



## Nova metoda

# Video in družbeni mediji za spremembe

### Opis metodologije

Udeleženci razmišljajo in se učijo, kako na preprost način uporabiti video za družabna omrežja.

### Ciljna skupina

15-24 let

### Število udeležencev

3–50 udeležencev, 1–2 moderatorja

### Kraj izvedbe

Soba z multimedijско opremo

### Čas trajanja

2-4 ure

### Potrebščine

Telefoni in uporabniški računi družbenih medijev za udeležence, računalnik in projektor za moderatorje

### Cilj oz. namen metodologije

Cilj je, da mladi razmislijo o tem, kako na svojih družbenih medijih ustvarjati kampanje za ozaveščanje z uporabo različnih umetniških oblik za širjenje svojih sporočil.

### Navodila po korakih

1. Osnovne informacije o oblikah videoposnetkov, dobri primeri mladinskega zagovorništva in kampanj na družbenih medijih.
2. Mladi se sami odločijo za svojo temo.
3. Kritični pogled na medije: odprta skupinska razmišljanja o etiki.
4. Mladi prevzamejo vodenje aktivnosti, tako da naredijo načrt za lastno kampanjo (povezano z določeni dogodkom v skupnosti ali z določeno temo) na Instagramu in Tik Tok, se odločijo za ključnik ipd.
5. Načela (digitalnega) pripovedovanja zgodb: mladimi predstavite nekaj načel pripovedovanja zgodb, poiščite dobre primere digitalnega pripovedovanja zgodb.
6. Skupina začne ustvarjati kreativno digitalno gradivo za video kampanjo.
7. Objavljanje kampanj na družbenih medijih.

### Navodila za moderatorje

Moderator in udeleženci morajo imeti osnovno znanje o izdelavi in montaži videa.

