



ÅSIKTSMASKINEN

DEM STYR DINA ÅSIKTER?

LÄRARMATERIAL

teater Barbara

Scenen Pipersgatan 4
Biljetter: 08 - 668 64 70
info@barbara.nu
www.barbara.nu

Lärarmaterial till ÅSIKTSMASKINEN

Åsiktsmaskinen spelas för både högstadiet och gymnasiet. Välj de frågeställningar och övningar som passar just dina elever. På vår hemsida www.barbara.nu har vi även en mer allmänt hållen handledning till hur man kan samtala kring en teaterföreställning. Du hittar den under fliken "I skolan" och "för- och efterarbete".

Kort om Åsiktsmaskinen

Föreställningen har undertiteln "Vem styr dina åsikter". Vi får veta en del om hur våra hjärnor fungerar; vad det är som driver oss och gör att vi är påverkbara. Vi utsätts för några olika påverkanstekniker och får några andra påverkanstekniker illustrerade i olika teaterscener. Vi får också exempel på hur pengar används för att påverka; genom reklam, lobbyism och dold propaganda. När rollfigurerna hamnar i konflikt ställs vi också inför några påståenden om olika drivkrafter som styr samhället - och vilka effekter dessa antas få för t.ex. klimatet och miljön. Efter att ha tagit del av två illusionstrick får vi veta hur vår fallenhet för lydighet kan påverka oss att t.ex. utföra hemska handlingar men också hur vi med stöd av andra kan välja att avstå.

Använd dig även av den mer utförliga resumén av föreställningen om du vill fräscha upp minnet inför det uppföljande arbetet. Den finns sist i materialet.

Några av de frågor som ställs i föreställningen:

- Vilka är vi?
- Vad är det som driver oss?
- Varför låter vi oss luras att gå med på saker som vi inte tror på?
- Varför lever vi som vi gör - trots att vi vet att det inte är bra för planeten?
- Kan man stoppa all påverkan?

Några repliker ur föreställningen:

Kjell-Åke: Det här är den fria marknaden!

Jörn: Vadå fri? Vi blir ju manipulerade.

Kjell-Åke: Du kan påverka genom att köpa något annat...

Monique: Det finns forskning som visar att vi inte blir lyckligare av mer pengar. Våra mest meningsfulla upplevelser i livet får vi av att vara tillsammans och ta hand om varandra.

Kjell-Åke: Vår egoism styr, oavsett vad du tycker om det. (...) Den som har mest pengar bestämmer mest.

Monique: Vi tror att det vi ser är verkligheten. Men så blir vi påverkade - och så ser vi något annat.

Föreställningens delar

Hjärnan

Diskutera hur vårt automatiska flykt- och försvarssystem fungerar. Försök hitta egna exempel på situationer när det slagits på. Vilket blev resultatet?

På vilket sätt fungerar belöningssystemet? Reflektera över situationer i vardagen när belöningssystemet aktiveras. Vilka positiva effekter har det? Vilka negativa effekter har det?

Drömmar

Våra drömmar om framtiden, om lyckan och om vem vi vill vara, styr mycket av vad vi gör och hur vi

tänker. Hur ser dina drömmar ut? Vad påverkar dina drömmar? Hur kan företag, politiker och andra använda sig av dina drömmar för att sälja sina produkter och sitt budskap?

Påverkanstekniker

I föreställningen visas hur några olika påverkanstekniker kan användas. Försök komma på egna exempel när ni råkat ut för dem och hur man kan använda dem inom t.ex. reklam, politik.

1. Priming – Hur kan man förbereda/preparera människor att omedvetet tänka på en viss vara, tjänst, åsikt eller ett visst företag eller organisation?

2. Framing – Hur kan vi förstärka ett budskap (i t.ex. bilder, filmer eller berättelser) genom att förändra ramarna eller perspektivet?

