BIRN
BALKAN INVESTIGATIVE REPORTING NETWORK | ALBANIA

FOTOGRAFIA
dhe aktivizmi

Udhëzues praktik

Tiranë, 2018

BIRN
BALKAN INVESTIGATIVE REPORTING NETWORK | ALBANIA

Fotografia dhe aktivizmi

Udhëzues praktik

Tiranë, 2018

Publikuar nga: Rrjeti Ballkanik i Gazetarisë Investigative, Shqipëri
Blv. Gjergj Fishta, Nr. 5/22, Tiranë, Shqipëri
http://birn.eu.com/

Përgjegjës: Ivana Dervishi
Loreta Cuka

Grafika: Jurgena Tahiri

© Rrjeti Ballkanik i Gazetarisë Investigative, Shqipëri
Tiranë, 2018

Ky udhëzues u botua me mbështetjen financiare të Qeverisë Suedeze dhe Balkan Trust for Democracy, një projekt i German Marshall Fund i Shteteve të Bashkuara të Amerikës. Opinionet e shprehura në këtë raport janë të autorëve dhe nuk përfaqësojnë domosdoshmërisht ato të donatorëve dhe/ose partnerëve të tyre.

Sweden
Sverige

B | T | D The Balkan Trust for Democracy
A PROJECT OF THE GERMAN MARSHALL FUND

Përmbajtja

1. Hyrja f.7

1.1 Rëndësia e fotografisë f.8

2. Teknikat e fotografimit f.10

2.1 Rregullat kryesore të kompozimit f.12

2.2 Si të mendojmë si fotoreporter f.24

2.3 Si të realizojmë një fotoreportazh f.27

2.4 Ilustrime të një fotoreportazhi f.29

3. Etika e fotografisë së medias dhe organizatat f.41

3.1 Sa mund t'i editojmë fotot? f.44

3.2 Të drejtat e autorit f.45

3.3 Konsensusi fotografik f.45

3.4 Flamujt e kuq të fotografive dhe organizatat f.46

3.5 Kujdesi ndaj stigmatizimit dhe paragjykimit f.48

3.6 Si të advokojmë në media përmes fotografisë f.49

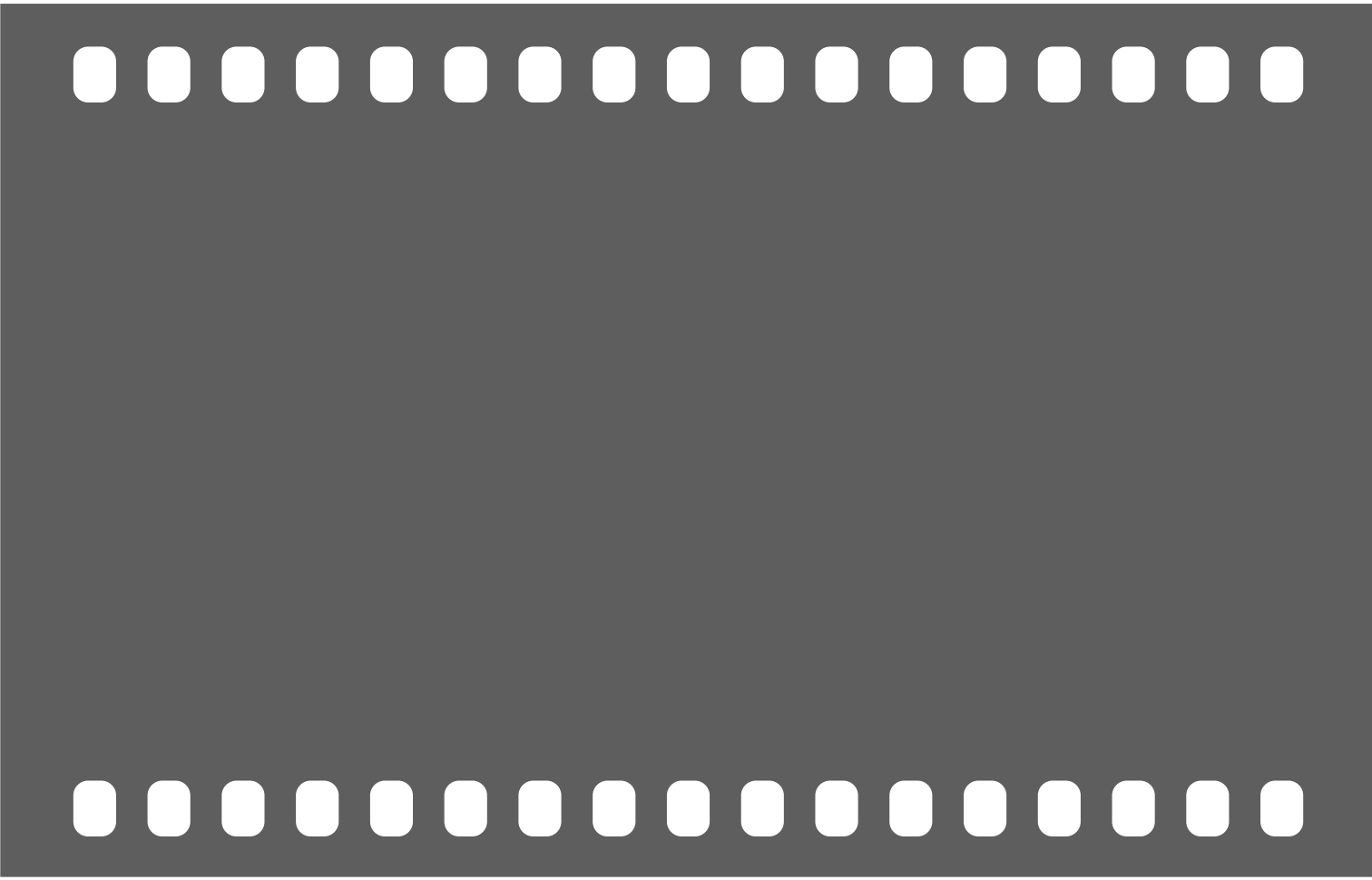
3.7 Cilësitë e fotove virale f.53

3.8 Kreativiteti me fotografinë (ekspozitat dhe konkurset) f.55

4. Fotografia dhe rrjetet sociale f.56

4.1 Facebook f.57

4.2 Instagram f.60

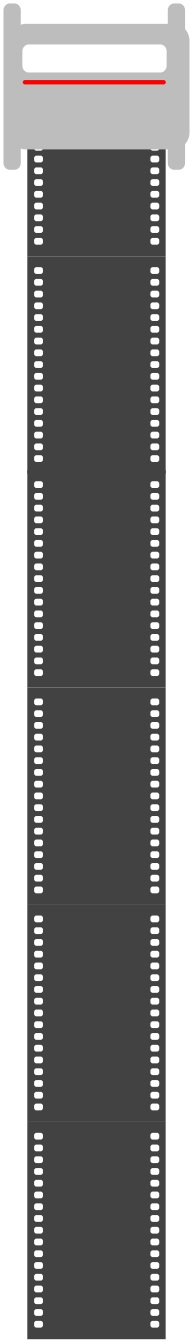


1. Hyrja

Ky udhëzues është hartuar nga Rrjeti Ballkani i Gazetarisë Investigative në Shqipëri dhe ka për qëllim të shtrojë një sërë këshillash praktike për aktivistë të shoqërisë civile dhe organizata në mbrojtje të të drejtave të njeriut për mënyrën si të përdorin fotografinë për të çuar përpara kauzat e tyre. Ilustrimi me fotografi i ngjarjeve nga aktivistët për çështje me interes publik, ka rezultuar të jetë një burim shumë i rëndësishëm për nxitjen e transparencës dhe llogaridhënies së qeverisë, por edhe për të angazhuar më thellë gazetarët në raportimet e tyre të përditshme, si dhe për të mobilizuar qytetarët në protesta.

Ndryshe nga shumë manuale të ngjashme, ky udhëzues vë në fokus të tij përdorimin e imazhit dhe fotografisë si një mjet advokimi nga aktivistët dhe organizatat e shoqërisë civile, duke ofruar eksperiencën nga terreni të fotoreporterëve, por dhe këshilla teorike për t'u aftësuar në shkrepjen e fotove për median tradicionale dhe ato sociale.

Përmes konsiderimit të aktivistëve dhe organizatave si partnerë të rëndësishëm për reflektimin dhe ofrimin e ndihmës në zgjidhjen e problematikave të çështjeve me rëndësi të përbashkët, ne shpresojmë që në përfundim të këtij udhëzuesi, syri juaj fotografik të jetë nxitur më tepër nga fotolajmi dhe mënyrat e advokimit me median.



1.1
Rëndësia e fotografisë

Në një botë ku çdo ditë virualisht hidhen miliona foto e video dhe ku gjatë një shëtitje të shkurtër në rrugë të zë syri pafund imazhe dhe reklama që përpiqen të komunikojnë me publikun dhe klientët e mundshëm, është e panevojshme të diskutojmë për rëndësinë e imazhit në specifika.

Është tashmë e provuar se mjetet vizuale të komunikimit tërheqin vëmendjen e publikut më tepër se fjalët dhe se janë një mundësi e mirë për të nxitur kureshtjen për informacione më të thelluara për çdo fushë.

Fotografia është bërë një element i domosdoshëm i shpërndarjes së informacionit pasi është e thjeshtë, e lehtë për t'u përhapur, shpjegon me një imazh dhe në gjuhë universale atë që do të duheshin shumë fjalë për ta thënë dhe ka një ndikim më të drejtpërdrejtë.

Me sytë ngulur nga smartfonët dhe kompjuterët audienca tashmë nuk mund ta perceptojë marrjen e një informacioni pa një imazh shoqërues, pavarësisht cilësisë së këtij të fundit. Duke e parë vetë atë që i serviret si realitet, audienca më pas vendos se çfarë do të bëjë me të, do ta shpërfillë si të panevojshëm apo do të bëjë diçka për të ndikuar tek ngjarja në fjalë.

