



Lærerark

Kan du påvirke, hvad andre gør?

Læringsmål på forløbet

Eleverne lærer at formulere en kommunikationsstrategi enten for eller imod at få unge til at ryge. Eleverne lærer på den måde at aflæse metoder, der bliver brugt henholdsvis i forebyggende organisationer og i tobaksindustrien. Eleverne lærer derudover at argumentere for deres overvejelser om, hvordan de vil få flere eller færre unge til at ryge.

Kort om opgaven

Eleverne skal i grupper udforme en detaljeret kommunikationsstrategi for, hvordan de enten vil få flere eller færre unge til at ryge. Det kan f. eks. være en strategi for en kampagne eller en event eller en plan for, hvordan de med andre metoder vil opnå målet.

Vejledende tid: 5 lektioner á 45 minutter

Sådan gør du

Lektion 1

Læreren holder et oplæg om, hvad man skal overveje inden man udformer en kommunikationsstrategi og igangsætter en større indsats. Oplægget introducerer eleverne til overvejelser om:

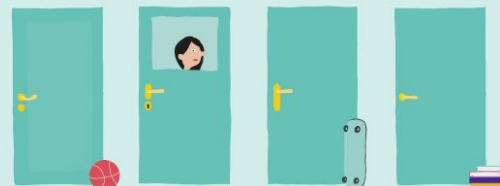
- 1) afsender
- 2) modtager/målgruppe
- 3) budskab
- 4) virkemidler
- 5) metode
- 6) hvordan skal budskabet ud?

Når du har holdt oplægget skal eleverne ud i grupper og diskutere, hvilke forskellige metoder, man kan bruge til at påvirke unge til at ryge eller ikke at ryge.

De sidste 5-10 minutter af lektionen bruger eleverne på at skrive logbog, hvor de gengiver de forskellige metoder, man kan anvende til at påvirke unge. De skal bruge metoderne senere, når de skal lave kommunikationsstrategien.

For at hjælpe eleverne godt på vej i deres diskussion, kan du finde inspiration her:

- <http://www.op-i-roeg.dk/for-eller-imod-tobak/hvilke-kraefter-er-paa-spil/>



- <http://www.op-i-roeg.dk/for-eller-imod-tobak/jagten-paa-nye-kunder/>
- <http://www.op-i-roeg.dk/hvem-bestemmer-dine-valg/reklamer-tv-og-lovgivning/>

Lektion 2

Eleverne skal i grupper beslutte, om de vil lave en strategi, der skal få flere eller færre unge til at ryge. De skal diskutere muligheder og begrænsninger ved begge tilgange.

Lektion 3

Eleverne skal nu i grupper lave deres kommunikationsstrategi. Det kan være en kampagne, en event, en hjemmeside, et forløb med lobbyarbejde eller andre metoder. Der er fri fantasi. Det er ikke meningen, at de skal producere materialer til indsatsen. De skal koncentrere sig om selve strategien.

Lektion 4

Eleverne afslutter deres kommunikationsstrategi og går i gang med at forberede en præsentation. Det kan for eksempel være med PowerPoint, fotos, video eller plancher. Eleverne skal gengive og forklare deres argumenter for hinanden i gruppen og gøre deres strategi skarp.

Lektion 5

Eleverne præsenterer deres kommunikationsstrategi for resten af klassen.

Hvis der er tid eller I vil bruge ekstra tid, så kan eleverne producere selve produktet.

Forslag til opfølgning og evaluering

Forslag til tegn på læring

- Eleven kan beskrive, hvad en kommunikationsstrategi skal indeholde.
- Eleven kan gengive forskellige metoder til at påvirke unge til enten at ryge eller lade være.
- Eleven kan argumentere for valget af metoder til en indsats for eller imod rygning.
- Eleven kan formidle deres kommunikationsstrategi til andre.

Forslag til opfølgning

- Via elevernes logbog vurderer læreren, om eleven kommer rundt om de forskellige punkter i kommunikationsstrategien
- Via elevernes logbog vurderer læreren, om de argumenterer for deres valg af metode.
- Læreren lytter efter i gruppediskussionerne om eleverne får nævnt forskellige metoder, for eksempel TV-spots og lobbyarbejde.



Fag

Dansk

Kompetenceområde

Fremstilling

Videns- og færdighedsområde

Planlægning

Færdigheds mål

Eleven kan tilrettelægge proces fra ide til færdigt produkt

Videns mål

Eleven har viden om komplekse fremstillingsprocesser



Elevark

Kan du påvirke, hvad andre gør?



Det lærer du

Du lærer at formulere en kommunikationsstrategi enten for eller imod at få unge til at ryge. Du lærer på denne måde at aflæse de metoder, der bliver brugt i forebyggende organisationer og i tobaksindustrien. Du lærer også at reflektere og argumentere for dine valg i processen.

Kort om opgaven

I grupper skal I udforme en detaljeret plan for, hvordan I vil få enten flere eller færre unge til ryge. Dette kalder man en kommunikationsstrategi. I jeres kommunikationsstrategi kan I for eksempel beskrive en kampagne, en event eller en plan for, hvordan I med andre metoder vil påvirke de unge. Du skal løbende skrive logbog over processen.