3. Kognitiv dissonans – Vi hamnar ofta i situationer där våra tankar eller vår uppfattning om oss själva hamnar i konflikt med vårt handlande; vi känner oss obehagliga till mods. På vilket sätt kan vi komma ur obehaget? På vilket sätt kan ett företag eller en politiker vinna på att försätta oss i kognitiv dissonans - och sen hjälpa oss ur den?doler/förebilder för att påverka?

4. Endorsement – Hur kan man använda sig av idoler/förebilder för att påverka?



Lobbyism

Representanter för olika delar av samhället (företag, branschorganisationer, ideella föreningar, miljöorganisationer, handikappföreningar, fackföreningar mm), träffar politiker för att informera om sin verksamhet och på olika sätt påverka dem att fatta beslut som ska gynna deras verksamhet. Sverige är ett av få länder som inte har en lag om att de politiska partierna ska redovisa vilka representanter de träffar eller varifrån och hur mycket de får i ekonomiskt stöd.

Pröva olika ståndpunkter: Vilka fördelar finns med lobbyism? Vilka nackdelar? Varför bör lobbyism vara fri? Varför bör lobbyism vara reglerad?

Reklam - Konsumtion

Väldigt mycket pengar satsas på reklam och vi möter över tusen reklambudskap varje dag. En del reklam är tydlig med sin avsikt och sin avsändare. Annan reklam sker på ett mer dolt sätt genom t.ex. produktplacering i filmer, färdigskrivna tidningsartiklar, spel på nätet, appar i mobilen etc. All reklam syftar i slutändan till att vi ska konsumera.

På vilket sätt spelar reklamen roll för vad du konsumerar? På vilket sätt spelar vår konsumtion roll för samhället, miljön och klimatet? Försök komma på olika exempel på dold reklam. Diskutera skillnaden mellan att konsumera sådant som man behöver och sådant som man vill ha.

Propaganda

Olika krafter i samhället vill påverka oss att tänka, tycka och agera på ett visst sätt. Det kan vara av ekonomiska skäl - för att tjäna pengar. Men det kan också vara av ideologiska, politiska eller religiösa skäl - för att man har en stark tro på en viss princip; för att man är övertygad om hur man bäst organiserar samhället. Propaganda kan ske både genom att framställa sin egen sak i så positiv dager som möjligt men också genom att skapa tvivel och negativa känslor för sin motståndares idéer.

Försök hitta exempel på olika typer av propaganda som vi möter i vår vardag, t.ex. genom texter, bilder, filmer eller musik. Hur kan vi veta när något är propaganda? Vilken är skillnaden mellan information, reklam och propaganda?

Individens frihet – Regler och förbud

I föreställning uppstår en konflikt om vilka principer som ska styra samhället och lösa de problem vi står inför. Å ena sidan tron på individens frihet, egenintresset, konkurrens, ekonomisk tillväxt och fria marknader. Å andra sidan tron på gemensamt ägande, kollektiva beslut, samarbete och reglerade marknader.

Diskutera olika positiva och negativa effekter som de två principerna har för individen, gruppen, samhället och naturen.

Förslag på uppgift till kommande lektion:

Gå igenom en dagstidning och försök identifiera hur mycket av innehållet som är:

1. Redaktionell text (dvs material som är framtaget och skrivet av tidningens egna journalister)
2. Reklam och annonser,
3. Insålt material (dvs framtaget av olika intresseorganisationer, företag, skrivbyråer, pr-byråer etc)
4. Material från andra nyhetskanaler.

