

Uczestnicy i uczestniczki: _____

Cel: zapoznanie się z warunkami reklamy produktów alkoholowych

Zadania:

1. Wybierzcie role. Razem zdecydujcie, kto będzie liderem grupy, kto będzie pilnował czasu, kto będzie notował, kto będzie prezentował.
2. Zapoznajcie się z artykułem 2 i 13 Ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi.
3. Odpowiedzcie na pytania.
4. Sprawdźcie, czy wszyscy potraficie wytłumaczyć warunki reklamy napojów alkoholowych.
5. Wypełnijcie samoocenę pracy grupy.

Role:

Lider – dba o udział wszystkich uczestników w zadaniu; dba o wykonanie zadań w kolejności

Pilnujący czasu – pilnuje czasu; zwraca uwagę, ile czasu zostało

Skryba – wypełnia kartę pracy, robi notatki, jeśli jest taka potrzeba

Prezenter – na koniec prezentuje wyniki pracy grupy innym grupom

Ustawa z dnia 26 października 1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi

Art. 2.

3) reklama napojów alkoholowych – publiczne rozpowszechnianie znaków towarowych napojów alkoholowych lub symboli graficznych z nimi związanych, a także nazw i symboli graficznych przedsiębiorców produkujących napoje alkoholowe, nieróżniących się od nazw i symboli graficznych napojów alkoholowych, służące popularyzowaniu znaków towarowych napojów alkoholowych; za reklamę nie uważa się informacji używanych do celów handlowych pomiędzy przedsiębiorcami zajmującymi się produkcją, obrotem hurtowym i handlem napojami alkoholowymi;

Art. 13.

2. W miejscach sprzedaży i podawania napojów alkoholowych powinna być uwidoczniiona informacja o szkodliwości spożywania alkoholu.

Art. 13¹.

1. Zabrania się na obszarze kraju reklamy i promocji napojów alkoholowych, z wyjątkiem piwa, którego reklama i promocja jest dozwolona, pod warunkiem że:

- 1) nie jest kierowana do małoletnich,
- 2) nie przedstawia osób małoletnich,
- 3) nie łączy spożywania alkoholu ze sprawnością fizyczną bądź kierowaniem pojazdami,
- 4) nie zawiera stwierdzeń, że alkohol posiada właściwości lecznicze, jest środkiem stymulującym, uspakajającym lub sposobem rozwiązywania konfliktów osobistych,
- 5) nie zachęca do nadmiernego spożycia alkoholu,
- 6) nie przedstawia abstynencji lub umiarkowanego spożycia alkoholu w negatywny sposób,
- 7) nie podkreśla wysokiej zawartości alkoholu w napojach alkoholowych jako cechy wpływającej pozytywnie na jakość napoju alkoholowego,
- 8) nie wywołuje skojarzeń z:
 - a) atrakcyjnością seksualną,
 - b) relaksem lub wypoczynkiem,
 - c) nauką lub pracą,
 - d) sukcesem zawodowym lub życiowym.

Pytania:

1. Jakich produktów alkoholowych nie można reklamować?

.....

2. Jakie produkty alkoholowe można reklamować?

.....

Pod jakimi warunkami? Wymieńcie 5 warunków.

.....

3. Wymyślcie dwie przykładowe reklamy, które nie będą reklamą napoju alkoholowego, ale będą niezgodne z Art. 2. Ustawy o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi. Opiszcie, jakiego produktu będzie dotyczyć reklama, co się będzie działo w reklamie, wymyślcie hasło reklamowe.

a)

b)

Samooceńca pracy grupy. Wypowiedzcie się po kolei i wypełnijcie razem.

1. Wszyscy uczestniczyliśmy w wykonywaniu zadania

1 – nie bardzo	2	3	4	5 - bardzo

2. Byliśmy skoncentrowani na zadaniu

1 – w ogóle	2	3	4	5 - zawsze

3. Uwzględnialiśmy głosy każdego uczestnika i uczestniczki

1 – nie bardzo	2	3	4	5 - bardzo

4. Co mogliście zrobić lepiej?

.....

Podpisy uczestników i uczestniczek:
