



# YOU PART

Engage. Connect. Empower

## **SPREMENI SLOGAN, SPREMENI PODOBO**

**DEJSTVA**

**CILJI**

**MATERIALI**

**PRIPRAVA**

**NAVODILA**

**DODATNE INFORMACIJE**

# SPREMENI SLOGAN, SPREMENI PODOBO

## DEJSTVA

**Starost** udeležencev: 13 +  
**Število** udeležencev: 9 – 99  
**Trajanje:** 90 minut / različni dnevi

## CILJI

Ta izobraževalna aktivnost o medijih je namenjena ustvarjalnemu in kritičnemu obravnavanju političnih sloganov in podob. Namenjena je igrivemu preučevanju volilnega oglaševanja in naj bi bila za udeležence zabavna. Aktivnost spodbuja k proučevanju političnih stališč in volilnih programov strank. Na ta način se lahko nekateri mladi prvič seznanijo tudi z (manjšimi) strankami. Ker tako v javnem kot virtualnem prostoru prevladujejo oglasi, lahko aktivnost služi tudi temu, da mladi dobro premislijo o svojem družbenem prostoru.

## MATERIALI

računalniki, pametni telefoni, tiskalnik, družbeni mediji

## PRIPRAVE

Udeleženci lahko uporabljajo fotoaparate na svojih pametnih telefonih. Če imate v mladinskem centru možnost, pa lahko udeležencem zagotovite tudi fotoaparate.

# NAVODILA

## Korak 1

Udeleženci raziskujejo svoj družbeni prostor in posnamejo vsaj 3 fotografije / "selfije" z volilnimi plakati 3 različnih strank. To lahko storijo sami ali pa v manjših skupinah, kar je lahko bolj zabavno.

## Korak 2

Ponovno uprizorite položaje politikov na volilnih plakatih, jih fotografirajte in/ali posnemite kratke videoposnetke.

## Korak 3

Udeleženci naj nato fotografije uredijo/spremenijo z uporabo različnih filtrov ipd. Spremenite oglaševanje, spremenite politiko!

## Korak 4

Glede na razpoložanje, interese in sposobnosti udeležencev lahko tudi sami izdelajo svoje meme. S pomočjo programov za izdelavo slik z umetno inteligenco je na primer mogoče prikazati tudi, kako preprosto, a tudi manipulativno se izdelujejo in uporabljajo fotografije. Ključne besede: lažne fotografije, lažne novice.

## Korak 5

Udeleženci naj fotografije objavijo na svojih priljubljenih družbenih medijih.

## Korak 6

Mladinski center okrasite z natisnjenimi fotografijami – npr. obesite jih lahko na steno ob informacije o volitvah.

## Korak 7

Udeležence spodbudite k razmisleku in razpravi o tem, kako se stranke in njihovi kandidati predstavljajo, kako želijo pritegniti pozornost in kako pomemben je za to javni prostor. Razmislijo naj o vprašanjih, kot so: Kateri slogani in podobe so najbolj presenetljivi, najboljši ali najslabši? Ali je volilno oglaševanje dobro, strankarski program pa slab - ali obratno? Ali obstajajo diskriminatorne podobe in slogani? Ali obstajajo (nenamerno) smešne podobe in slogani? Kakšno je razmerje med spoloma med kandidati? Koliko oglaševanja na splošno in zlasti volilnega oglaševanja se uporablja v javnem prostoru? Kdo je lastnik javnega prostora?

## **DODATNE INFORMACIJE ZA MODERATORJE**

Aktivnost lahko po želji razširite.

Primer 1: Preverite lahko tako spletno kot tudi volilno oglaševanje v živo, ali pa se osredotočite le na eno od oblik komuniciranja.

Primer 2: Z udeleženci izvedite tekmovanje za najboljši nov slogan in/ali najboljšo novo podobo.

Primer 3: "Spremenite oglaševanje, spremenite politiko!" Udeleženci naj posnemajo politike in se predstavijo s slogani in plakati svoje kampanje (lahko tudi s kratkim volilnim manifestom). To je lahko precej smešno!

Aktivnost je mogoče dobro preplesti z drugimi aktivnostmi, ki so povezane z ozaveščanjem o volitvah. Izvedete jo lahko tudi ob različnih dnevih v tednu pred volitvami. Aktivnost lahko uporabite tudi neodvisno od volitev, za namen kritične razprave o oglaševanju podjetij na splošno.

Aktivnost je navdihnjena z metodami, znanimi kot "subvertising", "culture jamming", "brandalism" in "adbusting", metodami razkrivanja, lepljenja ali drugačnega preoblikovanja oglaševanja v javnem prostoru, z namenom, da bi spremenili ali osmešili njegov pomen. Izraze je skovala kanadska neprofitna organizacija Adbusters Media Foundation, ki si prizadeva za boj proti prekomernemu potrošništvu. Zaradi pravnih razlogov ne spodbujamo ravno izvedbe the metod v javnosti.



# 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.