Imazhi është një nga format më të fuqishme të të ilustruarit një ngjarje, një kauzë, një problematikë të caktuar,

një ndodhi historike, ku koha është e ngrirë në një figurë të vetme. Imazhi gjithashtu ndikon tek kujdesa vizuale e njerëzve, duke mbetur kështu me shikuesin për një kohë më të gjatë se mjetet e tjera të komunikimit.

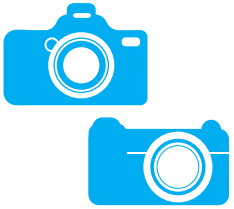
Siç e ka thënë dhe fotografja e njohur amerikane Berenice Abbott "Fotografia ndihmon njerëzit të shohin".

Me zhvillimin e shpejtë teknologjik, tashmë çdo person ka mundësinë që të prodhojë imazhe të tilla që komunikojnë me publikun dhe që mund të mbeten si dokumentim historik i ngjarjeve të dhëna.

Në këtë udhëzues, ne do të shqyrtojmë më gjatë tema si teknikat e fotografimit, etika e të fotografuarit, përdorimi i rrjeteve sociale për kauza, advokimi në media përmes fotografisë, si dhe mënyrat kreative të përdorimit të imazhit.

2.

Teknikat e fotografimit



Ashtu sikurse çdo fushë tjetër, fotografia ka një bazë rregullash të cilat e përbëjnë ato. Këto rregulla shërbejnë jo vetëm për t'i bërë imazhet e shkrepura më estetike dhe më lehtë të perceptueshme nga syri i njeriut, por gjithashtu ndajnë pragun e fotove që perceptohen si profesionale dhe të vlefshme për t'u shpërndarë masivisht te publiku.

Drita dhe kompozimi i imazhit janë thelbi i fotografisë, ashtu sikurse nënkupton origjina greke e emrit, pra të vizatosh me dritë.

Ka tre lloje kryesore aparatesh fotografike aktualisht në qarkullim: DSLR, mirrorless dhe point&shoot.

DSLR janë aparatet fotografike më të përhapura për prodhimin e fotove cilësore, të njohura ndryshe si aparate profesionale dhe gjysmë profesionale. Të afta për të shkrepur foto të një cilësie të lartë me shumëllojshmëri lentesh edhe në kushte të vështira, DSLR kanë si disavantazh peshën e rëndë dhe aksesorët e shtrenjtë.

Mirrorless ose aparatet pa pasqyrë janë aparate po aq profesionale dhe të afta për të prodhuar foto cilësore, por kanë si avantazh peshën e lehtë, lehtësinë e përdorimit dhe shpejtësinë e shkrepjeve. Ato janë po ashtu shumë të përdorshme për prodhimin e videove. Ndër dizavantazhet e mirrorless janë mungesa e shumëllojshmërisë së aksesorëve dhe të lenteve.

Point&Shoot janë aparatet elementare të njohura ndryshe si aparate familjare, pasi çmimi i lirë dhe thjeshtësia e përdorimit i bëjnë ato të favorizuara për fiksimin e fotove që nuk kanë qëllim shpërndarje të gjerë dhe përmbushjen e kritereve artistike/profesionale.

Në sferën e pajisjeve të afta për të prodhuar imazhe, në vitet e fundit kanë konkurruar dhe pajisjet e kudogjendura dhe më të lira, siç janë smartfonët. Shumica e smartfonëve të prodhuar në 3-4 vitet e fundit janë po aq të afta se aparatet fotografike për të fiksuar çastet e nevojshme dhe kanë si favor lehtësinë në përdorim dhe në shpërndarje të imazhit.

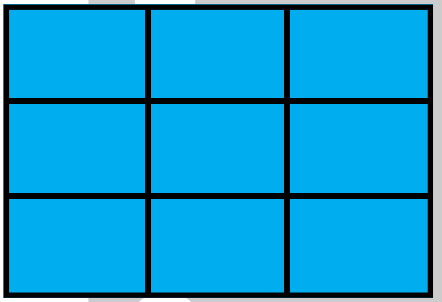
Çfarë e bën një fotografi të pranueshme dhe të pëlqyeshme për syrin? Përgjigjja është kompozimi. Ky i fundit është mënyra e vendosjes së subjekteve brenda fushëpamjes fotografike. Mënyra se si ju zgjidhni ta shikoni një ngjarje dhe ta përcillni atë te një audiencë e caktuar vulos fatin e suksesit apo dështimit të kësaj fotografie.

Në një botë masive të varur tashmë nga prodhimi i imazheve vëmendja njerëzore në vështrimin e një fotoje sa vjen dhe shkurtohet. Një foto që ka një kompozim të mirë, ka gjithashtu më shumë gjasa të shtojë kohën e kushtuar nga shikuesi. Si është e mundur kjo? Kjo mundësohet nga ndjekja e parimeve të kompozimit, ato "sekrete" të fshehura në një imazh që na bëjnë të pëlqejmë një foto pa e ditur as vetë përse.

Rregulli i treshit

Ky rregull konsiston në vendosjen e subjektit kryesor të fotografisë në një të tretën e kornizës fotografike. Shumica e aparateve fotografike, por edhe celularët kanë në opsionet e tyre një ndarje të ekranit në vijëzime që lehtësojnë zbatimin e këtij rregulli.

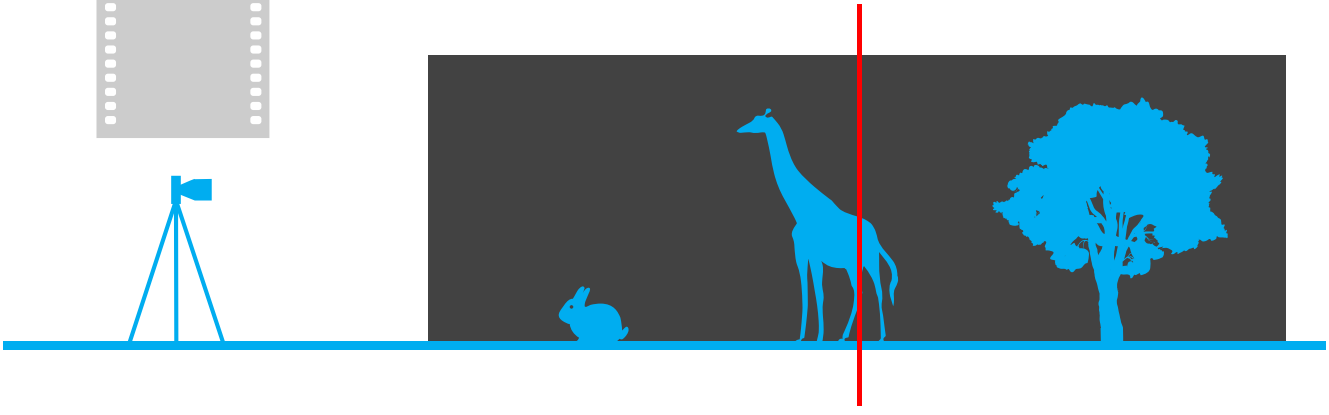
Zbatimi i këtij rregulli kompozimi ofron një imazh të relaksuar dhe me hapësirë të bollshme për syrin për të vështruar fotografinë pa u ndjerë i imponuar të shohë vetëm në një subjekt, por gjithashtu edhe duke i dhënë atij mundësinë të shohë mjedisin rrethues ku po ndodh kjo fotografi.



Një tufë lulesh të lëna nga kryeministri Rama gjatë ceremonisë përkujtimore të katër personave të vrarë në Bulevardin Dëshmorët e Kombit në protestat e 21 Janarit.
Foto: Ivana Dervishi/BIRN

Thellësia e imazhit

Një imazh që mbart thellësi perceptohet kryesisht si një imazh që luan me vëmendjen dhe shikimin e publikut pasi shpalos njëra pas tjetrës pikat kryesore që një fotografi ka për të ofruar. Zakonisht përbehet nga një seri objektesh të cilat vijnë në seri



Dy banorë të Shkozës shohin shembjet e shtëpive të komunitetit rom përgjatë lumit, zonë ku pritet të zgjatohet unaza e madhe e Tiranës.
Foto: Ivana Dervishi/BIRN

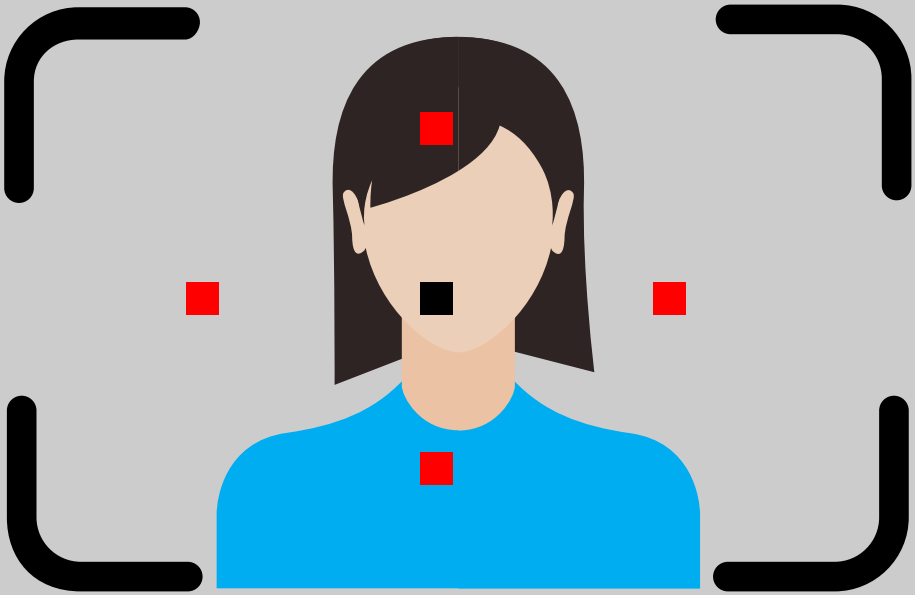
Sfondi neutral

Një nga rregullat më të thjeshta të kompozimit është ai i sfondit neutral, i cili mund të praktikohet kudo dhe kurdo. Një sfond neutral konsiston në një hapësirë që nuk shqetëson syrin në vështrimin e një imazhi dhe që ia jep të gjithë vëmendjen e një fotografie subjektit kryesor që ne kemi zgjedhur të shkrepim. Ju mund të krijoni një foto të tillë duke u siguruar që personi apo objekti që po fotografoni të mos ketë një skenë kaotike pas vetes, por një prapaskenë njëngjyrëshe.

