

4.

kennslu-
stund

HVAÐ ER ÞAÐ SEM HEFUR ÁHRIF Á VAL ÞITT?

- Við lifum í þjóðfélagi þar sem alls konar hagsmunahópar beita ýmsum ráðum til að „selja“ okkur hugmyndir sínar. Það sem við lærðum í 3. kennslustund er mikilvægt vopn í baráttunni gegn þeim sem reyna með öllum tiltækum ráðum að gera reykingar eftirsóknarverðar.
- Víða á Vesturlöndum hefur náðst góður árangur í að hefta tilraunir tóbaksframleiðenda til að auglýsa reykingar sem raunhæfan valkost. Samt verðum við stöðugt fyrir áhrifum óbeinna auglýsinga.
- Meginmarkmið þessa kafla er að opna augu nemenda fyrir þeim þáttum sem leynt og ljóst er ætlað að hafa áhrif á ákvörðun þeirra.
- Það er ekki aðeins auglýsingaiðnaðurinn sem getur haft áhrif á viðhorf okkar til reykinga; innrætingin leynist einnig í sjálfri menningunni, t.d. kvikmyndum, leikhúsum, bókmenntum, dagblöðum og tímaritum. Lýsingar á því hvernig fólk ber sig að við reykingar eru þannig oft notaðar sem liður í persónusköpun eða lýsingu aðstæðna.
- Ef okkur tekst að virkja „réttláta reiði“ nemenda, vegna tilrauna annarra til að stjórna þeim, höfum við áorkað miklu. Markmiðið er að byggja upp löngun hjá nemendum til þess að ráðast sjálfir til atlögu við þau öfl sem vilja „afvegaleiða“ ungt fólk (verkefni 5. kennslustundar).
- Til þess að vekja þessa reiði og beina henni í ákveðinn farveg notum við ápreifanleg dæmi úr auglýsingum og kostun í tengslum við íþróttir, bókmenntir, kvikmyndir og teiknimyndir. Nemendur eiga að bregða sér í hlutverk leynilögreglumanna þar til í næsta tíma og reyna að finna sem flest dæmi um óbeinar auglýsingar tóbaksframleiðenda. Nemendur skulu skrá öll tilvik sem rekur á fjörur þeirra (sjá heimaverkefni).

Kennsluáætlun - 4. kennslustund

Nemendur læra:

- 1) hvers konar aðferðum tóbaksiðnaðurinn beitir, leynt og ljóst, til að vinna sem flesta á sitt band
- 2) að sumar þessara aðferða eru sprottnar beint úr tjáningarformum okkar og menningu
- 3) að berjast gegn þessum tilraunum annarra til að stjórna þeim.

Hjálpargögn:

Tafla, myndvarpi, glæsur, myndbandstæki og myndband, ljósrit af verkefnum.

NR.	VERKEFNI	AÐFERÐ / EFNI
1.	Upprifjun og samantekt	Umræða
2.	Kynning hugtaksins áhrifamáttur	Skrifað á töfluna, umræða
3.	Hvernig tóbaksframleiðendur reyna að hafa áhrif á ungmenni	Myndband, umræða
4.	Hvernig reykingum er lætt að okkur gegnum menningarmiðla	Umræða, kennari útskýrir og les
5.	Heimaverkefni kynnt Efni dreift	Glæra 4 a, vinnublað

Hugsast getur að efni þessa tíma reynist fullmikið. Ef svo er mælum við með að verkefni 2 og 4 verði látin ganga fyrir.

4. kennslu- stund

1. UPPRIFJUN Á 3. KENNSLUSTUND

Spyrðu: Hvað lærðum við í síðasta tíma?

Aðalatriði: Margar leiðir eru til að hafna reykingum, jafnvel þótt aðstæður séu þannig að erfitt geti verið að standast þrýstinginn.

Samantekt úr heimaverkefni

Leyfðu nokkrum nemendum að skýra frá niðurstöðum sínum. Ræðið hvernig aðrir hefðu hugsanlega brugðist við í þessari stöðu. Vektu athygli þeirra á mismunandi líðan þeirra eftir því hvaða viðbrögð komu frá „freistararum“.

2. KYNNING HUGTAKSINS „ÁHRIFAMÁTTUR“

Skrifðu orðin „áhrifamáttur“ – „að tæla“ á töfluna.

Spyrðu: Hvaða tilfinning vaknar með ykkur þegar þið sjáið eða heyrið þessi orð?

Skilgreindu orðin með hjálp nemenda

Skilgreiningin gæti á endanum verið eitthvað á þessa leið:

Máttur eða vald til að hafa áhrif á gerðir, hugsanir eða tilfinningar fólks, oft í þeim tilgangi að fá það til að gera, hugsa eða finnast eitthvað sem stríðir gegn hagsmunum þess sjálfs.

Spyrðu: Reynir einhver að hafa áhrif á okkur? Tekst einhverjum það? Hvaða brögðum er beitt?

