



**mind
over
media** Hrvatska
Učinkovita analiza propagande

PROPAGANDA

JE SVUDA OKO NAS.

ZNATE LI JU

PREPOZNATI?

dkmk

www.mindovermedia.eu/hr

mind over media Hrvatska Učiteljska mreža propagande

Croatian

Log in

UČITE OCIJENITE PRETRAŽITE UČTAJTE SADRŽAJE ZA UČITELJE PROPAGANDNE TEHNIKE

Propaganda je svugdje oko nas.
Znate li kako ju prepoznati i reagirati na nju?

Mind Over Media 2018

ARE YOU MORE POWERFUL THAN PROPAGANDA?

NAUČITE
kako prepoznati propagandu kada ju vidite

OCIJENITE
primjere, interpretirajte njihove poruke i procijenite njihov utjecaj

PRETRAŽITE
I grupirajte primjere koji su objavljeni na stranici

UČTAJTE
I podijelite primjere iz svog okruženja

Mind Over Media Education Ltd.

© PROJEKTU: PIRNATINOVIĆ - IZMJENICE ZA OBLIJU SADRŽAJA

Platforma Mind Over Media je jamila autorstvo od (pre)definisanih izvornih propagandnih komunikacija iz svog edukativnog, istraživačkog i medijskog područja. Ostane prava izdavača i javnosti da propagandni ili politički komentari mogu imati utjecaj na stvaranje javnog mišljenja.

PROPAGANDA





ŠTO JE PROPAGANDA?

← Odgovor je samo QR kod daleko.

Propaganda se temelji na ljudskim **emocijama** kako bi usmjerila publiku prema željenom cilju.

Oblik političke i društvene borbe **protiv protivnika**.

POTICANJE
EMOCIJA

NAPAD NA
PROTIVNIKE

**PROPAGANDNE
TEHNIKE**

POJEDNOSTAVLJIVANJE
INFORMACIJA
I IDEJA

Ciljaju na određenu grupu unutar populacije - stvaranjem poruka koje **odgovaraju našim potrebama** propaganda postaje osobna.

ODGOVARANJE
NA POTREBE I
VRIJEDNOSTI
PUBLIKE

Prenosi jednostavne priče (**istine, poluistine, laži**) s kojima se možemo poistovjetiti i kojima možemo vjerovati.

GDJE MOŽEMO PRONAĆI PROPAGANDU?

U novinarstvu i odnosima s javnošću, oglašavanju, politici, odgoju i obrazovanju, zabavi.

JE LI PROPAGANDA KORISNA ILI ŠTETNA?

Ocijenite sami →





LAŽNE VIJESTI



CIJ LAŽNIH VIJESTI: ZARADA I MANIPULACIJA

Zbog velike količine informacija kojima smo danas izloženi sve je teže procijeniti što je **istinito**, a što **lažno**.



Potreba za
KRITIČKIM RAZMIŠLJANJEM

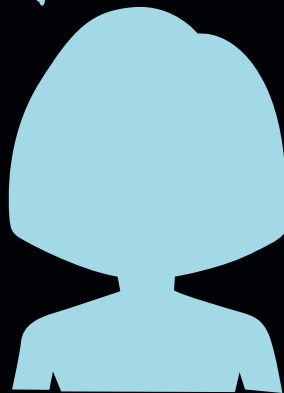
**Ako sumnjaš u istinitost nekog novinarskog sadržaja,
svakako se zapitaj:**

Od kuda dolazi ta vijest
i tko ju je objavio?

Tko je autor sadržaja?


Pišu li i drugi mediji
o tom događaju?

?





**PRIKRIVENO
OGLAŠAVANJE**



“ **ZAKON O MEDIJIMA** (članak 20.)
Nije dopušteno prikriveno i pri-
jevno oglašavanje. Prikrivenim
oglašavanjem smatrat će se svaka
novinarska forma (pisani tekst,
fotografija, slika, crtež i dr.) koja je na
bilo koji način plaćena, a nije jasno
označena kao oglašavanje. ”

Prikriveno oglašavanje je:

Svaki promotivni oglas koji je u medijima
predstavljen kao dio novinarskog sadržaja.

Poruka koja se plaća.

Oglašivač se koristi kredibilitetom novinara.

Kod kvalitetnog prikrivenog oglašavanja
nije lako identificirati sponzora.

U Hrvatskoj prikriveno oglašavanje je
zakonom zabranjeno.

RADIONICA

7. RAZRED

1. Podijeliti učenike u četiri grupe.
2. Svakoj grupi podijeliti nekoliko (istih) kopiranih stranica iz tiskanih medija koje sadrže i ne sadrže PO (novine, časopisi) te prazne papire.
3. Na prazne papire učenici zapisuju u kojem mediju su pronašli PO i za koji proizvod.
4. Ako učenici uoče da se radi o PO, trebaju navesti kako bi se članak mogao ispraviti da se više ne radio o PO.
5. Zajedno pročitati rezultate.

*Materijali: kopije članaka iz različitih medija, A4 papiri.
Trajanje 20 minuta.*



RADIONICA ZA 4. I 7. RAZRED

1. Podijeliti učenike u četiri grupe (opcionalno).
2. Svakoj grupi podijeliti radne listiće s napisanim imenima videa koje ćemo im prikazati.
3. Prikazati pet videa koji sadrže prikriveno oglašavanje. Svaki video prikazati dva puta i nakon toga dati učenicima dvije minute da zapišu imena proizvoda koji se prikriveno oglašavaju u videu.
4. Nakon što su prikazani svi videi pročitati odgovore.

*Materijali: radni listići, pet video isječaka iz filmova / crtanih filmova/ serija.
Trajanje 20 minuta.*

Istu ovakvu radionicu možemo provesti sa sedmim razredima samo im prikazati videe u kojima se pojavljuju njima poznati influenceri / YouTuberi.



VERIFICIRANI ALATI ZA PROVJERU ČINJENICA

Na stranici <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/signatories> možete pronaći verificirane alate za provjeru činjenica koji dolaze iz brojnih država (u Hrvatskoj djeluje **faktograf.hr**). Odaberite jedan od alata i prema slobodnom odabiru odlučite se za neku od navedenih medijskih objava koje su prošle provjeru informacija. Za odabrani primjer pokušajte odgovoriti na navedena pitanja. U razredu nakon toga možete raspraviti o tome u kolikoj su mjeri učinkoviti i pouzdani alati za provjeru činjenica.

1. Nemojte pročitati samo naslov već cijeli tekst /medijsku objavu ✓ ✗
2. Provjerite domenu i izgled internetske stranice. ✓ ✗
3. Postoji li impresum i tko je naveden u njemu kao izdavač, urednik, novinari... ✓ ✗
4. Provjerite datum i vrijeme objave. ✓ ✗
5. Tko je autor? ✓ ✗
6. Kliknite na poveznicu za izvor ukoliko je navedena unutar teksta i provjerite podatke koji su navedeni. ✓ ✗
7. Provjerite ima li sumnjivih citata i fotografija. ✓ ✗
8. Budite oprezni u vrednovanju članaka koji potvrđuju vaše ideje i uvjerenja i vrijednosti. ✓ ✗
9. Možete li temu ovoga članka pronaći i u nekom drugom mediju. ✓ ✗
10. Razmislite prije nego što podijelite! ✓ ✗

PROPAGANDA

Zašto Mind Over Media in EU?

PRIKRIVENO
OGLAŠAVANJE

LAŽNE
VIJESTI



**mind
over
media** Hrvatska
Učinkovita analiza propagande

Šest partnera iz Europe provodi projekt u trajanju od godine dana kako bi educirali o suvremenoj propagandi.

Projekt se provodi uz potporu Europske komisije DG CONNECT - LC-00644630.

Izradu ove brošure financirala je Europska komisija. Stavovi izneseni u ovoj brošuri nužno ne odražavaju službeno mišljenje Europske komisije.