Një punonjëse e landfillit të Sharrës tregon duart për një foto, pasi flet me gazetarët për kushtet e vështira të punës në landfillin famëkeq.
Foto: Ivana Dervishi/BIRN

Imazhi që mbush foton

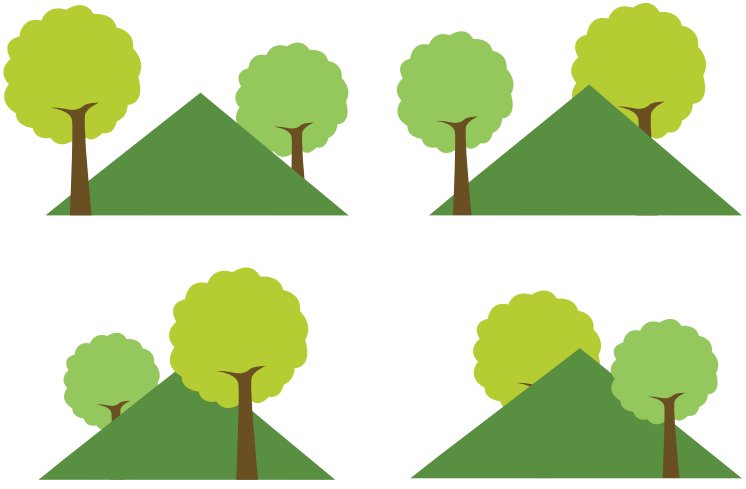
Nëse qëllimi juaj i shkrepjes së një fotoje është të shokoni publikun dhe të përcillni një mesazh të fuqishëm, ju mund të përdorni këtë rregull kompozimi. Thelbi i tij është afrimi i një objekti aq sa ai të zërë të gjithë hapësirën e fotos suaj. Ndikimi që ka ky rregull është të servirë "me forcë" te audienca një objekt apo ngjarje.



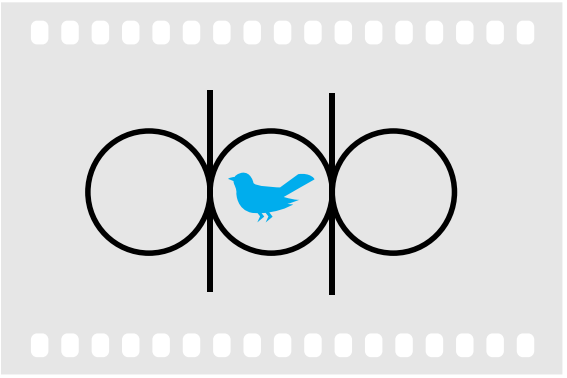
Një protestues i Zharrëzës gjatë protestave përpara ministrisë së energjetikës në Tiranë, ku protestuesit kërkuan ndalimin e dëmtimit të shtëpive nga shpërthimet për kërkimin e naftës dhe gazit, të kompanisë kanadeze Bankers Petroleum në fshatin Zharrëz.
Foto: Ivana Dervishi/BIRN

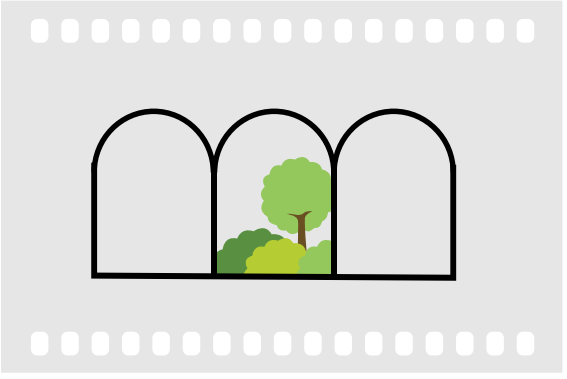
Këndvështrimi ndryshe

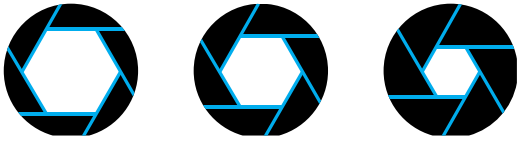
Ashtu sikurse mund të kuptohet, kompozimi në fotografi shërben si një grep për të tërhequr vëmendjen e shikuesit në mënyrë të pavetëdijshme. Një formë e shkëlqyer për ta bërë këtë gjë, është duke i ofruar publikut një imazh të pazakontë. Ky imazh mund të prodhohet lehtësisht duke shkrepur foto që janë në disnivel me sytë e njeriut. Pra, ju mund të ulni kamerën për të shprehur një foto nga poshtë lart, ose mund ta ngrini atë për të prodhuar një foto nga lart poshtë duke krijuar kështu efekt solemniteti.

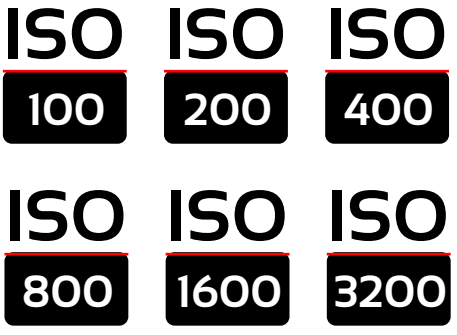


Aktivistë të komunitetit LGBTI në Shqipëri gjatë paradës së tyre të përvitshme.
Foto: Ivana Dervishi/BIRN









Korniza natyrale

Nëse po kërkoni të tregoni një ngjarje duke e përzier me elementë artistikë për ta bërë më të këndshëm për shikuesit, korniza natyrale e fotos ju ofron mundësinë ta bëni këtë. Për një kompozim të tillë mjafton të shkrepni një foto të kufizuar nga të katërta anët nga një objekt tjetër i cili ju lejon të shihni atë që fshihet pas tij.

Përtej rregullave të kompozimit, një imazh i mirë është i mirëndriçuar. Ai duhet të ketë mjaftueshëm dritë për të parë se çfarë po ndodh në një foto, por gjithashtu të jetë jo i mbiekspozuar, ose i tejzbardhur. Blicet janë një mënyrë e mirë e ndriçimit të fotografive për ambientet e errëta. Disa aparate i kanë ato pjesë të integruara në një nivel bazik, ndërsa blice edhe më cilësore mund t'i shtohen aparatit si aksesorë kundrejt çmimeve që fillojnë nga 100 dollarë.

Çdo aparat ka disa specifika që ju lejojnë të kontrolloni dritën që hyn në kamerën tuaj përmes, hapjes së diafragmës, shpejtësisë së shkrepjes apo ndjeshmërisë ndaj dritës ISO. Ju mund të mësoni më shumë për këto kombinime online në uebin Digital Photography School me përmbajtje falas dhe kundrejt pagesës së leksioneve të fotografisë. https://digital-photography-school.com/

Gjithsesi, në përmbyllje të këtij kapitulli duhet të nënvijëzojmë se çdo aparat ofron mundësinë e përdorimit automatik të tij, gjë që nënkupton që kamera bën vetë llogaritjet e nevojshme në bazë të dritës që percepton. Këto imazhe janë shpesh të përdorshme dhe të pranueshme për publikim.

Naftëtarët protestues të ARMO-s marshojnë në Tiranë pasi nuk kanë marrë pagat prej mbi një viti.
Foto: Ivana Dervishi/BIRN

2.2
Si të mendojmë si fotoreporter/e

Që një organizatë ose një grup i caktuar i shoqërisë civile të ketë një advokim të suksesshëm në media kërkohet një kuptim i përgjithshëm i mendësisë mediatike. Në këtë kapitull ne po flasim për rëndësinë e imazhit fotografik, detyrë që në media e mbartin fotoreporterët.

Një fotoreporter/e praktikon një formë të gazetarisë të bazuar te prodhimi, editimi dhe prezantimi i imazheve për të treguar një histori dhe ndodhi që përbën interes publik. Në këtë aspekt fotografia shërben si mjet informues, krejt ndryshe nga përdorimi tradicional i saj për interes vetjak apo artistik.

Kërkoni

Kur shkojnë për të fotografuar një ngjarje të caktuar, fotoreporterët gjithnjë përpiqen të mbledhin të dhëna paraprake për ngjarjen që do të mbulojnë. Pasja e sa më shumë të dhënave për një subjekt, çon në një balancim të të dhënave dhe në sa më shumë paanshmëri të fotove. Është mjaft e lehtë që një situatë e dhënë të ofrojë një perceptim të gabuar nga realiteti dhe çdo fotoreporter/e ka detyrën të shmangë shtrembërimet dhe t'i qëndrojë të vërtetës.

Një tjetër arsye e mirë përse dijenitë paraprake për ngjarjen shërbejnë pozitivisht në përmbushjen e detyrës së pasqyrimit fotografik të një ndodhie, është ofrimi i sa më shumë këndvështrimeve dhe aspekteve të asaj që po fotografojmë.

Mungesa e njohurive mund të përkthehet në mediatizim të një çështjeje të gabuar në një aspekt të gabuar, gjë që është e pafalshme për një person që merr përsipër të informojë publikun e gjerë. Si pjesë e një organizate, ju shpesh keni mundësinë e informacioneve më të thelluara që do t'ju çojnë në

Çdo kauzë që lidhet me të drejtat e njeriut përbën një çështje me interes publik. Një fotoreporter ka përherë në mendje lajmin kur shkon për të fotografuar një ngjarje të dhënë. Dhe këtu kujtojmë pesë 'W' e famshme të cilat ndihmojnë për t'iu përgjigjur çfarëdo pyetje të nevojshme për të mësuar se për çfarë bëhet fjalë.

