



1. Hva kan påvirke helse og valg?

Hva kan påvirke helsa vår og hvilke valg vi tar? Er det bare opp til den enkelte, har venner noen betydning, og har samfunnet også et ansvar? Ta utgangspunkt i kanaler hvor dere får informasjon. Aktuelle tema er aldersgrense for å ta solarium, hva det koster å bruke solarium eller om det er press for å være solbrun.

- Kan du se for deg regler som vil få færre til å bruke solarium?
- Betyr det noe at det er 18-årsgrense i solarium?
- Finn noen eksempler på hvordan solarium markedsføres, for eksempel i sosiale medier eller i/ved et solstudio.
 - o Hvilket etterlatt inntrykk får du av hva solariumsbruk betyr for helsa?
 - o Hvordan kan dette påvirke unges valg om å ta, eller ikke ta sol?



2. Kildekritikk – Hvilken informasjon kan vi stole på?

Vi utsettes for mye markedsføring av forskjellige produkter og tjenester. Hvordan skal vi vurdere hvem vi bør høre på?

- Finn frem noen eksempler på markedsføring av solkrem og solarium. Har avsenderen faglig tyngde, som gjør at du bør stole på dem?
- Hvilke kanaler bruker de for å nå unge?
- Hvordan markedsfører de produktet/tjenesten – bruker de for eksempel influensere eller andre spesielle virkemidler?
- Er markedsføringen spesielt rettet mot unge?
- Er det tydelig forskjell på hva som er reklame og hva som f.eks. er en influensers personlige mening?

Elev-
oppgaver



**KREFTFORENINGENS™
VITENSENTER**

kreftforeningen.no/vitensenteret



3. Merking av reklame i sosiale medier

Se de to filmene som du finner her:

forbrukertilsynet.no/reklame-i-sosiale-medier

- Skriv fire setninger som oppsummerer hva influensere må gjøre når de reklamerer for produkter.
- Formuler fire spørsmål basert på setningene du har laget og still dem til en medelev (skriftlig eller muntlig). Medeleven stiller sine spørsmål tilbake til deg.
- Finn et innlegg fra en influencer hvor det reklameres for et produkt. Har influenseren fulgt retningslinjene som ble presentert i filmene?
- Har du selv fått reklame for produkter i din egen «feed»? I så fall: For hvilke produkter og fra hvem? Oppsummer kort.



KREFTFORENINGENS™
VITENSENTER

kreftforeningen.no/vitensenteret

4. Hva er MFU?

Gå til nettsiden mfu.as og les under de ulike fanene på nettsiden. Svar på følgende spørsmål:

- Hva er MFU?
- Hvem kan melde inn saker til MFU?
- Hva er det MFU *ikke* har med (eksempel emballasje)?

Elev-
oppgaver



**KREFTFORENINGENS™
VITENSENTER**

kreftforeningen.no/vitensenteret

5. Leserinnlegg

Les dette innlegget fra Aftenposten i desember 2020:
aftenposten.no/meninger/sid/i/39BwLP/andelen-unge-overvektige-oeker

Skrive et leserinnlegg hvor du argumenterer for hvorfor digital markedsføring av usunn mat og drikke *eller* alkohol bør overvåkes og reguleres strengere enn i dag.

- Hvilke kilder vil du bruke og hvorfor velger du de(n) kilden(e)?
- Hvordan vurderer du en kilde som troverdig og til å stole på?

Elev-
oppgaver



KREFTFORENINGENS™
VITENSENTER

kreftforeningen.no/vitensenteret

6. Energidrikker – markedskrefter

Les denne saken:

nrk.no/sorlandet/salget-av-energidrikk-har-skutt-i-vaeret-1.14551858

Hva tror du kan være årsaken til at salget av energidrikker økte i denne perioden? Let på nettet etter reklame, kampanjer og andre eksempler på at markedskreftene var i sving. Finner du noe – og i så fall hva? Skriv minst fem setninger om hva du søkte etter og hva du eventuelt fant.

Elev-
oppgaver



KREFTFORENINGENS™
VITENSENTER

kreftforeningen.no/vitensenteret



6. Energidrikker – markedsføring

Les om de to drikkene nedenfor.

- Hvordan markedsføres de?
- Hvordan brukes for eksempel rollemodeller, logoer og farger for å rette produktet inn mot spesifikke målgrupper (tenk på kjønn, alder og interesser)?

Red Bull:

finansavisen.no/nyheter/sport/2020/12/15/7598419/warholm-skriver-kontrakt-med-red-bull

Vitamin Well:

vitaminwell.com/product/awake/



KREFTFORENINGENS™
VITENSENTER

kreftforeningen.no/vitensenteret