Värderingsövningar

I en värderingsövning får alla ta del av samma fråga och samma förslag på lösningar att ta ställning till. I värderingsövningar finns inga rätt eller fel. Alla ska få uttrycka sin åsikt utan att någon annan nedvärderar den. Syftet är att medvetandegöra och diskutera olika värderingar. Viktigt att tänka på för den som leder övningen är att:

- ge utrymme för dem som vill motivera sin ståndpunkt
- ingen får kommentera de andras svar
- ledaren tar inte ställning eller värderar svaren
- deltagarna får byta ståndpunkt när de vill under övningen

Fyra hörn

Läs upp en situation eller fråga för deltagarna med tre svarsalternativ. Peka ut vilka tre hörn i rummet som representerar vilket svarsalternativ och förklara att det också finns ett fjärde hörn för dem som inte håller med något av de tre alternativen eller som har ett eget förslag. Inled med en lekfull uppvärmning genom att ta ställning till tre enkla påståenden: "Jag tycker bäst om chokladglass", "Jag tycker bäst om vaniljglass", "Jag tycker inte om glass", "Öppet hörn". Om man ändrar sig eller tar intryck av någon annans argument, kan man byta hörn när som helst under övningen.

Förslag på frågeställningar till fyra hörn-övningar som ansluter till Åsiktsmaskinen:

A. Ett företag - vars produkter du gillar och köper - visar sig släppa ut miljöfarligt avfall och använda sig av barnarbete. Hur reagerar du?

1. Jag blir upprörd och slutar köpa företagets produkter.
2. Jag blir bekymrad men fortsätter antagligen att köpa företagets produkter.
3. Jag blir inte upprörd och fortsätter köpa företagets produkter.
4. Öppet hörn.

B. Därför tycker jag att reklam är bra.

1. Den är ofta snygg, rolig, underhållande och inspirerande.
2. Den hjälper mig att orientera mig på marknaden och fatta beslut om vad jag ska köpa.
3. Den inspirerar mig att utveckla min identitet.
4. Öppet hörn.

C. Därför tycker jag att reklam är dåligt.

1. Den är ofta fånig, förljugen och fördummande.
2. Den är ofta vilseledande och vill få mig att köpa saker jag inte behöver.
3. Den får mig att känna mig otillräcklig och misslyckad.
4. Öppet hörn.

D. Vilken form av påverkan fungerar bäst på dig?

1. Att en känd person som jag gillar framför en åsikt eller använder en vara.
2. Att en vän som jag litar på uttrycker en åsikt eller rekommenderar en vara.
3. Att reklam för t.ex. vara, ett parti eller en åsikt är övertygande och snyggt gjort.
4. Öppet hörn.

E. De flesta människor har förutfattade meningar om saker och ting.

1. Förutfattade meningar är bra och nödvändiga, de hjälper oss att tolka verkligheten.
2. Förutfattade meningar är tråkiga men oundvikliga.
3. Förutfattade meningar är helt onödiga och går att undvika.
4. Öppet hörn.

Linjen

I den här övningen får man ta ställning mellan två ytterligheter. Förutom de två yttersta ståndpunkterna på linjen finns det fyra däremellan.

A-----#-----#-----#-----#-----B

Man kan alltså inte ställa sig mitt emellan de två ytterligheterna utan tvingas värdera vilket påstående man står närmast. Hur formulerar jag min ståndpunkt?

Påståenden

Förslag till påståenden att ta ställning mellan:

A. Andras åsikter är stimulerande. De hjälper mig att formulera mina egna.

B. Andras åsikter är störande. De hindrar mig från att formulera mina egna.

A. Jag bygger alla mina åsikter och handlingar på objektiva fakta.

B. Jag bygger alla mina åsikter och handlingar på mina känslor.

A. Jag skapar mina åsikter själv.

B. Jag tar alltid intryck av andras åsikter.

A: Evolutionen, genetiken och vår uppväxtmiljö bestämmer våra beteenden, egenskaper och åsikter.

B: Alla är alltid helt och hållet ansvariga för sina ståndpunkter, handlingar och val.

A: Samhället bör reglera människans alla aktiviteter genom lagar, regler och avtal.

B: Den enskilda individen har alltid det fulla ansvaret för hur hon lever sitt liv.

A. Jag tror att människans aktiviteter (eldning av fossila bränslen, skogsavverkning, djurhållning mm) påverkar klimatet.