KUSH – Fotografoni personat që janë në qendër të interesit tuaj dhe palët që mund të jenë të përfshira në mënyrë direkte dhe indirekte.

ÇFARË – Shkrepni foto të lidhura me orientimin e përgjithshëm të kauzës.

KU – Foto panoramike dhe detaje të lidhura me shpjegimin e vendit ku po ndodhin ngjarjet.

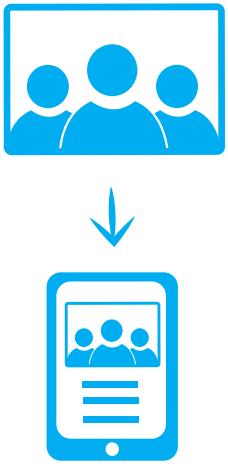
SI – Në pamje të parë përgjigjja e pyetjes duket e vështirë për t'i ofruar një ilustrim fotografik, por ju mund t'i përgjigjeni lehtësisht asaj duke ofruar në imazhe pasojat e dukshme të një problemi të caktuar.

PSE – Shkaku i një kauze të dhënë nuk është lehtësisht i identifikueshëm për syrin e njeriut dhe të fotografit pa pasur informacione paraprake për çështjen. Në rastet e protestave ato mund të identifikohen lehtësisht përmes pankartave, por në rrethana të tjera duhet të bëheni kreativë në foto dhe të besoni tek zgjerimi i çështjes përmes përshkrimit të fotos.

Realizimi

Duke mbajtur parasysh aspektet teknike të fotografimit, realizimi i serisë së fotove që në përfundim të tyre do të përbëjë interes publik dhe do të gjejë vend në median e shkruar dhe vizive, është pjesa më e përgjegjshme, por dhe e bukur e të gjithë punës vizuale.

Ashtu sikurse do t'i shpjegojmë në nënkapitullin e etikës, sjellja e personit që fotografon në këtë etapë dhe marrëdhënia që ai ndërton me personat e tjerë të përfshirë si subjekte të fotografuar është thelbësore. Ju duhet të ruani qetësinë, të fotografoni pa u vënë në qendër të vëmendjes dhe pa shqetësuar të tjerët dhe përherë duke u kujdesur të respektoni integritetin e çdo personi të përfshirë.



Shpejtësia

Ekziston në fakt një shprehje që e konsideron një fotoreporter të ngadaltë, një historian të mirë, por një gazetar jashtë kohës së lajmit.

Harku kohor i pranueshmërisë së publikimit të një fotoje që përbën interes publik sa vjen dhe po ngushtohet përballë teknologjisë së zhvilluar dhe smartfonëve që tashmë shkrepin dhe publikojnë brenda pak sekondave.

Një orë brenda ndodhisë është një rregull i pranueshëm për publikimin e fotove që lidhen me kauza të ngutshme dhe në zhvillim e sipër. Nëse ju përdorni një aparat fotografik të përparuar ai ju ofron lidhjen me WI-Fi me celularin tuaj, ku duke shkarkuar një aplikacion ndërmjetës mund të publikoni në kohë reale fotot. Një tjetër mundësi është kalimi i fotove përmes kartës së memories së aparatit në një laptop dhe publikimi brenda pak minutave.

Në rastet kur po punoni për mbulimin e çështjeve afatgjatë, koha e publikimit varet nga data e paracaktuar e finalizimit të projektit tuaj.

2.3
Si të realizojmë një fotoreportazh

Fotoreportazhi përbëhet nga një seri fotosh të shkrepura të lidhura me njëra-tjetrën duke pasur parasysh trajtimin e një lajmi/çështjeje në mënyrë të thelluar.

Përballë një vëmendje gjithnjë e më të pakët të publikut për shkak të një morie informacionesh globale dhe lokale, rregullat e brendshëm të mediave kryesore udhëzojnë për trajtimin e një çështje brenda 10 deri në 15 fotosh të publikuara së bashku dhe sipas renditjes së mëposhtme.

- **Një foto e hapjes që duhet të tërheqë vëmendjen e publikut duke përmbajtur elementë që shpjegojnë disi rrethanat e ngjarjes.**
- **Dy foto të përgjithshme që u përgjigjen pyetjeve kush dhe çfarë.**
- **Një ose dy foto që përbëjnë lajm dhe që kanë më shumë gjasa të shpërndahen dhe të publikohen në media, edhe si lajm veç.**
- **Dy foto që u përgjigjen pyetjes ku dhe si duke ofruar më tepër informacion për kauzën.**
- **Një ose dy foto kreative dhe të pazakonta të cilat jo domosdoshmërisht e shprehin në pamje të parë lidhjen me kauzën, por që janë pjesë e integruar e saj dhe i shtojnë vlerën reportazhit tuaj.**
- **Një foto emocionale që do të ndikojë në plan afatgjatë publikun.**
- **Një foto përmbyllëse, plan i madh (panoramike).**

Nëse do të siguroheni që fotoreportazhi juaj i ka të gjithë këta elementë, ai ka shanse të larta të advokojë në media, por dhe te publiku dhe instanca të tjera për kauzën që po përpiqeni të çoni përpara.

Efektet e një fotoreportazhi nuk janë përherë direkte. Për shembull, ai mund të shihet nga një grup personash, të cilët nuk kanë njohuri për një çështje të caktuar, pa sjellë një reagim të menjëhershëm. Por kur ju të organizoni një protestë në të ardhmen, ata kanë më shumë gjasa t'ju bashkëngjiten apo ta shpërndajnë kauzën tuaj, duke u kthyer kështu në mbështetës.

Po ashtu, fotoreportazhet mund të shërbejnë për të tërhequr vëmendjen e medias edhe nëse nuk e pasqyrojnë në çast në lajme. Fotoreportazhet nga aktivistët dhe organizatat e lidhura me të drejtat e njeriut përherë ngacmojnë kureshtjen e gazetarëve t'u shkojnë më thellë çështjeve të caktuara duke realizuar më pas reportazhe, investigime apo lajme. Në rastet më të mira, ai mund të pasqyrohet dhe në median ndërkombëtare.
Realizimi i një serie fotosh mund të prekë gjithashtu atë pjesë të publikut të gjerë, që ka mjete financiare dhe që mund të kontribuojë në mënyra monetare ose përmes shërbimeve për kauzën tuaj.

2.4
Ilustrime të një fotoreportazhi

Studentët në konvikte e shtyjnë shkollimin mes papastërtisë dhe kushteve të mjeruara

Mes ankesave për kushte të këqija higjienike në godinat e konvikteve, studentët rrëfejnë mundimet e tyre të përditshme për të shtyrë vitet e shkollimit të lartë në godinat e vjetra dhe të pamirëmbajtura, ndërsa i bëjnë thirrje administratës së Qytetit Studenti të ndërhyjë menjëherë për të siguruar një jetesë normale.

Godinat e konvikteve të Rezidencës Studentore Universitare nr. 1 në Tiranë.
Foto: Ivana Dervishi/BIRN

Godinat e konvikteve të Rezidencës Studentore Universitare nr. 1 në Tiranë.
Foto: Ivana Dervishi/BIRN

Një dhomë në një prej godinave të konviktit në Qytetin Studenti.
Foto: Ivana Dervishi/BIRN

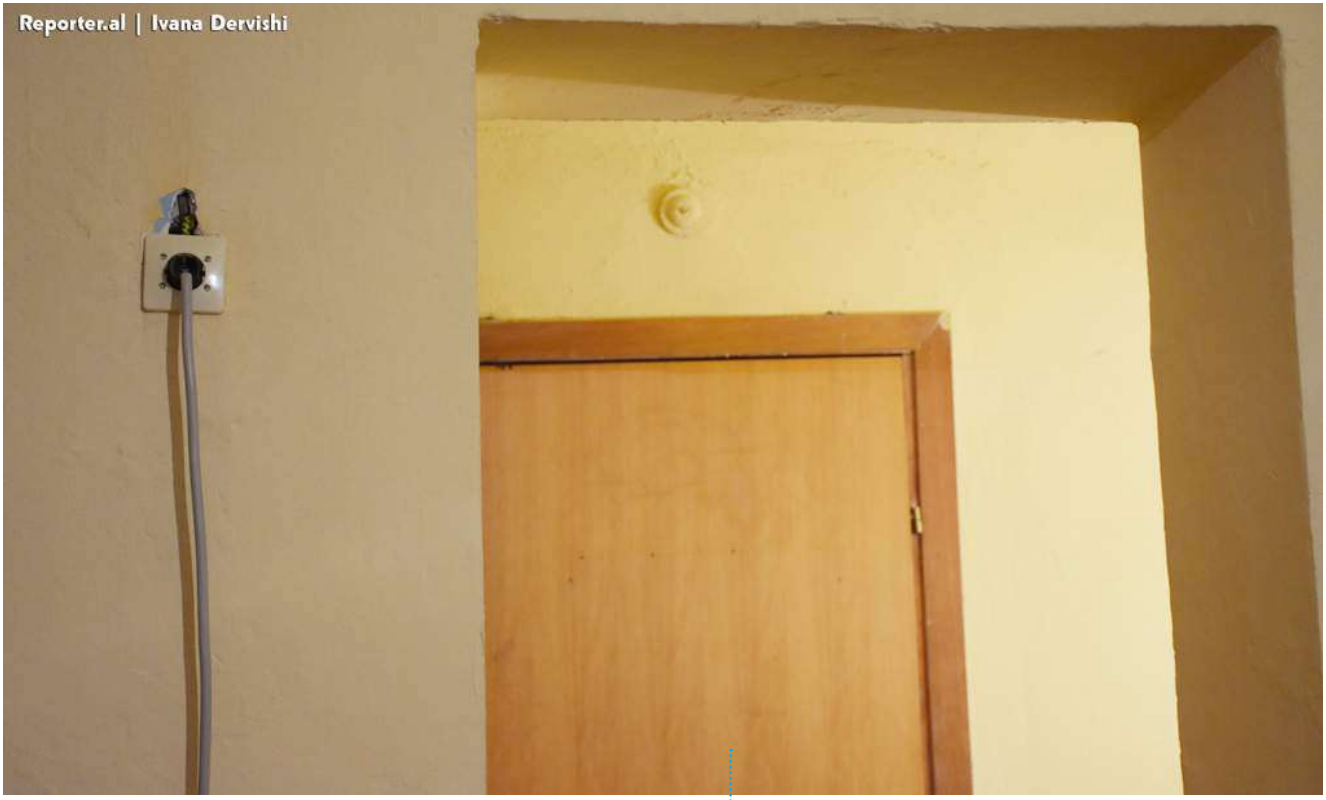
Kondikterët ankohen se dhomat kanë nga një prizë, e cila digjet shpesh prej ngarkesës dhe ngrohen me fërnellën që gatuajnë.
Foto: Ivana Dervishi/BIRN

