
Tim ima jasnu viziju rješenja i načina na koji ono funkcionira			
Tim ima jasnu viziju održivog modela iza ideje			
Što je učinjeno od posljednjeg sastanka?			
Kakav je plan da se dođe do sljedeće ključne točke?			
Što timu treba da dođe do sljedećeg točke?			

Primjer Procesnog lista

Opišite problem koji se nadate riješiti? Kakva je potreba za ovim rješenjem?	Koja je vaša ideja/rješenje ?	Kako rješenje funkcionira?	Tko su vaši kupci i kako ćete do njih doći?	Tko su vaši potencijalni partneri?
Kakav je poslovni model? Kako ćete svoje rješenje učiniti održivim?	Dodana vrijednost i stvoren utjecaj	Koliko vam je novca potrebno za implementaciju Rješenja?	Skripta za Pitch prezentaciju	



Co-funded by
the European Union