

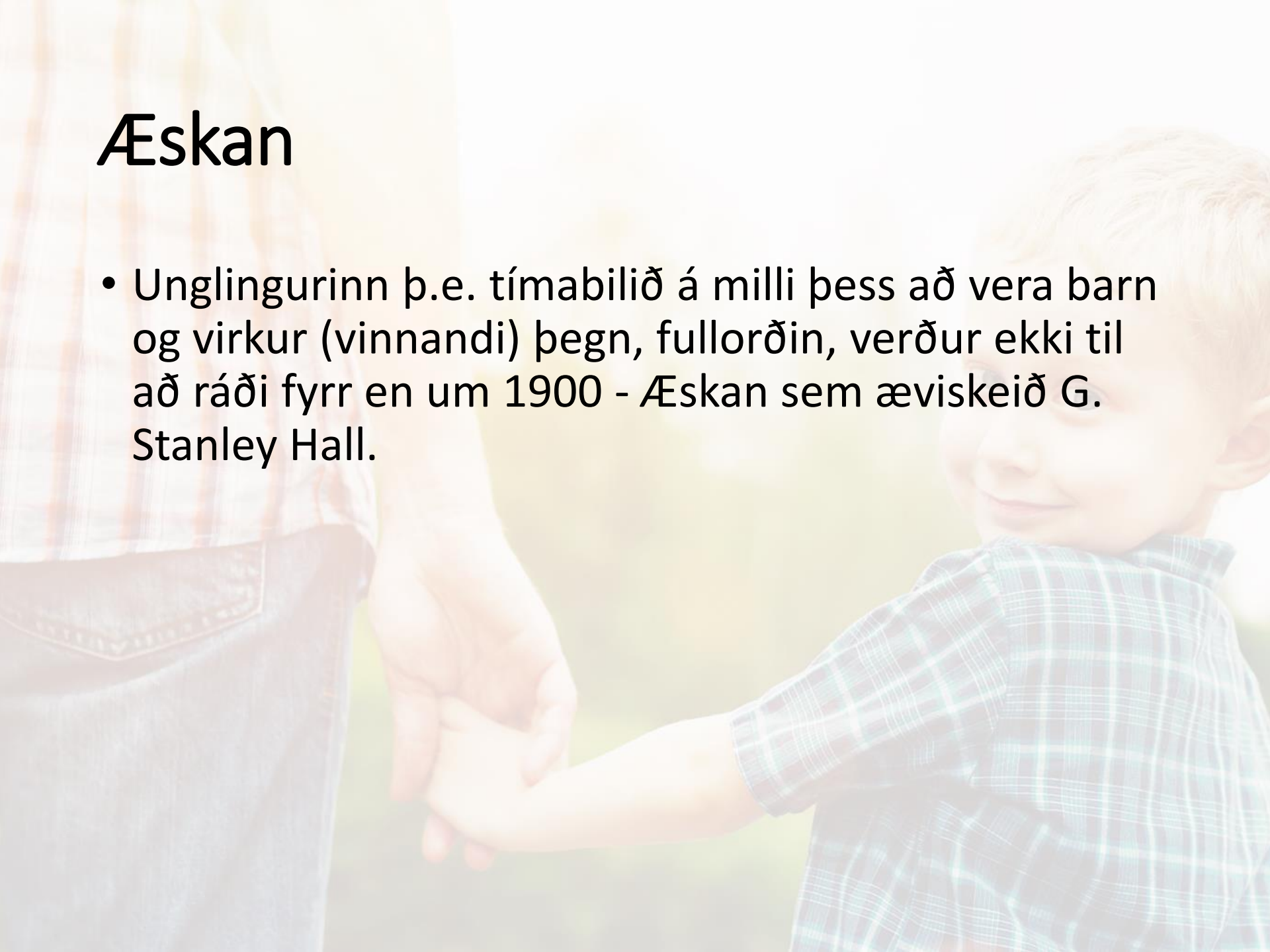
A young child with light hair, wearing a blue and white plaid shirt, is holding the hand of an adult whose arm and hand are visible on the left side of the frame. The adult is wearing a light-colored plaid shirt and blue jeans. The background is a soft, out-of-focus outdoor setting with greenery and a bright sky. The overall tone is warm and intimate.

