

О чем умалчивает реклама

Методическая разработка интерактивного занятия по профилактике употребления алкоголя среди старшеклассников

Целевая группа: учащиеся 9-11 классов.

Цель: формирование у подростков отрицательного отношения к употреблению алкоголя.

Задачи:

- акцентирование негативных последствий алкоголизации для социальной успешности человека;
- дистанцирование образа «Я» от образа человека, употребляющего алкоголь.

Форма проведения: интерактивное занятие

Материалы: 3 листа формата А3, фломастеры цветные

Продолжительность: 25 минут

Вводная часть.

Слова ведущего: Современные СМИ и Интернет являются для нас удобным и быстрым источником получения информации: из них мы узнаем новости, результаты последних исследований в той или иной отрасли знаний, свежие тенденции мира спорта и моды. И вместе с тем мы вынуждены смотреть еще и рекламные ролики, сопровождающие просмотр интересного для нас контента. Скажите, ребята, реклама каких продуктов или услуг попадаете вам на глаза? Встречалась ли вам реклама алкоголя? Какие эмоции вызывает обычно просмотр подобных рекламных роликов? По вашему мнению, на что рассчитывают создатели подобных рекламных роликов? Мы с вами, как взрослые люди, понимаем: то, о чем говорит нам реклама – это не истина в последней инстанции. Одни характеристики продукта или услуги реклама намеренно подчеркивает, выпячивает, а другие с умыслом прячет, умалчивает, игнорирует. Предлагаю внести ясность и разобраться на сегодняшнем занятии, о чем же умалчивает, в частности, реклама алкоголя.

Основная часть.

Ведущий предлагает ученикам объединиться в три группы. Каждая группа берёт лист А3, озаглавливает его «Реклама алкоголя» и ниже делит на 2 вертикальные колонки. В левой колонке участникам каждой группы нужно написать то, что реклама показывает (*варианты ответов:* веселье, дружная компания, интересные места, романтика, природа, урожай зерна, чистая ключевая вода, улыбки, единение, встречи, т.д.). В правой колонке

участники совместно отмечают то, чего реклама не показывает, о чем умалчивает (варианты ответов: за свое поведение может быть стыдно; возможны ссоры, драки, криминальное поведение; повышенный риск травматизма; ухудшение отношений с окружающими людьми, репутационные потери, т.д.). После заполнения листов каждая группа зачитывает свои варианты ответов. Все три заполненных листа можно разместить на доске для наглядной демонстрации.

Затем ведущий организует общегрупповую дискуссию, предлагая на обсуждение следующие проблемные вопросы:

Вопрос 1

Как вы считаете, может быть в рекламе отражен вред алкоголя? (Нет, поскольку смысл рекламы состоит в подчеркивании преимуществ и позитивных сторон продукта. Именно поэтому левую колонку страницы А3 заполнять было легче, чем правую).

Вопрос 2

Как вы считаете, содержится в рекламе правда? (Отнюдь. Реклама показывает универсальные человеческие ценности и произвольно добавляет к ним алкоголь, чтобы в сознании смотрящего рекламу алкоголь и общечеловеческие ценности переплелись. Обратите внимание, что по такой же схеме с небольшими вариациями составлены рекламные сюжеты и других продуктов и услуг: путешествия, конфеты, парфюмерия, автомобили).

Вопрос 3

Поясните, как вы понимаете смысл поговорки: «Выпивали – веселились, протрезвели – прослезились» (Непосредственный ощущаемый эффект от приема алкоголя – растормаживание, что означает временное отключение таких регулирующих поведение механизмов как страх, стыд, стеснение, чувство меры. Есть такое выражение: человек «без тормозов», оно идеально подходит пьяному человеку).

Заключение.

Ведущий предлагает участникам встречи подвести итоги всему сказанному на занятии. Итак, мы с вами приходим к выводу, что алкоголизм – это социальное бедствие. Вследствие злоупотребления алкоголем у человека развивается грубость, эгоизм, распущенность. Пьяницы теряют человеческое лицо, становятся нарушителями закона и общественного порядка. Спиртное разрушает здоровье, лишает человека свободы, калечит, ведет к развитию преступности и деградации личности. Алкоголь забирает здоровье, душу, разум. Принимая то или иное решение в своей жизни, призываю вас, дорогие ребята, помнить наш сегодняшний разговор и делать свой выбор осознанно. Ведь каждый из нас лично несёт ответственность за свои поступки и поведение, за своё здоровье и свою жизнь.

Список источников:

1. Алкогольная и наркотическая зависимость у подростков: пути преодоления: учебное пособие / под ред. Э. Ф. Вагнера и Х. Б. Уолдрон; пер.

с англ. А. В. Александровой; науч. ред. русского текста Н. А. Сирота, В. М. Ялтонский. – М.: Издательский центр «Академия», 2006. – 476 с.

2. Frydenbetg E., Lewis R. Adolescent Coping Scale: Manual. Melbourne : ACER Press, 1993.Р. 15-20.