



YOU PART

Engage. Connect. Empower

CAMBIA LO SLOGAN, CAMBIA L'IMMAGINE

OBIETTIVI

MATERIALI

PREPARAZIONE

ISTRUZIONI

ULTERIORI INFORMAZIONI

CAMBIA LO SLOGAN, CAMBIA L'IMMAGINE

FATTI

Età: 13 +

Numero di partecipanti: 9 – 99

Durata: 90 minuti / giorni diversi

OBIETTIVI

Questa attività educativa multimediale è pensata per confrontarsi su slogan e immagini politiche in modo creativo e critico. Si tratta di un'esplorazione giocosa della pubblicità elettorale e può essere divertente per i partecipanti. L'attività incoraggia ad approfondire le posizioni politiche e i programmi elettorali dei partiti. In questo modo, alcuni giovani potrebbero anche conoscere per la prima volta i partiti (soprattutto quelli minori). Poiché gli spazi pubblici e virtuali sono dominati dalla pubblicità, l'attività può anche servire a far riflettere i giovani sul loro spazio sociale.

MATERIALI

PCs, smartphones, stampanti, social media

PREPARAZIONE

I partecipanti possono utilizzare la fotocamera dei loro telefoni cellulari. Tuttavia, potete anche fornire delle fotocamere, a seconda della disponibilità del centro giovanile.

INSTRUCTIONS

Step 1

I partecipanti esplorano il loro spazio sociale e scattano almeno 3 foto/selfie ai manifesti elettorali di 3 partiti diversi. Possono farlo da soli, ma è sicuramente più divertente in piccoli gruppi.

Step 2

Riproducete le pose dei politici sui manifesti elettorali, scattate loro delle fotografie e/o dei brevi video.

Step 3

Modificate le immagini con filtri, ecc. Cambia la pubblicità, cambia la politica!

Step 4

A seconda dello stato d'animo, degli interessi e delle capacità dei partecipanti, essi possono anche creare i propri meme. Ad esempio, con l'aiuto di programmi per creare immagini con intelligenza artificiale, si può mostrare quanto sia semplice, ma al tempo stesso manipolabile, la creazione e l'uso delle immagini. Parole chiave: foto false, fake news.

Step 5

Pubblicate le immagini sui vostri canali social media preferiti.

Step 6

Decorate il centro giovanile con le foto stampate, ad esempio accanto alle informazioni elettorali.

Step 7

Riflettete e discutete sul modo in cui i partiti e i loro candidati si rappresentano, cercano di attirare l'attenzione e sull'importanza dello spazio pubblico. Riflettete su domande come: quali sono gli slogan e le immagini più sorprendenti, migliori e peggiori? La pubblicità elettorale è buona, ma il programma del partito è mediocre o viceversa? Ci sono immagini e slogan discriminatori? Ci sono immagini e slogan (involontariamente) divertenti? Qual è il rapporto di genere tra i candidati? Quanta pubblicità in generale e pubblicità elettorale in particolare viene utilizzata nello spazio pubblico? Chi è il proprietario dello spazio pubblico?

ULTERIORI INFORMAZIONI PER I FACILITATORI

L'attività può essere ampliata a piacere.

Esempio 1: Potete controllare la pubblicità elettorale sia offline che online o concentrarvi solo su una delle due forme di comunicazione.

Esempio 2: Si può organizzare una piccola competizione per scegliere il miglior nuovo slogan e/o la migliore nuova immagine.

Esempio 3: "Cambia la pubblicità, cambia la politica!". I partecipanti imitano i politici stessi e si esibiscono con i loro slogan e manifesti elettorali (magari anche con un breve manifesto elettorale). Può essere molto divertente!

Questa attività può essere ben integrata con altre attività che ruotano attorno a un'elezione. Può anche essere svolta in giorni diversi nelle settimane precedenti le elezioni. Naturalmente, il metodo può essere utilizzato anche indipendentemente dalle elezioni e per discutere criticamente la pubblicità delle aziende in generale.

L'attività è ispirata a metodi conosciuti come "subvertising", "culture jamming", "brandalism" and "adbusting", metodi di disorientamento, copertura o ridisegno della pubblicità nello spazio pubblico per invertirne o ridicolizzarne il significato. Il termine è stato coniato dall'organizzazione non profit canadese Adbusters Media Foundation, dedicata all'anticonsumismo. Per motivi legali non promuoviamo esattamente l'adbusting in pubblico.



YOU PART

Engage. Connect. Empower

PROJECT PARTNERS



This publication was developed with the financial support of the European Union under the Erasmus+ Programme. Its contents are the sole responsibility of the project partners of YOU PART and do not necessarily reflect the views of the European Union. The European Commission is not responsible for any use that may be made of the information it contains.