Nikótín og normalisering – saga sérhagsmuna

Árni Guðmundsson
Félagsuppeldisfræðingur
Tómstunda- og félagmálafræðibraut
Menntavísindasvið
Háskóla Íslands

Æskan

- Unglingurinn þ.e. tímabilið á milli þess að vera barn og virkur (vinnandi) þegn, fullorðin, verður ekki til að ráði fyrr en um 1900 - Æskan sem æviskeið G. Stanley Hall.



Unglingar í tímans rás

- Æskan hefur ávallt verið að fara „í hundanna,, að mati þeirra sem eldri eru. Þau gleyma gjarnan sinni eigin æsku eða geta hreinlega ekki samsamað sig með reynslu æsku hvers tíma sökum örra þjóðfélagsbreytinga.
- Því liggur það fyrir hinni misskildu æsku hvers tíma að misskilja seinna meir æsku þess tíma.
- **Hvert æskuskeið er einstakt – reynsla eigin æsku nýtist ekki nema að litlu leyti við uppeldi næstu kynslóðar.**

Markaðurinn

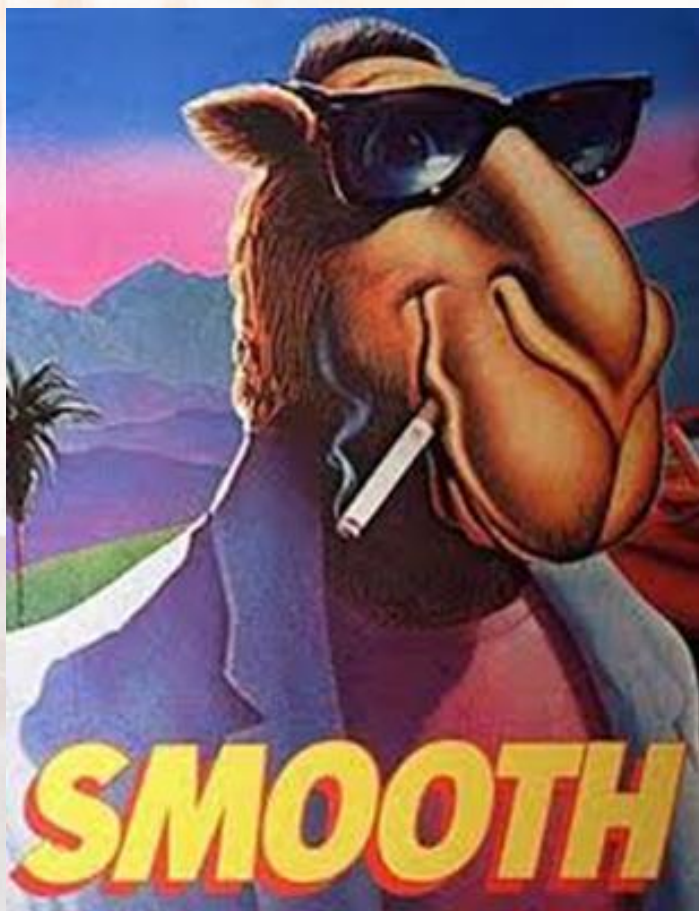
- Í þessu tómarúmi (kynslóðabili) vinna markaðasöflin, ekki síst tóbaks- og áfengisbransinn.
- **Æskan verður „markaður“**
 - Bíó menningin – teiknimyndir í kringum 1890.
 - Fjöldamenningin (Mass culture) og æskan sem markaður upp úr 1920.
 - Æskan eftir seinni heimstyrjöldina.
 - 68 kynslóðin.
- Nýta ávallt þess tíma bestu aðferðir.
- Mikilvægasta verkefni unglingsáranna er mótun sjálfsmyndar, verða hinn sjálfstæði einstaklingur – Fyrirmyndir, samsömun, áhrif jafningja o.fl hafa áhrif. Grunnstef í allri markaðsvæðingu.
- „Allir“ eru að ... nema kannski þú?

