



KAMPANJ FÖR EFTERTANKE

I ÖVNINGEN INGÅR ATT:

- Att analysera samhällsfrågor och identifiera orsaker och konsekvenser med hjälp av samhällsvetenskapliga begrepp, teorier, modeller och metoder (SH)
- Att söka, kritiskt granska och tolka information från olika källor samt värdera källornas relevans och trovärdighet (SH)
- Att uttrycka sina kunskaper i samhällskunskap i olika presentationsformer (SH)
- Att tala inför andra på ett sätt som är lämpligt i kommunikationssituationen samt att delta på ett konstruktivt sätt i förberedda samtal och diskussioner (SV)
- Att läsa, arbeta med, reflektera över och kritiskt granska texter samt producera egna texter med utgångspunkt i det lästa (SV)



INLEDNING

I den här övningen får ni arbeta i grupp med att skapa en kampanj för eftertanke vid spel.

En önskad effekt av er kampanj är att unga ska ha bättre förutsättningar att värja sig mot spelbolagens marknadsföring bland annat genom sunda värderingar och goda faktakunskaper.

Övningen inleds med en undersökande del där ni väljer en eller flera frågor som utgångspunkt för er kampanj.

Sedan arbetar ni vidare med att skapa en kampanj. Här får ni bland annat bestämma mål, innehåll och hur ni ska kommunicera.

Arbetet med kampanjen avslutas med att ni skapar en affisch och sedan med hjälp av ett presentationsprogram berättar om er kampanj för de andra i klassen.

UNDERSÖKANDE DEL

- **Vilka risker finns det med att spela för mycket?**
- **Vad innebär det att spela lagom? Finns det spelbolag som informerar om detta?**
- **Finns det spelbolag som erbjuder spelpreventiv information och hjälp?**
- **Ge exempel på spelbolag som erbjuder hjälp och beskriv hur hjälpen är utformad.**
- **Hur gör spelbolagen för att locka unga spelare under 18 år?**
- **Vad är skillnaden mellan spel om pengar och spel om fiktiva pengar?**

KAMPANJPLAN

Skapa en kampanj riktad mot unga med det övergripande målet att få unga att tänka efter innan de spelar. Ni kan välja mellan två målgrupper:

Målgrupp 1: Ungdomar 15 till 17 år - de som ännu inte får spela.

Målgrupp 2: Unga 18 till 20 år - de som precis har fått börja spela.



TA MED FÖLJANDE I ER KAMPANJPLAN:

- **Mål – sätt upp ett tydligt mål med kampanjen.**
- **Budskap – vad är det ni vill säga?**
- **Effekt – vilken effekt vill ni uppnå?**
- **Målgrupp – beskriv er målgrupp.**
- **Kanaler – hur når ni målgruppen?**

AFFISCH

Visa hur en kampanjaffisch skulle kunna se ut genom att illustrera, fotografera och arbeta i lämpligt datorprogram. Tänk igenom hur ni ska lyfta fram ert budskap med text och bild i affischen.

2

REDOVISNING OCH RESPONS

Förbered en presentation av er kampanj. Använd gärna hjälpmedel som presentationsprogram eller andra tekniker och presentera ert arbete för de andra grupperna.

Använd responssystem där en grupp får i uppdrag att följa upp en annan grupps presentation med tre frågor.

3

VÄRDERINGSÖVNING - DEBATT

Genomför en debatt genom att dela in klassen i lag som får argumentera för reklam och emot reklam i en fråga. Utse en eller två personer till rollen som moderator. En del av klassen kan fungera som publik. Låt grupperna förbereda sig genom att anteckna sina argument. Arbeta med följande fråga:

"På vilka sätt är det motsägelsefullt att spelbolag gör reklam för att spela mer samtidigt som de ger råd att inte spela för mycket?"

4

INDIVIDUELL SKRIVUPPGIFT

Avsluta övningen med att skriva en insändare där du argumenterar utifrån en av följande punkter:

- **Riskerna med spel är för stora, vi måste skydda våra unga mot spel om pengar.**
- **Vem ska ta ansvar när de unga lockas in i spel om pengar?**
- **Spelbolagens hjälp att spela lagom är bara kosmetik.**
- **Allt fler unga börjar spela, vilket ansvar har skolan?**