

Fra brændevin til bacardi breezer



Udarbejdet af Mia Hartmann, UC SYD

Målgruppe: 9.-10. klasse, Ungdomsuddannelser, Voksenuddannelser

Fra brændevin til bacardi breezer

Beskrivelse

Dansk dokumentarserie i 8 afsnit. I aftenens program vrir det med cigaretter, whisky og (næsten) nøgne piger! Det handler om alt det gode i livet og om, hvordan reklamefilmene frister vores søde tand og vækker ølhunden. Det handler også om, hvordan vores dårlige samvittighed er vokset i takt med, at vi har fået flere og flere nydelsesmidler at vælge imellem. Reklamefilmene er helt unikke vidnesbyrd om skiftende tider. En hel reklameblok er helliget Dirch Passer, der glad og gerne stillede op i reklamefilm for alskens øl, cigaretter og slik. Dirch har solgt mange øl. Hvide sandstrande, azurblåt hav og lækre piger har til gengæld solgt rigtig meget spiritus og chokolade. I dette program svælger vi i det søde, det sjove, det fede - og det farlige!

Pædagogisk note

Kapitelsæt "tobakken"

I dette kapitelsæt finder I de forskellige nedslag i udsendelsen, som handler om markedsføring af tobak gennem tiden.

Her er der mulighed for at arbejde med reklameanalyser af forskellige tobaks tv-reklamer.

Overordnet handler udsendelsen om dilemmaet mellem livsstilen og livsglæden på den ene side og bagsiden af medaljen med sygdom og konsekvenser på den anden side.

Arbejder I med kapitelsættet, har I mulighed for at arbejde det obligatoriske emne sundhed- og seksualundervisning og familiekundskab ind i undervisningen. Udsendelsen kan tale ind i færdigheds- og vidensområderne sundhedsfremme, livsstil og levevilkår og ulighed i sundhed.

Kapiteloversigt og kapitelindhold

Kapitelsæt: Tobakken

01:	Overordnet tidslinje omhandlende tobakken	00:03:34
	frem til 05:05	
02:	Cigaren	00:05:05
	Frem til 07:05	
03:	Piben	00:07:05
	frem til 08:32	
04:	Cigaretten	00:08:32
	Frem til 11:08	
05:	Kavalkade af reklamer med Dirch passer som idol for at fremme salg	00:11:09
	Frem til 13:24	
06:	Konsekvenserne	00:29:52
	Frem til 31:05	
07:	Tobaksindustrien bruger sundhed som et salgsargument	00:30:06
	Frem til 32:01	
08:	Statens oplysningskampagner prøver at bruge humor som modsvar	00:33:58
	Frem til 35:43.	

09: Afrunding
Frem til 36:18

00:35:44