B. Jag tror inte att människan påverkar klimatet.

A. Eftersom vi inte är helt säkra på hur människan påverkar klimatet bör vi avstå från att vidta åtgärder för att undvika katastrofala följder.

B. Eftersom vi inte är helt säkra på hur människan påverkar klimatet bör vi genast vidta åtgärder för att undvika katastrofala följder.

A. Jag bryr mig inte om varumärken. Jag bryr mig bara om pris, kvalitet och funktion.

B. Jag anser att varumärken är viktigare än pris, kvalitet och funktion.

A. Jag ser alltid till att det jag köper är producerat på ett hållbart och rättvist sätt.

B. Jag tänker aldrig på hur det jag köper är producerat.

A. Man bör få göra reklam för allting.

B. Det finns saker man inte borde få göra reklam för.

A. Samhället utvecklas bäst om alla i första hand tänker på sig själva.

B. Samhället utvecklas bäst om alla i första hand tänker på vad som är bra för andra.

A. Inkomstskillnader är bra för individen och samhället.

B. Ekonomisk jämlikhet är bra för individen och samhället.

Resumé av Åsiktsmaskinen

Vi möter först tre aktivister från gruppen Face it Now! De arbetar med miljöfrågor och är kritiska till konsumtionssamhället. De har sökt kontakt med arrangörerna av teaterföreställningen Åsiktsmaskinen eftersom de är nyfikna på pjäsens frågeställning "Vem styr dina åsikter?" Men de misstänker att teatergruppen och föreställningens sponsor - Globala Vetenskapsrådet - egentligen går storföretagens ärenden; att syftet med föreställningen är att påverka publiken att fortsätta konsumera varor och tjänster som förstör miljön. Aktivisterna har beslutat sig för att försöka stoppa föreställningen och ställa teatergruppen och sponsororganisationen mot väggen i en öppen debatt.

När aktivisterna går bakom scenen för att leta rätt på teatergruppen får vi se bilder från en övervakningskamera där aktivisterna blir inlåsta i något som verkar vara ett laboratorium.

Tre forskare i vita rockar kommer in och förklarar att gruppen Face it Now! inte kommer att delta men att den här dagen kommer att uppmuntra till kritiskt tänkande och objektiva faktagranskande. Publiken får veta att de nu är en del av ett vetenskapligt experiment som ska handla om hjärnan, om påverkan och om hur åsikter skapas. De ska utsättas för ett antal teaterscener och deras reaktioner kommer registreras, sammanställas och läggas ut på nätet.

Forskarna ställer ett antal frågor som de hoppas att experimentet ska ge svar på: Vilka är vi? Vad är det som driver oss? Varför låter vi oss luras att gå med på saker vi inte tror på? Kan man stoppa all påverkan?

Forskarna presenterar sig och sina respektive specialkompetenser: Monique, hjärnkirurg, Kjell-Åke, hjärnforskare och Jörn, vetenskapsfilmare som söker sponsorer till ett nytt filmprojekt.

Teaterscen 1:

Cellernas evolution. Vi får veta att allt levande alltid strävat efter att upprätthålla liv och att undvika död. Forskarna ska nu titta närmare på hur dessa mekanismer verkar i människans hjärna; hur vårt belöningssystem styr oss mot det som är bra för oss och hur vårt bestraffningssystem hjälper oss att undvika det som hotar oss. Kjell-Åke blir försöksperson. Vi får se hur vårt automatiska flykt- och försvarssystem fungerar och hur belöningssystemet fungerar. Belöningssystemet aktiveras av sådant som frisätter dopamin; gemenskap, kärlek, intresse, beröring, mat, musik, dans mm. Vi får även veta att belöningssystemet kan kidnappas av sådant som inte är bra för oss; som t.ex. droger, socker och spel. Forskarna berättar om sina drömmar om lyckan och förhoppningar om framtiden.

