



**mind
over
media** België
Hoe worden we beïnvloed?

Lesideeën

uitgewerkt door



Hedendaagse
Propaganda
Analyseren

Activiteiten als aanvulling op de leerervaring
bij het online Mind Over Media platform
www.mindovermedia.be



Les 1: Propaganda definiëren

Klaslokaal: Projectiescherm, projector & laptop, stoelen in een halve cirkel, de mogelijkheid om in groepjes samen te komen op verschillende plaatsen in de ruimte

Materiaal: Surf naar het Mind Over Media platform op www.mindovermedia.be en voorzie kopieën van Werkblad Les 1

Duur: 50 minuten

Doelpubliek: jongeren, ouders, leerkrachten; vanaf 13 jaar

Thema: Er bestaan veel definities van propaganda, die allemaal gemeenschappelijke elementen bevatten en een weergave vormen van veranderende tijden en contexten

LEERDOELEN:

Deelnemers leren:

- inzien dat propaganda op verschillende manieren gedefinieerd wordt afhankelijk van de cultuur, tijdsgeest en context
- begrijpen dat propaganda sterke gevoelens opwekt, ideeën vereenvoudigt, op de noden van het doelpubliek inspeelt, en tegenstanders viseert
- een gevoel van sociale verantwoordelijkheid ontwikkelen rond het delen van propaganda
- meer zelfvertrouwen te krijgen in het uiten van hun opinie en in het deelnemen aan discussies over controversiële onderwerpen wanneer deelnemers meningsverschillen hebben
- reflecteren over de mogelijke positieve of negatieve impact van propaganda op mensen en de samenleving

Instructies voor de lesgever:

- Deel, toon, of lees luidop** de definities van propaganda die je vindt onder de tab 'Leer' op de Mind Over Media website, of met behulp van Werkblad Les 1.
- Activiteit:** Deelnemers werken met een partner om de definities te bekijken en bespreken: welke elementen spreken je het meest aan?
- Deel:** Laat deelnemers uitleggen welke definities hen het meest aanspreken, en merk op dat de definities uit verschillende tijdsperiodes en culturen komen.
- Bespreek:** Waarom zou de definitie van propaganda veranderen doorheen de tijd?
- Activiteit:** Stel een nieuwe definitie van propaganda op met elementen uit de definities in de lijst om je persoonlijke begrip van het concept in de 21ste eeuw uit te drukken.
- Concludeer:** Propaganda wordt op verschillende manieren gedefinieerd, maar is altijd een belangrijk onderdeel van de maatschappij geweest, tot op vandaag.



Werkblad Les 1

Propaganda definiëren

Neil Postman schreef dat van alle woorden die we gebruiken om over taal te praten, “propaganda” het meest misleidende is. Dat komt omdat het woord een hele waaier aan definities omvat.

- Overloop hieronder de definities van propaganda.
- Gebruik de tab ‘Leer’ op Mind Over Media (www.mindovermedia.be) om verdere informatie op te zoeken.
- Bepaal dan welke ideeën het meest relevant lijken voor jou.
- Bespreek de definities, en schrijf dan je persoonlijke definitie van propaganda neer in één zin.

1.

Propaganda is een middel waarmee grote aantallen mensen aangezet worden om samen actie te ondernemen.

-- Bruce Lannes Smith & Harold Lasswell, *Propaganda, Communication and Public Opinion*, 1946

2.

Propaganda is een vorm van informatie die inspeelt op onze onzekerheden en angsten.

-- Jacques Ellul, *Propaganda: The Formation of Men's Attitudes*, 1962

3.

Propaganda is een opzettelijke, systematische poging om percepties te vormen, gedachten te manipuleren, en gedrag te sturen, om tot een respons te komen die in de kaart speelt van de propagandist.

-- Garth Jowett and Victoria O'Donnell, *Propaganda and Persuasion*, 1986

4.

Propaganda is opzettelijk ontworpen communicatie die een emotionele, ogenblikkelijke en zwart-witte reactie opwekt.

-- Neil Postman, *Technopoly*, 1994



5.

Propaganda is een manier van doelgericht overtuigen, die probeert de emoties, attitudes, opinies en acties van een bepaald doelpubliek te beïnvloeden voor ideologische, politieke of commerciële doeleinden, door het gecontroleerd overbrengen van eenzijdige (al dan niet feitelijke) boodschappen via massamedia en rechtstreekse communicatie.

-- Richard Alan Nelson, *A Chronology and Glossary of Propaganda in the United States, 1996*

6.

Propaganda staat onverschillig tegenover waarheid en waarachtigheid, kennis en begrip; het is een vorm van strategische communicatie die eender welke middelen gebruikt om zijn doel te bereiken.

-- Walter Cunningham, *The Idea of Propaganda, 2002*

7.

Propaganda is een vorm van communicatie gericht op het beïnvloeden van de houding van een populatie ten voordele van een bepaalde zaak of opinie.

-- Wikipedia, *Engelstalig artikel over propaganda, 2008*

8.

Propaganda neemt allerlei vormen aan. Het is strategisch en opzettelijk, met als doel het beïnvloeden van houdingen, opinies en gedragingen. Propaganda kan gunstig of schadelijk zijn, en kan waarheid, halve waarheden of leugens gebruiken. Om zijn doel te bereiken doet propaganda beroep op onze diepste waarden, angsten, hoop en dromen.

-- Steven Luckert and Susan Bachrach, *The State of Deception, 2007*