Godinat e konvikteve të Rezidencës Studentore Universitare nr. 1 në Tiranë.
Foto: Ivana Dervishi/BIRN

Një dhomë në një prej godinave të konviktit në Qytetin Studenti.
Foto: Ivana Dervishi/BIRN

Një dhomë në një prej godinave të konviktit në Qytetin Studenti.
Foto: Ivana Dervishi/BIRN

‘Dyshekëve u kanë dalë sustat, ngrohëset nuk funksionojnë, interneti kap vetëm në katin e parë’ ankohen konviktorët.
Foto: Ivana Dervishi/BIRN



Një dhomë në një prej godinave të konviktit në Qytetin Studenti.
Foto: Ivana Dervishi/BIRN

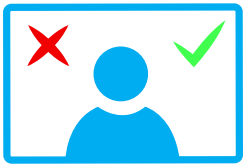
Godinat e konvikteve të Rezidencës Studentore Universitare nr. 1 në Tiranë.
Foto: Ivana Dervishi/BIRN

Tualetet në konviktet e Qytetit Studenti janë jashtë standardeve të higjienës, zbuloi së fundmi një sondazh i grupimit Qëndresa Qytetare.
Foto: Ivana Dervishi/BIRN

Godinat e konvikteve të Rezidencës Studentore Universitare nr. 1 në Tiranë.
Foto: Ivana Dervishi/BIRN

3.

Etika e fotografisë së medias dhe organizatave



Respektimi i etikës ka në dorë reputacionin e çdo enti që shpërndan informacion. Pavarësisht interesit personal të një organizate të caktuar apo të një grupi aktivistësh të lidhur me një kauzë, ruajtja e vërtetësisë është parimi që duhet të udhëheqë punën tuaj.

Në fotografi, ashtu si në fusha të tjera, kjo nuk përbën dallim. Ndërthurja e etikës mediatike, të organizatave dhe fotografisë është objekt i diskutimeve të vazhdueshme, pasi shpesh interesat janë të ndryshme. Po ashtu, ajo që është etike dhe morale në një vend të botës, mund të jetë kulturalisht e papranueshme nga një vend tjetër, gjë që ka lënë në stanjacion zhvillimin e një kodi global të etikës.

Media, për shembull ka në fokus të saj informimin e publikut të gjerë në mënyrë të vërtetë dhe të paanshme.

Një organizatë ose një grup aktivistësh nga ana tjetër duan të mbrojnë një kauzë të caktuar duke fituar sa më shumë vëmendje për t'i ofruar kauzës një zgjidhje të kënaqshme.

Fotografia si një fushë më vete, po e humbet gjithnjë e më shumë etikën e saj përballë praktikimit të gjithëpërhapur nga kushdo, por edhe me rregullat e përthyera të ndikuara nga programet që janë në gjendje të alternojnë fotot pa qenë kjo e dukshme.

Megjithatë, disa parime etike janë të përgjithshme:

A Mosndërhyrja në skenën apo vendin e fotografimit për të mos i shtuar apo hequr elementë që kapin sinqeritetin dhe vërtetësinë e çastit. Në rastin e dokumentimit kur prania e një fotografi është e qartë, organizatave dhe grupeve të tjera u kërkohet të kalojnë një kohë të gjatë me personat që do të fotografohen për t'u bërë pjesë e tyre duke kaluar kontraktimin përpara aparatit fotografik.

B Fotografitë duhet t'i përmbahen të vërtetës dhe vetëm të vërtetës, duke shprehur me ndershmëri dhe paanësi situatat reale dhe historitë e njerëzve.

C Respektoni privatësinë e personave që fotografoni, mos i shfaqni ata në situata që i cënojnë integritetin apo që shkojnë përtej nevojës së publikut për t'u informuar për çështje që lidhen me interes të përgjithshëm.

D Mos përdorni fëmijët si karrem klikimesh apo si foto kryesore të organizatave vetëm ngaqë shkaktojnë më shumë emocione te publiku. Fëmijët janë një grup vulnerabil, të cilët duhen fotografuar me miratimin e prindërve, vetëm në situata të domosdoshme.

E Mos pranoni dhe as mos jepni pagesa për të fotografuar një çështje të caktuar. Qëllimi juaj është informimi i publikut apo grupeve të interesit dhe këtë duhet ta bëni në një mënyrë të paanshme, pa ndërhyrje apo ndikim të jashtëm.

F Gjithnjë respektoni dëshirën e personave të fotografuar për të mbetur anonim në raste të fotove që realizohen në ambiente private dhe që kërkojnë autorizim.

G Cilësimi i saktë dhe i qartë i asaj që po ndodh në përshkrimin shoqërues të fotos. Përshkrimi i çdo fotoje zakonisht fillon në trajtë të pashquar dhe analizon në një fjali atë që shihet në foto. Pasohet nga një fjali që jep detaje të përgjithshme për kauzën dhe përfundon me datën dhe emrin e fotografit/es.

Shembull: Një protestues mban në duar një pankartë që lexon "____", në një protestë të organizuar në bulevardin Dëshmorët e Kombit në Tiranë nga sindikata e naftëtarëve në Shqipëri. Prej një viti e gjysmë naftëtarët e Ballshit nuk janë paguar për shkak të problemeve me ARMO-n. Tiranë, 27 prill 2018. Foto nga X X / Emri i organizatës ose grupimit.

3.1
Sa mund t'i editojmë fotot?

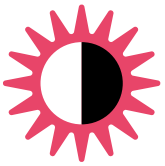
Tundimi për t'i bërë fotot të duken sa më bukur në një kohë kur standardet e fotografisë po rriten është shumë i madh. Megjithatë fotoreporterët dhe personat që zgjedhin ta përdorin fotografinë si një mjet informimi, jashtë qëllimeve artistike i kanë duart e lidhura në postprocesimin e fotove.

Rregullimet që mund të bëjmë janë:

Prerja e fotove

Në rast se një foto është shkrepur në një kënd të gjerë, por thelbi i saj ndodhet në një pjesë më të ngushtë, ju mund t'i prisni fotot tuaja për të krijuar efektin e afrimit të asaj që është më e rëndësishme. Megjithatë, duhet të tregoheni të kujdesshëm të mos lini jashtë kornizës elementë të nevojshëm, pa të cilët fotografia e humbet apo i çorientohet kuptimi.

Ndriçimi dhe kontrasti



Kur një imazh i rëndësishëm për t'u përdorur shfaq vështirësi të perceptimit të rrethanave të ngjarjes për shkak se i mungon ndriçimi apo është zbardhur më shumë seç duhet, lejohet që të rregullojmë këto dy aspekte duke kombinuar dhe kontrastin. Këto ndryshime nuk e shformojnë thelbin e fotos.

Heqja dhe shtimi i objekteve

Është kategorikisht e ndaluar që një fotografie t'i hiqen apo t'i shtohen objekte për hir të estetikës. Fotografitë që dokumentojnë duhen të jenë të pastra nga akuzat për fotoshop.

Ngjyrat

Një fotografi që ka në thelb informimin dhe pasqyrimin e saktë të një ngjarje nuk duhet të luajë më ngjyrat duke i shformuar ato. Gjithashtu përdorimi i bardhezisë shpesh i shton dramacitetin fotove, duke ndikuar në mënyrë të padrejtë në perceptimin e publikut dhe emocionin e fotove.

3.2
Të drejtat e autorit

Respektimi i të drejtave të autorit të fotos është një detyrim ligjor, i cili i shërben jo vetëm njohjes dhe dhënies së kreditit të autorit, por është gjithashtu një garanci e profesionalizmit dhe paanësisë së fotove. Një autor i cilësuar i shton publikut sigurinë e përgjegjshmërisë për fotot e shkrepura dhe i dallon ato nga fotopropaganda. Data, emri dhe mbiemri i fotografit/es duhet të shoqërojnë çdo foto të publikuar. Në rastin e kontraktimit të një personi të jashtëm për të bërë fotot tuaja, ju duhet të saktësoni në kontratë mënyrën e publikimit të fotove me ose pa emrin e fotografit/es.

Blerja e fotove nga fotografë të tjerë.

3.3
Konsensusi fotografik

Dakordësia për t'u fotografuar është një deklaratë individuale më shkrim që e plotëson dhe nënshkruan një person. Konsensusi konfirmon vullnetin e personit të fotografuar për t'u bërë pjesë e serisë së fotos me qëllim publikimin, shpërndarjen dhe përdorimin e imazhit të tij brenda kontekstit. Ai shërben si një dokument shoqërues i fotoreportazhit dhe si një garanci e respektimit të etikës, por gjithashtu edhe si një mbrojtje në gjykatë në rast të ngritjes së pretendimeve për shkelje të privatësisë ose përdorim imazhi.

