



YOU PART

Engage. Connect. Empower

PROMENI SLOGAN, PROMENI IMIDŽ

OSNOVNE INFORMACIJE

CILJEVI

MATERIJALI

PRIPREMA

UPUTSTVA

DODATNE INFORMACIJE

PROMENI SLOGAN, PROMENI IMIDŽ

OSNOVNE INFORMACIJE

Starost učesnika: 13+

Broj učesnika: 9 - 99

Trajanje: 90 minuta / različitim danima

REZIME

Ova medijska edukativna aktivnost je osmišljena da se bavi političkim sloganima i slikama na kreativan, kritički i razigran način.

CILJEVI

Ova medijska obrazovna aktivnost je osmišljena da se bavi političkim sloganima i slikama na kreativan i kritički način. Zamišljeno je da bude razigrano ispitivanje predizbornog oglašavanja i trebalo bi da bude zabavno za učesnike. Aktivnost podstiče da se sagledaju politički stavovi i izborni programi partija. Na ovaj način i neki mladi ljudi mogu po prvi put postati svesni (manjih) zabava. Budući da i javnim i virtuelnim prostorima dominiraju reklame, ova aktivnost može poslužiti i da mladi ljudi dobro razmisle o svom društvenom prostoru.

MATERIJALI

Računari, pametni telefoni, štampači, društveni mediji

PRIPREME

Učesnici mogu da koriste svoje kamere na pametnim telefonima. Međutim, možete obezbediti i kamere, u zavisnosti od opremljenosti omladinskog centra.

UPUTSTVA

Korak 1:

Učesnici istražuju svoj društveni prostor i snimaju najmanje 3 fotografije / selfija izbornih postera 3 različite stranke. Oni to mogu sami, ali je definitivno zabavnije u malim grupama.

Korak 2:

Odglumite poze političara na predizbornim plakatima, slikajte ih i/ili kratko snimate.

Korak 3:

Uredite slike sa filterima itd. Promenite reklamu, promenite politiku!

Korak 4:

U zavisnosti od raspoloženja, interesovanja i veština učesnika, oni takođe mogu da naprave svoje mimove. Na primer, uz pomoć AI programa za slike takođe se može pokazati koliko su jednostavne, ali i manipulativne, napravljene i korišćene slike. Ključne reči: lažne fotografije, lažne vesti.

Korak 5:

Postavite slike na svoje omiljene kanale društvenih medija.

Korak 6:

Ukrasite omladinski centar štampanim slikama; na primer, pored informacija o izborima.

Korak 7:

Razmišljajte i razgovarajte o načinu na koji stranke i njihovi kandidati predstavljaju sebe, nastoje da privuku pažnju i važnost javnog prostora. Razmislite o pitanjima poput: Koji su najupečatljiviji, najbolji, najgori slogani i slike? Da li je izborna reklama dobra, ali partijski program loš - ili obrnuto? Ima li diskriminatornih slika i slogana? Ima li (nenamerno) smešnih slika i slogana? Koji je odnos polova među kandidatima? Koliko se oglašavanje uopšte, a posebno predizborno oglašavanje koristi u javnom prostoru? Ko je vlasnik javnog prostora?

DODATNE INFORMACIJE ZA FACILITATORE

Aktivnost se može produžiti po želji.

Primer 1: Možete da proverite i oflajn i onlajn predizborno oglašavanje ili da se usredsredite na samo jedan od dva oblika komunikacije.

Primer 2: Malo se takmičite da izaberete najbolji novi slogan i/ili najbolju novu sliku.

Primer 3: „Promeni oglašavanje, promeni politiku!“ Učesnici imitiraju same političare i predstavljaju se svojim sloganima i plakatima (možda čak i kratkim izbornim manifestom). Ovo može biti prilično smešno!

Ova aktivnost se može dobro kombinovati sa drugim aktivnostima oko izbora. Takođe se može sprovoditi različitim danima u nedeljama pre izbora. Naravno, metod se može koristiti i nezavisno od izbora i za kritičku diskusiju o oglašavanju kompanija uopšte.

Aktivnost je inspirisana metodama poznatim kao “subvertising”, “culture jamming”, “brandalism” i “adbusting”, ili na drugi način redizajniranja reklama u javnom prostoru kako bi se preokrenulo ili ismejalo njegovo značenje. Termin je skovala kanadska NPO Adbusters Media Fondacija, posvećena borbi protiv potrošača. Iz pravnih razloga ne promovišemo baš adbusting u javnosti.



YOU PART

Engage. Connect. Empower

PROJECT PARTNERS



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.