



## Един обект, пет гледни точки

<b>Название</b>	Един обект, пет гледни точки
<b>Тема</b>	Фотография и семантика (значение)
<b>Цели</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Диапазонът на интерпретация, който даден обект може да има, в зависимост от начина, по който избираме да го представим.</li> <li>• Разбиране/осъзнаване на различните гледни точки.</li> <li>• Осъзнаване на значението на сценографията, представянето, осветлението, контраста, относителните размери в една снимка.</li> <li>• Запознаване със фотография в кадър и нейното качество: размер на рамката, първи и втори слой, дълбочина).</li> </ul>
<b>Целева аудитория</b>	Възраст над 12 години. Няма изисквания за предишен опит и умения.
<b>Дейност</b>	Фотографско предизвикателство
<b>Ключови думи</b>	Тълкуване, гледна точка, връзка между факт и представа
<b>Стъпка по стъпка</b>	<p>The object usually is best if it is not too small and not too big (not a pin, not a floor lamp!). Групата се разделя на по-малки групи от 4-6 души. Всеки екип избира общ, всекидневен обект, от собствените си вещи, така че треньорът не е необходимо да носи нищо. Обектът е най-подходящ, ако не е твърде малък и не е твърде голям. Групите трябва да заснемат обекта по пет различни начина:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1 Както обикновено го виждаме.</li> <li>2 Както никога няма да го видим.</li> <li>3 Като извинение, или причина за</li> </ol>

	<p>социално взаимодействие.</p> <p>4. Като основен герой в приказка, което води до второ измислено изображение.</p> <p>5. Като продукт, който се рекламира.</p> <p>Това, което обикновено се случва, е:</p> <p>1: няколкото теми, които си заслужават да се обсъждат с всяка група, са, как те обикновено виждат този обект, какво означава този обект за повечето хора и как тези имплицитни (невидими) значения могат да бъдат преведени в образа, като по този начин създават чувство за реализъм и невидими режисьорски интервенции</p> <p>2: това води до безсмислен / абсурден образ, илюстриращ очевидни режисьорски интервенции.</p> <p>3: това създава реалистичен образ, в който участват и хора.</p> <p>4: това води до измислен образ, често използващ, сценография.</p> <p>5: това създава изображение, принадлежащо на виртуалната реалност на рекламната вселена.</p>
<b>Място</b>	Упражнението може да помогне навсякъде, вътре или вън
<b>Необходими материали</b>	Фотоапарат, таблет, смартфон, USB кабели, батерии, мултимедия за демонстрация на резултатите

<b>Продължителност</b>	1 до 1.5 часа
<b>Референция</b>  <hr/> <b>karpos</b>	<b>Дейността е предложена от:</b> KARPOS - CENTER OF EDUCATION AND INTERCULTURAL COMMUNICATION -Greece info@karposontheweb.org - <a href="http://www.karposontheweb.org/?lang=en">www.karposontheweb.org/?lang=en</a>
<b>Контакт</b>  	<b>Union APARE-CME – France</b> <a href="http://www.apare-cme.eu/en/">http://www.apare-cme.eu/en/</a> Contact: Armonie Segond – <a href="mailto:chantiers@apare-cme.eu">chantiers@apare-cme.eu</a>