Sådan gør du

Trin 1

I skal først finde ud af, hvilke metoder, man kan bruge til at påvirke unge til enten at ryge eller ikke at ryge. En metode kunne være TV-spots, en musikvideo, lobbyarbejde osv.

I kan finde mere information og læse om metoderne ved at læse her:

- <http://www.op-i-roeg.dk/for-eller-imod-tobak/hvilke-kraefter-er-paa-spil/>
- <http://www.op-i-roeg.dk/for-eller-imod-tobak/jagten-paa-nye-kunder/>
- <http://www.op-i-roeg.dk/hvem-bestemmer-dine-valg/reklamer-tv-og-lovgivning/>

Diskutér derefter i gruppen, hvad de forskellige metoder kan/ikke kan.

I din **logbog** skal du gengive metoder, man kan bruge til at påvirke unge. Du skal bruge denne viden til at vælge den eller de metoder, som skal være en del af jeres kommunikationsstrategi.



Trin 2

I skal i gruppen vælge om I vil arbejde *for* eller *imod* rygning. Når I har valgt side, kan I sammenligne de forskellige metoder, som I finder. Hvad fungerer godt? Hvad fungerer mindre godt? Nedenfor i boksen finder du inspiration:

FOR rygning

Hvis I vælger at arbejde *for* rygning, kan I fx være direktør for verdens største tobaksproducent eller ansat i det lokale supermarked og arbejde med at øge salget af cigaretter. Hvilken målgruppe vil være let at ramme, og vil I satse på det danske marked eller fokusere på andre dele af verden? Husk at lovgivningen skal overholdes – men måske der er nogle steder hvor lovgivningen ikke er så striks.

IMOD rygning

Her kan du planlægge Sundhedsstyrelsens nye nationale anti-ryge kampagne, få de yngre elever til ikke at starte med at ryge, udvikle en app eller være arrangør af en event på en festival.

Du kan her finde eksempler på forskellige kampagner imod rygning:

Kræftens Bekæmpelse: www.cooludenrøg.dk

Gulvmanden – engelsk anti-ryge tv-spot: <https://www.youtube.com/watch?v=x0FOYQFpbvI>

WHO: www.who.int/tobacco/tobacco_free_youth/home.html

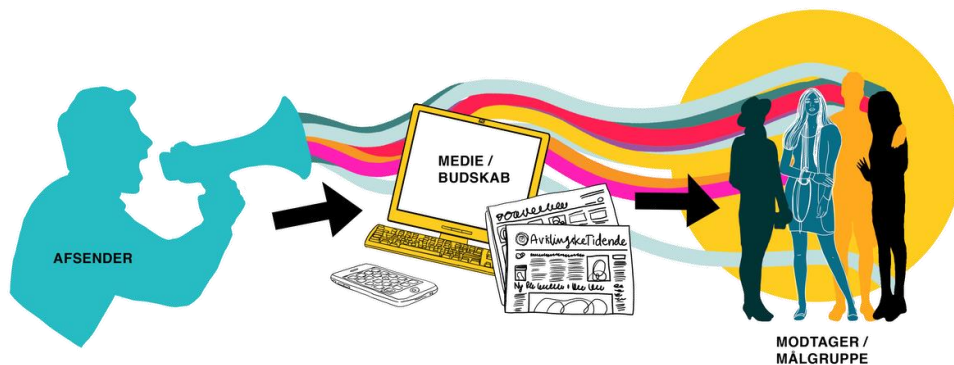
Sundhedsstyrelsen: *Linket fører til en beskrivelse kampagnen 'Hver eneste cigaret skader dig', hvor du også kan finde de YouTube klip, som godt kan virke lidt skræmmende:*

<https://www.sst.dk/da/kampagner/hver-eneste-cigaret-skader-dig>

Trin 3

Her skal I formulere den konkrete kommunikationsstrategi, og argumentere for jeres valg. De seks nedenstående punkter er en hjælp til at målrette jeres strategi:

1. Afsender
2. Målgruppe (fx folkeskoleelever, elever på en ungdomsuddannelse, folk i erhvervslivet, politikere, den danske befolkning, unge i Kina...)
3. Budskab – Hvad vil I opnå?
4. Virkemidler (fx humor, alvor, skræk, saglighed, overraskelse...)
5. Metode (fx reklame, oplæg, event, debat, plakat, koncert, spil, video...)
6. Hvordan skal budskabet ud? (Er der fx nogen det vil være smart at samarbejde med eller nogen, der kan hjælpe jer med at nå ud til jeres målgruppe?)



I din **logbog** skal du gengive og forklare jeres argumenter for de seks punkter. I skal kunne forklare jeres argumenter i jeres præsentation.

Trin 4

Forbered jeres præsentation, for eksempel med PowerPoint, fotos, video eller plancher.

Trin 5

Præsenter jeres indsats for resten af klassen.

Læreren kan også fortælle jer, at I skal producere selve produktet.