Unë *emri dhe mbiemri i personit të fotografuar* përmes këtij nënshkrimi pohoj se fotot e shkrepura në këtë set fotografik gëzojnë miratimin dhe vullnetin tim personal. I jap fotografit/es *emri dhe mbiemri i atij që fotografon* të drejtat e plota të përdorimit të tyre brenda kornizës së standardeve ndërkombëtare të etikës fotografike.
Gjithashtu jam i/e vetëdijshëm për shpërndarjen e fotove në internet dhe në botime të ndryshme sipas vullnetit të fotografit/es. Në këtë mënyrë pranoj se i kam lexuar dhe kuptuar kushtet e mësipërme dhe i miratoj autorit/es së fotove çdo përfitim të mundshëm që vjen nga autorësia e fotografive të tij/saj pa ndonjë afat kohor.
Firma _____ Data_____

3.4
Flamujt e kuq të fotografive dhe organizatat

Respektimi i dinjitetit njerëzor duhet të jetë në zemër të çdo përpjekje për të dokumentuar dhe mediatizuar një çështje përmes nënvijëzimit të një problemi apo ofrimit të një zgjidhje për të. Aktivistët apo organizatat që punojnë për të çuar përpara kauza të caktuara e kanë njohur tashmë nga afër rëndësinë e krijimit të marrëdhënie të sinqertë dhe besimi mes tyre dhe komuniteteve të caktuara.

Kjo marrëdhënie është lehtësisht e cenueshme nëse kthehet në përfitim të njëanshëm apo shfaq flamujt e kuq të mëposhtëm:

Paternalizmin

Marrja përsipër e përgjegjësisë për të ndihmuar në kauza të caktuara të një komuniteti nga ana e një grupi aktivistësh apo një organizate është një ndërhyrje delikate që duhet të shmangë paternalizmin. Ky i fundit përkufizohet si sjellje kufizuese e lirisë për të vendosur të një personi apo grupi nga një autoritet më i lartë që i merr ata në mbrojtje apo menaxhim dhe shpreh direkt ose indirekt superioritetin e tij ndaj tyre.

Në fotografi ky paternalizëm mund të shfaqet me anë të imponimit të vullnetit të një organizate te një komunitet i caktuar duke i kërkuar atyre të pozojnë në forma të caktuara për një foto apo duke i fotografuar në rrethana që i shfaqin ata si të pambrojtur dhe në nevojë për ndihma. Një formë e tillë mund të dallohet dhe më indirekt, kur një organizatë zgjedh të shpërndajë foto të një komuniteti ndërsa merr ndihma apo një shërbim të çastit, duke përforcuar një imazh negativ të tyre në media dhe duke krijuar një vijë ne/ata përmes fotografisë.

Stigmatizimi dhe klishetë

Forcimi i stigmave përmes fotografive përveç se është një nga flamujt e kuq të profesionalizmit, është gjithashtu në shkelje të etikës, por edhe të drejtave të subjekteve në foto. Shpesh fotografi të tilla jo vetëm që nuk i ndihmojnë kauzat, por ndikojnë negativisht duke i forcuar paragjykimet e publikut për komunitetet edhe nëse mesazhi që po përpiqeni të

shprehni është i ndryshëm nga mënyra e fotografimit.

Paragjykime të tilla janë për shembull shfaqja e komunitetit rom dhe egjiptian duke lypur, me pamje të trishtuar, fëmijë jashtë kontrollit prindëror; shfaqje e protestuesve përherë si të dhunshëm dhe agresivë; etj.

Mungesa e mendimit origjinal, njohur ndryshe si klishe është po ashtu një vlerë e munguar e fotoreportazheve, të cilat rrezikojnë të kalojnë pa lënë gjurmë ose në rastin më të keq edhe të tërheqin reagim negativ, në kontrast me çështjet e shqyrtuara.

Cënimi i privatësisë

Në rast se ju po trajtoni nga ana fotografike një kauzë të caktuar dhe ky pasqyrim ju kërkon një punë më të thelluar me një komunitet, të drejtat tuaja të fotografimit në pronë publike nuk janë të zbatueshme dhe ju duhet një kujdes i shtuar. Kështu, ju duhet të merrni miratimin paraprak dhe me shkrim të njerëzve që do të fotografoni për t'u shfaqur në fotot tuaja, si dhe të specifikoni me ta se cilat janë kërkesat e tyre për privatësinë.

Kur subjektet kërkojnë privatësi dhe anonimitet, ju keni dy mundësi: të dakordësoheni me ta se nuk do t'ia zbuloni identitetin dhe të merrni përsipër masat e nevojshme ose të mos i realizoni fotot me personat që nuk janë dakord. Në të dyja rastet, ju duhet të shprehni qartë arsyet e fotove, vendet ku ato pritet të dalin dhe kredencialet tuaja.

Anonimiteti mund të bëhet duke i bërë të paqartë fytyrën personave në fjalë, duke kapur detaje rreth tyre që ju interesojnë por nuk i identifikojnë ata ose duke u bërë kreativë në rastin e fotografimit në kënde që errësojnë imazhin e tyre, duke kapur hijen e tyre ose duke i kapur me shpinë. Ju gjithashtu duhet t'i njoftoni ata të heqin aksesorët identifikues, të fshihni tatuazhet në raste se ka dhe elementë të tjerë që zbulojnë vendndodhjen e tyre

3.5
Këshilla kujdesi ndaj stigmatizimit dhe paragjykimeve të fshehura

Ashtu sikurse në lajmet e shkruara, pikëpamjet e autorit kërkojnë mund dhe profesionalizëm, si dhe respektim rigoroz të rregullave dhe kodit të etikës për të mos ndërhyrë me atë që konsiderohet si ngjarja kryesore për të cilën publiku po informohet.

Kurthi i stigmatizimit dhe shfaqja e pavetëdijshme e paragjykimeve të fshehura nga personi përgjegjës për realizimin e fotove ka disa mënyra me të cilat mund të shmanget.

Së pari, paanësia e fotoreportazhit apo fotove në përgjithësi varet kryesisht nga morali personal i atij/asaj që ka marrë përsipër detyrën e realizimit të fotove. Këto janë çështje që ju duhet t'i diskutoni me burimet njerëzore të organizatës suaj, por gjithashtu në rastin e grupimeve informale të aktivistëve për të drejtat e njeriut, sigurohuni të zgjidhni një person me integritet të lartë dhe që shfaq ndjesi të fortë drejtësie dhe gjakftohtësie.

Së dyti, ju duhet të trajnoni paraprakisht fotografin/en për rregullat e etikës të cilësuara në këtë manual, për vlerat e organizatës suaj dhe për veprimet në situata të caktuara përmes kodit tuaj të brendshëm.

Së treti, paragjykimet dhe stigmatizimi mund të luftohen përmes mendimit kritik të informacioneve të mbledhura, por edhe përmes mendjes së hapur dhe vullnetit për të qenë sa më të paanshëm. Duke informuar dikë për të gjitha palët dhe situatat, ju shtoni njohurinë e tij dhe spektrin e mbulimit fotografik të një kauze. Po ashtu, lajmëroni fotografin/en paraprakisht për shmangien e klisheve dhe stigmatizimit.

Së katërti (dhe më e rëndësishmja), fotot e shkrepura duhet të kalojnë disa shtresa të shqyrtimit kur puna juaj është afatgjatë dhe nuk kërkon publikim në çast. Pas realizimit të fotove, ju duhet të uleni së bashku me personin që i ka realizuar, një staf përgjegjës për kauzën apo projektin, si dhe me një ekspert të fushës jashtë grupimit apo organizatës suaj për të diskutuar se cilat foto mund të përdoren dhe cilat kanë në thelb parimin e paanësisë dhe pasqyrimin sa më real, profesional dhe të dobishëm të çështjes.

Së fundmi, edhe në rastin e fotove të publikuara, reagimi i publikut është një mënyrë e mirë për të vlerësuar punën tuaj dhe për të mësuar se cilat janë gjërat që mund t'i kishit bërë më mirë apo cilat janë ato shembuj pozitivë që kanë funksionuar dhe që duhet t'i përdorni sërish.

3.6
Si të advokojmë në media përmes fotove

Perceptimi juaj për median qëndron në thelb të bashkëpunimit tuaj me gazetarët për shpërndarjen e informacionit për sensibilizimin e publikut, ngritjen e një kauze të caktuar apo kërkimin e llogaridhënies ndaj një institucioni përgjegjës. Media, ashtu sikurse çdo fushë tjetër ka një numër të kufizuar burimesh, stafi dhe kohe përballë një realiteti që prodhon vazhdimisht lajme dhe kërkon trajtimin e tyre publikisht. Nga ana tjetër, censura dhe vetëcensura janë faktorë shqetësues që pengojnë median shqiptare të funksionojë në mënyrë të pavarur, siç ka zbuluar dhe një studim i BIRN në vitin 2015.

Prishja e monopolit të medias tradicionale si shpërndarëse e vetme e informacionit përballë një grupi mediash online që trajtojnë lajmet nga këndvështrime të ndryshme dhe më shpejt i ka dhënë komuniteteve jo vetëm më shumë shanse për t'u pasqyruar, por edhe mjete të komunikimit direkt me mediat e dëshiruara.

Ndryshe nga disa vite më parë kur dikush duhej t'i shkruante një letër me dorë kryeredaktorit të një gazete dhe ta postonte atë në adresën e redaksisë e të priste për një reagim disa-ditor apo të qëndronte në linjë për të shprehur një shqetësim në një emision televiziv denoncues, sot gjërat janë thjeshtuar. Tashmë organizatat dhe grupet e interesit kanë krijuar bazën e tyre të të dhënave të kontakteve të mediave dhe dërgojnë vazhdimisht emaile informuese te shumë redaksi online dhe televizive.

Po ashtu, aktivistët po veprojnë duke përdorur rrjetet sociale për të qëndruar në kontakt të vazhdueshëm me gazetarët që ata shohin si më pranë dhe më të interesuar për çështjet që ata kanë të përbashkëta.

Kontakti i drejtpërdrejtë me gazetarët përmes telefonit apo mesazheve i vë ata më para përgjegjësisë si informues duke shmangur konceptin abstrakt të një komuniteti dhe medias, por duke vënë përballë dy pjesëtarë të këtyre funksioneve.