Mikilvægt er að koma með skírskotun til auglýsinga sem eru áberandi í fjölmiðlum á þeim tíma sem kennslustundin er. Til dæmis má vísa til nýjustu gosdrykkjaauglýsinganna. Vífilfell var með auglýsingaherferð sumarið 1997 sem kallaðist „sumar flöskur“. Ef nemendur hafa ekki orð á því sjálfir, bentu þeim þá á að skólinn, Tóbaksvarnanefnd og Krabbameinsfélagið reyna til hins ýtrasta að hafa áhrif á þau.

Hver er að þeirra áliti munurinn á hagsmunum forystumanna um tóbaksvarnir og tóbaksframleiðenda þegar þessir aðilar reyna að beita áhrifamætti sínum?

Rökrétt niðurstaða er sú að tilgangurinn skeri úr um hvort það sé siðferðilega réttlæt看legt að reyna að hafa áhrif á aðra.

Leiðbeiningar um verkefni

3. HVERNIG TÓBAKSFRAMLEIÐENDUR REYNA AÐ HAFNA ÁHRIF Á UNGMENN

Sýndu myndbandsbút nr. 1, þar sem franskur félagsfræðingur, sem er starfandi ráðgjafi tóbaksframleiðenda, segir frá því hvernig reynt er að höfða til sjálfstæðislöngunar unglínganna og löngunar þeirra til að sýnast eldri en þeir eru.

Spyrðu: Hvað var maðurinn eiginlega að tala um? Hvað finnst ykkur um þessa aðferð við að tæla unglínganna til þess að reykja? Er sígarettan tákni um sjálfstæði, frelsi og velmegun? Vissi eitthvert ykkar að tóbaksframleiðendur beittu svona aðferðum? Hvernig reyna tóbaksframleiðendur að hafa áhrif á okkur?

4. HVERNIG REYKINGUM ER LÆTT AÐ OKKUR GEGNUM MENNINGARMÍÐLA

Án þess að við hugsum út í það hafa lýsingar á reykingum, sem ber fyrir augu okkar í bókum, sjónvarpsþáttum, dagblöðum, tímaritum og víðar, áhrif á okkur.

Spyrðu: Sjáið þið óbeinar tóbaksauglýsingar tengjast íþróttum? Hversu oft haldið þið að sjá megi Marlboro vörumerkið eða nafnið í niútiú mínútna sjónvarpsþætti frá Formúla1 kappakstrinum? (Svarið er 5.993 sinnum.)

Fyrir kemur að tóbaksframleiðendur greiði fúlgur fjár til að koma vöru sinni á framfæri á einhverjum slíkum vettvangi. Þannig fékk til dæmis fyrirtækið Phillip Morris James Bond (Timothy Dalton) til að láta tiltekna sígarettutegund sjást í um 20 sekúndna myndskreiði í kvikmyndinni „Licenced to Kill“ (1989). Hvað haldið þið að hafi verið greitt fyrir þessa óbeinu auglýsingu? (Svarið er u.þ.b. 25 milljónir króna.)

Grunur leikur á að slík kostun sé býsna algeng, en tóbaksframleiðendur munu líklega seint viðurkenna það. Það er hagur tóbaksframleiðenda að gera reykingar eins algengar og aðlaðandi og kostur er í kvikmyndum.

Jafnvel í nýlegum skáldsögum er sígarettutegundum hampað. Við getum velt því fyrir okkur hver standi á bak við það. Aftast í þessum kafla eru nokkrar tilvitnanir í heimsþekkta metsölubók, „Brýrnar í Madisonsýslu“. Lestu tilvitnanirnar fyrir bekkinn.

Spyrðu: Hvað finnst ykkur um þetta? Við hvaða aðstæður reykja persónur sögunnar? Hvað gengur höfundinum til að nefna tegundina „Camel“? Hefði ekki verið nóg að tala um sígarettupakka og fá sér reyk?

Spyrðu: Hvað finnst ykkur um að reykingar skuli ennþá vera sjálfsagður hluti af ímynd hetjunnar, hvort sem hún er raunveruleg (t.d. poppstjarna eða leikari) eða uppspunnin? Hvernig er hægt að verja sig fyrir þessu? Er nóg að yppta bara öxlum og láta sér fátt um finnast?

Niðurlag: Fyrri kynslóðir vissu ekki það sem við vitum nú um skaðsemi reykinga. Kannski getum við hugsað sem svo: „Fyrirgefið þeim því þau vissu ekki hvað þau gerðu!“

Leiðbeiningar um verkefni

5. HEIMAVERKEFNI KYNNT

Gefðu eftirfarandi upplýsingar: Tóbaksauglýsingar eru bannaðar samkvæmt íslenskum lögum. Í Noregi eru slíkar auglýsingar einnig bannaðar en þrátt fyrir það sýndu rannsóknir, sem gerðar voru í skólum þar árið 1996, að hvorki meira né minna en 49% nemenda „höfðu nýlega séð eitthvað sem þeir töldu vera tóbaksauglýsingu“.