Nikótín bransinn

WILLIE THE PENGUIN SAYS:
When coughs and colds...
Have grounded you...
The taste of KOOLS
Will still get through!

Got a cold?
Smoke **KOOLS** as your steady smoke for that clean, **KOOL** taste!





According to repeated nationwide surveys,

More Doctors Smoke **CAMELS** than any other cigarette!

Doctors in every branch of medicine were asked, "What cigarette do you smoke?" The brand named most was Camel!

You'll enjoy Camels for the same reasons 50 many doctors enjoy them. Camels have cool, cool *mildness*, pack after pack, and a *flavor* unmatched by any other cigarette. Make this sensible test: Smoke only Camels for 30 days and see how well Camels please your taste, how well they suit *your* throat as your steady smoke. You'll see how enjoyable a cigarette can be!

THE DOCTORS' CHOICE IS AMERICA'S CHOICE!



MAUREEN O'HARA says: "I pick Camels. They agree with my throat and taste wonderful!"



DICK HAYMES states: "I get more pleasure from Camels than from any other brand!"



RALPH BELLAMY reports: "Camels suit my taste and throat. I've smoked 'em for years!"



For 30 days, test Camels in your "T-Zone" (T for Throat, T for Taste).



Babb í bátinn

- Reykingar minnka – Hvað á að gera við allt þetta nikótín?
- Veipið – formbreyting - öll gömlu trixin notuð



...og meira babb

- Veipið að tapa sjarmanum? – Hugsanlega á útleið - Þrátt fyrir einnota græjur - (sbr. stykkjasala á sígarettum hér áður)
- Ný “lausn” púðarnir



Aðferðir eru kunnar

- Freista þess að stýra og eða ráða umræðu í samfélaginu. Hugmyndir/hagsmunir markaðarins meðhöndlaðar eins og staðreyndir/sannleikur .
- Vísindum og gagnreyndri þekkingu kerfisbundið hafnað eða í besta falli dregin í efa.
- Mikilvægasti markhópurinn börn og ungmenni.
- Beinar og óbeinar auglýsingar - Kvikmyndir, tónlist, áhrifavaldar.
- Nýta ávallt bestu aðferðir samtímans. Vinna afar markvisst í umhverfi barna og ungmenna, sérstaklega á samfélagsmiðlum, utan seilingar og í friði frá foreldrasamfélaginu.
- Nikótínbransinn er bara grjótharður bísness. „Kostuð normalisering“ er afar mikilvægur liður í skapa sem mestan gróða

Vernd barna og ungmenna eða sérhagsmunir?

- Okkur sem samfélagi hefur tekist að koma upp ákveðnu fyrirkomulagi í forvörum, íslenska módelinu, sáttmála sem byggir á réttindum og velferð barna og ungmenna sem og almennum lýðheilsusjónarmiðum. Þennan sáttmála þarf að stand vörð um.
- Grimm og einstaklega ágeng markaðsetning tóbaks- og áfengisframleiðanda o.fl. gagnvart börnum og ungmennum gengur þvert á þessi markmið – Áfengis, tóbaks og nikótínvöru auglýsingar eru boðflennur í tilveru barna og ungmenna, sem auk þess eiga bæði laga- og siðferðilegan rétti til þessa að vera laus við áróður og áreiti af þessum toga.
- **Forvarnir eru „ferskvara“ - Gott ástand er ekki „fastur og varanlegur massi“.**