Së fundmi, nëse aktivistët e një çështjeje këmbëngulin vazhdimisht në kauzat e tyre dhe e shpërndajnë atë jo vetëm te media por mbi të gjitha te personat e tjerë të interesuar për t'iu bashkangjitur atyre, kjo e vë median në një pozitë humbësi në rast se nuk e mbulon një ngjarje të caktuar.

Në këtë pikëpamje, përdorimi i fotografisë nuk përbën dallim. Në kuadër të mirëmbajtjes së marrëdhënieve tuaja me median, ju shpesh do të gjendeni përballë dy zgjedhjeve:

1. Ju mund të kontaktoni gazetarët, fotoreporterët duke u dhënë paraprakisht informacione për kauza dhe aktivitete të caktuara me rëndësi për publikun e gjerë dhe të ndërmjetësoni nëse është e nevojshme kontaktin gazetar-komunitet.

2. Organizata/grupimi juaj mund të vendosë të marrë përsipër prodhimin e fotoreportazheve apo fotolajmeve duke ndjekur udhëzimet e këtij kapitulli dhe më pas të bëjë shpërndarjen e tyre tek mediat e interesuara dhe kanalet e tjera të komunikimit për të siguruar mediatizimin e çështjes.

Le të trajtojmë rastin e parë, kur organizata juaj vendos të lajmërojë mediat për një kauzë të caktuar dhe të kërkojnë mbulimin e saj. Si një grupim që ka njohuri të thelluara për problematikat, shkaqet dhe personat e prekur juve ju lind e drejta të përfshiheni në raportimin mediatik përmes ofrimit të pikëpamjeve tuaja. Megjithatë duhet të keni parasysh se media ka nga ana e saj të drejtën e raportimit të pavarur dhe pa u ndikuar nga pikëpamjet e palëve të përfshira, por të ofrojë një kënd objektiv të situatës për publikun e gjerë.

Nëse gazetari/ja kërkon nga ju të ndërmjetësoni, sigurohuni t'i vini në dispozicion faktet që ju dispononi, të kaloni kontaktet e personave të përfshirë nga komuniteti që mund të sqarojnë çështjet e tyre personale dhe të shërbejnë si shembuj ilustrues të kauzës dhe të ofroni një histori të situatës në vitet e fundit. Të gjitha këto ndikojnë për të rritur cilësinë e fotoreportazhit, në rast se fotoreporteri i trajton ato si informacione plotësuese dhe pa i marrë të mirëqena.

Avantazhi i përdorimit të kësaj mënyre të zakonshme advokimi në media është profesionalizmi në realizimin e raportimit nga një person me eksperiencë dhe aksesi në audiencën e një medie të caktuar, si dhe përfitimi nga reputacioni i medias për të forcuar kauzën tuaj.

Disavantazhe të përdorimit të ndërmjetësimit me gazetarët janë publikimi i lajmit vetëm në një median që ka të drejtën e autorësisë së fotoreportazhit; cilësia e raportimit varet nga formimi dhe profesionalizmi i gazetarit/es, besueshmëria e kauzës varet gjithashtu nga besueshmëria e publikut te media që e raporton.

Së dyti, kur ju vendosni të realizoni vetë fotoreportazhet duke përdorur aftësitë vizuale të një pjesëtari të stafit apo një personi të kontraktuar, ju merrni përsipër përgjegjësitë dhe zotoheni të zbatoni rregullat e etikës, por edhe ato teknike.

Shembull

Kështu, le të marrim një shembull të thjeshtë për të ilustruar se si një organizatë mund të advokojë drejtpërdrejt në media dhe te publiku, pavarësisht nëse ka në dispozicion një sasi të madhe burimesh apo një buxhet të vogël.
Ta zëmë se jemi një grupim i vogël i përbërë prej tre aktivistësh të cilët punojnë për të drejtat mjedisore në Shqipëri dhe që kanë zgjedhur të sensibilizojnë publikun përmes fotografisë për rreziqet që i kanosen kafshëve të egra nga moszbatimi i moratoriumit të gjuetisë.
Ne do të udhëtojmë drejt zonave më problematike, ku kemi marrë tashmë informacione nga hulumtimet tona dhe intervistat me banorët e zonave se ekziston gjuetia e paligjshme; ne gjithashtu kemi informacione për llojin e faunës që ndodhet në këto zona, për speciet në zhdukje dhe disa nga shkaqet që çojnë në mosfunksionimin e ndalimit të gjuetisë.
Pas vizitave tona në dy zona me rrezikshmëri të lartë për faunën ne realizojmë një set fotografik të përbërë nga 15 foto, ku tregojmë për shpyllëzimin që rrezikon shpendët dhe kafshët, fotografojmë ndotjen nga njeriu dhe investimet infrastrukturore që shqetësojnë faunën, po ashtu kapim foto të gëzhojave të çifteve të gjuetisë, gjurmë të kafshëve ose mbetje të tyre, fotografojmë kafshë të kapura nga gjahtarët që i kanë shitur për t'u ekspozuar në restorantet e zonës në kafaze dhe shkojmë në tregun ku dyshojmë se gjahtarët shesin prenë e tyre. Pra, në përfundim kemi një set fotosh që i përgjigjet pyetjeve kryesore të një lajmi dhe ofron informacione të thelluara sikur të ishte një reportazh.
Natyrisht që disa foto nga seria jonë përbëjnë një interes të fortë mediatik, fotot e gëzhojave në kohën kur gjuetia në Shqipëri është e ndaluar deri në vitin 2021 tërheqin vëmendjen e publikut, por dhe nxisin autoritetet të forcojnë kontrollet. E njëjta gjë mund të thuhet dhe për shitjen e presë të gjallë te restorantet apo në tregun vendas të mishit të kafshëve të egra. Këto janë zakonisht ato foto që media i kupton dhe shpërndan më lehtë edhe si të vetme titullin fotolajm.
Por le të mbetemi tek fotoreportazhi si një i vetëm. Pas realizimit të fotove, ato

kalojnë në procesin e editimit minimal të sqaruar në nënkapitullin e editimit dhe në përzgjedhjen editorjale të fotove që janë më pranë të të vërtetës, por edhe që godasin më shumë publikun. Ju përgatisni përshkrimin për çdo foto, i vini të drejtat e autorit dhe logon tuaj, i konvertoni në formatet e pranueshme për publikim online (1024x683) ose në cilësi më të lartë në varësi të medias ku do të shpërndahen.
Pastaj mund t'i dërgoni ato me email në listën e medias duke i bashkangjitur shpjegime të rëndësishme për kauzën tuaj për mbrojtjen e faunës dhe problematikat e moratoriumit, një qëndrim tuajin zyrtar për çështjen në fjalë dhe rekomandim tuajin për zgjidhjen e nevojshme dhe të ofroni kontaktet tuaja për gazetarët që duan t'ju kontaktojnë personalisht për të trajtuar më gjerë çështjen. Një alternativë ndaj dërgimit me email, është publikimi i fotove në faqen tuaj zyrtare të internetit bashkë me atë që sipas jush përbën lajm dhe qëndrimin tuaj zyrtar.
Në këtë mënyrë të drejtpërdrejtë, shanset që mediat të shpërndajnë fotot (bashkë me to kauzën tuaj) janë më të mëdha, publiku informohet më gjerësisht pasi audienca shtohet nga mbulimi i disa mediave dhe opinioni publik në përgjithësi mund të reagojë më specifikisht përmes protestave, autoritetet mund të ndihen më në presion dhe kauza të marrë përmasa gjigante dhe të bëhet diskutimi i ditës.

Shembuj të tillë suksesi janë të mundur dhe praktikohen nga disa organizata dhe aktivistë në Shqipëri. Fotoreportazhi në fjalë sigurisht është vetëm një hallkë më vizuale dhe më goditëse e kauzës suaj, por advokimi në media duhet të vazhdojë edhe më specifikisht në pjesë të tjera.

3.7
Cilësitë e fotove virale

Një maturante proteston përpara Parlamentit kundër reformës në arsimin e lartë dhe vendimit të ministrisë së arsimit për të ndryshuar formulën e përllogaritjes së pikëve pranuese në universitete, që la mijëra maturantë pezull gjatë fazave të para të aplikimit.
Foto: Ivana Dervishi/BIRN

Disa kauza marrin më shumë mbulim dhe njihen më gjerësisht nga publiku për shkak se në një pikë të tyre mund të jenë bërë virale, pra të gjithëpërhapura në lajme, në rrjete sociale dhe të përfolura në grupe njerëzish. Arritja e kthimit të një kauze në "lajmin e ditës" apo në këtë rast në "foton e ditës" është kulmi vizual i punës së një grupi që advokon për të drejtat e një komuniteti apo një çështjeje.

Por si ia dalim të krijojmë atë foto virale të ditës, që mediat e shpërndajnë me cilësimet "foto hit", "foto që po bën xhiron e rrjetit"?

Tiparet e përbashkëta të fotove virale janë këto:

a. Rrëfejnë ngjarjen e plotë me një imazh të vetëm.

b. Ofrojnë një shembull flagrant, prekës apo që nxit për ndërhyrje.

c. Hidhet menjëherë gjatë ose ndodhisë.

d. Është e qartë dhe e thjeshtë.

e. I flet publikut.

f. Mundësisht i përmbahet një rregulli të kompozimit.

Fotot virale mund t'ia dërgoni menjëherë mediave online në adresat e tyre në rrjetet sociale ose në email, por gjithashtu mund edhe të përdorni mobilizimin e rrjeteve sociale, duke i bërë ato së pari të shpërndara në ato dhe pastaj të huazuara nga media.

Për shkak të sensibilizimit të një grupi të gjerë njerëzish, fotot virale rrisin gjasat e ofrimit të një zgjidhje për kauzat e caktuara duke vënë në siklet autoritetet të veprojnë menjëherë.

Në kapitullin e rrjeteve sociale ju mund të lexoni më shumë për rëndësinë e këtyre të parave në mediatizimin e foto dhe kthimin në virale.