Hvernig getur staðið á þessu?

Sýndu glæru með dæmum um óbeinar auglýsingar í Svíþjóð (glæra 4 a). Blend er algeng sigaretttegund í Svíþjóð.

Spyrðu: Hvað finnst ykkur um þetta? Hafið þið séð eitthvað þessu líkt hér á Íslandi?

Útskýrðu heimaverkefnið um leið og þú dreifir því. Nemendur eiga að bregða sér í hlutverk leynilögreglumanna fram að næsta tíma. Það sem þeim er ætlað að gera er útskýrt nánar á vinnublaðinu.

Biddu nemendurna að skrifa hjá sér öll dæmi um dulin áhrif tóbaksframleiðenda sem þeir telja sig verða varir við og skila til þín jafnharðan.

Verkefni – 4. kennslustund

BRÝRNAR Í MADISONSÝSLU

„Brýrnar í Madisonsýslu“ – Skáldsaga eftir Robert James Waller. Vaka-Helgafell 1994. Pétur Gunnarsson þýddi.

Bókin var valin „Bók ársins“ í Bandaríkjunum 1992 og kom út í 2,5 milljónum eintaka á fyrsta ári.

Sígarettur, sígarettutegundir, kveikjarar, hvernig fólk þeir ber sig að við það að kveikja í sígarettunni og reykir hana – slík atriði eru hluti af persónusköpun og lýsingu aðstæðna, andrúmslofti og samskiptum persónanna.

Hér eru tvö atriði þar sem aðalpersónurnar tvær – og reykingar – koma við sögu.

„Róbert Kincaid fiskaði sígarettupakka upp úr skyrtuvasanum, hristi upp rettu og bauð henni. Í annað skipti á fimm mínútum tókst henni að koma sjálfri sér á óvart og þáði sígarettuna. Hvað er ég að gera? varð henni hugsað. Hún hafði reykt fyrir löngu en gefið það upp á bátinn vegna stöðugs nöldurs í Ríkharði. Hann skók upp aðra, stakk henni á milli vara sér, brá upp gullnum Zippo-kveikjara, kveikti í með sveiflu og færði henni án þess að hafa augun af veginum.

Hún myndaði skjól yfir kveikjarann með höndunum til að hamla gegn trekknum og snart við hendi hans til mótvægis við hristing trukksins. Það tók hana ekki nema andartak að kveikja í sígarettunni en nóg til að finna yllinn frá hendinni og smágerðan hjunginn á handarbakinu. Hún hallaði sér aftur og hann snaraði kveikjaranum að sinni eigin rettu, skýldi fagmannlega gegn vindinum, og sleppti stýrinu ekki nema andartak á meðan.“ (Bls. 38-39.)

„Hún sat við borðið með annan fótinn sveigðan undir sér og strauk aftur hár sem höfðu fallið fyrir andlitið, og festi upp á nýjan leik með kambinum úr skjaldbókuskelinni. Þá var eins og henni kæmi eitthvað í hug, hún stóð á fætur og fór að endaskápnunum, seildist eftir öskubakka og setti hann á borðið í seilingu frá honum.

Við þetta þögla samþykki tók hann upp Kamelpakka og rétti henni. Hún þáði eina og veitti því athygli að hún var lítilsháttar rök af svita hans. Allt fór eins og hið fyrri sinn. Upp fór gullni Zippo-kveikjarinn, hún studdi við hönd hans, fann húð hans við fingurgóma sína og settist. Sígarettan bragðaðist dásamlega og bros leið yfir varir hennar.

„Hvað er það sem þú gerir í raun og veru – sem ljósmyndari á ég við?“

Hann horfði á sígarettuna og talaði yfirvegað. „Ég er á samningi hjá National Geographic, ... “ (bls. 46.)



Heimaverkefni – 4. kennslustund

LEYNILÖGREGLULEIKUR

Finndu eins mörg dæmi um dulin áhrif tóbaksframleiðenda og þú getur.

1. Efni úr fjölmiðlum, svo sem sjónvarpi, dagblöðum og tímaritum. Einnig efni úr kvikmyndum, leikhúsi og bókum.
2. Óbeinar auglýsingar tóbaksframleiðenda (öskubakkar, kveikjarar, fatnaður, pennar, glös, burðarpokar). Slíkar auglýsingar eru bannaðar samkvæmt lögum og þeir sem hafa eitthvað slíkt frammi, t.d. í búðum eða á veitingastöðum, eru því að brjóta lög.

Þú skalt hugleiða hvaða áhrif óbeinar auglýsingar af þessu tagi hafa á þig.

Vekja þær með þér forvitni og jafnvel löngun, eða gerir reiði og uppreisnarhugur vart við sig?

Safnaðu sýnishornum og komdu með til kennarans.