3.8
Kreativiteti me fotografinë

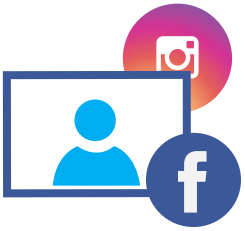
Fotografia ofron mundësi të pafundme për t'u përdorur në të gjitha format dhe mënyrat. Në funksionin tuaj si aktivistë në mbrojtje të të drejtave të njeriut ju mund ta vini fotografinë në shërbimin e rritjes së sensibilizimit të kauzave tuaja në mënyrë direkte dhe indirekte. Ndërsa forma direkte është prodhimi i fotoreportazheve ose fotolajmeve, format e tjera që mund të tërheqin po aq vëmendje janë ekspozitat fotografike dhe konkurset e fotove. Ju mund t'i ndërthurni këto të dyja.

Duke shpallur një konkurs fotografie për një temë që ju keni në thelb të punës suaj dhe kundrejt një shpërblimi të drejtë, ju nxisni publikun të mendojë më gjatë, të hulumtojë për kauza të caktuara dhe të angazhohet e të njihet më nga afër me to. Përveçse ofrojnë mundësinë e audiencës të flasë, konkurset e fotografisë janë një mjet i shkëlqyer dhe për të rritur shikueshmërinë e kauzës, organizatës dhe grupimit tuaj pasi pjesëmarrësit në konkurs ftojnë miqtë e tyre të mbështesin punën që ata kanë realizuar për ju.

Një formë po aq e përhapur e përdorimit të fotografisë dhe kreativitetit janë ekspozitat fotografike. Ato eksplorojnë më në thellësi një kauzë, ndërsa përfshijnë një numër të lartë autorësh që kanë punuar për çështje të ngjashme. Të konsideruara si një zhanër kulturor, ekspozitat e fotografisë, dhe ato me natyrë kauzash për të drejtat e njeriut dyfishojnë gjasat tuaja të mbulimit mediatik, por gjithashtu i japin mundësi publikut të gjerë të kontaktojë ballë për ballë me aktivistët dhe njerëzit që mendojnë njëlloj.

4.

Fotografia dhe rrjetet sociale në Shqipëri



Mbi dy miliard njerëz nga e gjithë bota janë tashmë të pranishëm online përmes profileve të tyre në rrjetet e ndryshme sociale që variojnë nga Facebook, te YouTube, Instagram, Twitter, Snapchat dhe shumë të tjerë. Kjo prani e madhe e përdoruesve online ka hapur një pafundësi mundësish për shpërndarjen e informacionit, ku organizatat dhe aktivistët kanë pjesën e tyre.

Në Shqipëri, këto vitet e fundit rrjetet sociale kanë shërbyer si mënyra më e mirë e mobilizimit të shoqërisë civile dhe aktivistëve kundër kauzave të përbashkëta dhe për kundërshtimin e politikave të gabuara të qeverive. Një nga shembujt më pozitivë është ndalimi i importimit të armëve kimike në Shqipëri në vitin 2014, kur qeveria shqiptare u detyrua të tërhiqej nga angazhimi për importimin e tyre nga Siria pas një vale të madhe protestash të organizuara kryesisht nga rrjetet sociale. Që atëherë, ato vazhdojnë të mobilizojnë aktivistët për kauza nga më të ndryshmet nga taksat, te mjedisi dhe pakënaqësitë e tjera arsimore dhe shoqërore.

4.1
Facebook

Facebook ia doli të arrijë në 2.1 miliardë përdorues aktivë duke u bërë kështu rrjeti më i fuqishëm social në botë. Ai është gjithashtu më i përdorshmi në Shqipëri, falë jetëgjatësisë së tij më të madhe se rrjetet e tjera por edhe për shkak të mundësive të shumta që ofron.

Me krijimin e një llogarie personale, kushdo mund të postojë foto, video, linke të jashtëm, statuse të shkurtra dhe të gjata, si dhe të lidhet me përdorues të tjerë të shtuar në listën e miqve. Po ashtu, një përdorues i Facebook ka mundësinë të krijojë faqe dhe grupe të cilat përfaqësojnë interesa të caktuara, ndërsa mund të marrë të dhëna nga faqet e krijuara prej të tjerëve duke i pëlqyer ato. Përdoruesit mund të zgjedhin nëse profilët e tyre do të mbeten brenda listës së miqve ose të bëhen publikë për këdo brenda dhe jashtë rrjetit social.

Faqet e lajmeve, humorit dhe politikanëve dominojnë faqet më të pëlqyera nga përdoruesit shqiptarë të këtij rrjeti.

Thënë këto, le të shpjegojmë pak më gjerësisht si mund të përdoret ky rrjet social nga një grup aktivistësh apo një organizatë në mbrojtje të të drejtave të njeriut. Në kuadër të rregullave të Facebook nëse përfaqësoni një grupim dhe jo një individ të vetëm, ju duhet ta përdorni atë përmes krijimit të një faqeje që lidhet me të tjerët përmes pëlqimeve.

Me të dhënë informacionet tuaja kryesore, si emri, qëllimi i krijimit, uebi, adresa, kontaktet, faqja juaj tashmë listohet dhe është e kërkueshme nga kushdo. Pas plotësimit të profilit, organizatat dhe aktivistët e përdorin rrjetin për shpërndarjen e postimeve, deklaratave për shtyp, për ngritje të shqetësimeve dhe shpërndarje të materialeve sensibilizuese. Algoritmet e Facebook favorizojnë materialet që i lënë përdoruesit brenda rrjetit të tij, pra një foto, një status apo një video e ngarkuar në Facebook merr më tepër shikues se një postim i një linku të jashtëm që i bën përdoruesit të dalin nga ky rrjet social.

Një tjetër aspekt i rëndësishëm i Facebook është ndërveprimi me përdoruesit e tjerë, të cilët mund të pëlqejnë, të komentojnë dhe shpërndajnë postimet brenda dhe jashtë rrjetit social.

Ato që ju duhet të kini parasysh për përdorimin e Facebook për sensibilizim përmes fotove janë:

a. Facebook ia tregon më shumë përdoruesve fotot dhe videot, krahasuar me llojet e tjera të postimeve.
b. Fotot që Facebook detekton se përmbajnë tekst marrin një audiencë më të kufizuar.
c. Ju mund të krijoni albume nëse doni të publikoni më shumë se një foto.
d. Synimi juaj në përdorimin e Facebook është të nxitni përdoruesit e tjerë të shpërndajnë informacionin tuaj, por gjithashtu të klikojnë në linke të tjera që ju vendosni për të shoqëruar foton.
e. Fotot e postuara në Facebook duhet të kenë patjetër një përshkrim sqarues në mënyrë që audienca të kuptojë çështjen në fjalë dhe të përfshihet në të.
f. Teksti shoqërues i fotove nuk duhet të kalojë një fjali me rreth tridhjetë fjalë për të qenë më i dukshëm për përdoruesit e tjerë.
g. Si një platformë falas, Facebook mbështetet te reklamimet dhe për këtë arsye ai ofron mundësinë e reklamimit të përmbajtjes për të arritur te më shumë përdorues, të cilët zgjidhen bazuar te vendndodhja, pëlqimet dhe fushat e interesit. Një grup i madh kompanish dhe organizatash përdorin postimet e sponsorizuara për të çuar përpara fushatat e tyre dhe për të fituar më shumë audiencë.

Grupet po ashtu janë një hapësirë tjetër e rëndësishme online. Nëse ju si aktivistë shpërndani një foto te një grup i zgjedhur njerëzish të cilët janë anëtarësuar aty për një kauzë të caktuar, ky është një informim më direkt dhe te një target grup më specifik. Grupet kanë të paktën një administrator dhe shumë anëtarë, dhe mund të jenë publikë ose sekretë.

Facebook ofron mundësinë që përdoruesit të krijojnë evente dhe shpërndarja e fotove për të cilat realizohet një event protestë, takim, diskutim rrit sensibilizimin e publikut për arsyen e

pjesëmarrjes.
Si aktivistë, ju duhet të tregoni gjithashtu kujdes që të shpërndani fotot dhe postimet tuaja në oraret më aktive të përdoruesve të faqes suaj.

4.2
Instagram

Instagram si platformë e bazuar vetëm te fotot është një rrjet social që po rritet fuqishëm me 800 milionë përdorues aktivë që postojnë çdo ditë. Në Shqipëri, ajo është platforma më e përdorshme pas Facebook për të postuar imazhe dhe ka marrë përdorim të gjerë për shkak të lehtësisë së gjetjes së informacionit dhe fushave të interesit përmes hashtageve.

Si një rrjet social i fokusuar te fotografia, Instagram ka rritur ndjeshëm kërkesën për foto cilësore, duke detyruar përdoruesit të mundohen pak më gjatë për të krijuar përmbajtje brenda rregullave të estetikës. Pra, një foto e mirë dhe e realizuar me profesionalizëm do të marrë më shumë shikime, do të ketë më tepër impakt dhe ka më tepër gjasa të shpërndahet.

Instagram është vendi më i mirë ku ju mund të shpërndani fotoreportazhet apo fotolajmet tuaja të sigurt se cilësia e tyre do të vlerësohet dhe se interesi e shikueshmëria do të jetë e lartë jo vetëm nga përdoruesit e tjerë, por edhe nga faqet ndërkombëtare dhe organizatat e interesuara në mbrojtje të të drejtave të njeriut.

Në përdorimin e Instagram si aktivistë shmangni përdorimin e filtrave që ofrohen brenda faqes dhe postoni përmbajtje me cilësi të lartë, ndërsa bëni të qartë në përshkrimin e fotos se çfarë po ndodh në të.

Si një platformë e re, Instagram aktualisht ofron reklama me çmime të ulëta dhe audiencë më të gjerë se Facebook, ndërsa opsioni i shpërndarjes së historive 24-orëshe dhe publikimi i videove live janë të tjerë aspekte që e bëjnë atë një mjet të shkëlqyer për imazhe.

Fotografia dhe aktivizmi

Udhëzues praktik

© Rrjeti Ballkanik i Gazetarisë Investigative, Shqipëri
Tiranë, 2018