Teaterscen 2:

Om hur kommersiella krafter kan utnyttja våra drömmar om lyckan och vårt behov av att tillhöra en grupp. En vanlig familjekonflikt löser sig när de får smaka på energidrycken Bullshit. Forskarna blir oense om Kjell-Åkes sätt att avsluta scenen. De tycker att det blev som reklam på riktigt.

Teaterscen 3:

Om att det kan vara viktigare att se älskad ut än att vara älskad på riktig. Börje ska fria till Rosalind men hindras av att Rosalind är mer upptagen med att dela händelsen på sociala medier. Direkt efter scenen tillfrågas publiken vilken färg de tänker på. Många svarar röd. Forskarna har utsatt publiken för en påverkansteknik som kallas PRIMING. Genom att scenen fyllts med associationer till färgen röd, har de preparerat eller förberett publiken att omedvetet tänka på rött. Tekniken kan användas av företag som vill få oss att omedvetet tänka på en viss produkt, t.ex. en läsk. Jörn visar sig ha blivit påverkad på det sättet.

Forskarna visar exempel på FRAMING, dvs hur man kan förstärka ett budskap genom att förändra ramarna eller perspektiven. Jörn och Monique hamnar i konflikt om vem som lättast blir påverkad.

KOGNITIV DISSONANS. I situationer där våra tankar hamnar i konflikt med hur vi handlar, löser vi ofta den inre konflikten genom att antingen ändra beteende eller hur vi tänker. Ofta väljer vi att ändra på det som är enklast att ändra på, även om det innebär att vi måste ljuga lite för oss själva.

Teaterscen 4:

Om hur ett företag kan hjälpa oss ur kognitiv dissonans. Börje ger Rosalind en klänning. När klänningen visar sig vara gjord av barnarbetare "hjälp" klädföretaget Börje och Rosalind ur kognitiv dissonans genom att offentligt be om ursäkt och lova att ändra sitt beteende. Jörn förtydligar för publiken att forskarna inte är för barnarbete. Monique ifrågasätter öppet Jörns kompetens att leda experimentet.

Monique tar över och använder Jörn som exempel på ENDORSEMENT eller IDENTIFIKATION. Jörn försöker försvara sig och hävdar att han har samma skor som äventyrsfilmaren Bear Grylls enbart för att det är de bästa skorna. Monique och ifrågasätter Jörn och visar exempel på hur idoler gör reklam för vad som helst bara de får tillräckligt med pengar. Jörn blir upprörd. Kjell-Åke passar på att förevisa ett par andra skor. Monique och Kjell-Åke försöker förklara för Jörn att det är så här den fria marknaden fungerar; att vi lever i en ekonomisk modell där egenintresset styr. Monique påpekar att det finns andra ekonomiska modeller.

Forskarna visar hur PENGAR fungerar som verktyg för påverkan. Monique berättar om hur lobbyister arbetar för att påverka politiker. Jörn ställer kritiska frågor. Kjell-Åke undviker Jörns frågor och demonstrierar en öl-app i sin telefon. Monique börjar berätta om pengar och reklam men presentationen glider in på ämnet dold påverkan. Monique och Kjell-Åke visar hur tobaksindustrin utvecklade dolda påverkanstekniker för att få folk att tvivla på vetenskapens upptäckter om sambandet mellan tobak och cancer. De beskriver hur samma tekniker nu används av oljeindustrin för att få oss att tvivla på att människans eldning av fossila bränslen orsakar klimatförändringar.

Jörn vill stoppa desinformationen och rädda miljön. Monique och Kjell-Åke ifrågasätter Jörn. Kjell-Åke tröttnar på allt tjafs och lämnar scenen. Jörn fortsätter argumentera medan Monique försöker påpeka att det finns andra ekonomiska modeller som inte har egenintresse och girighet som drivkraft. Monique avbryter för att berätta om Ellinor Ostroms alternativa idéer om ekonomi.

Plötsligt slås bilder från övervakningskameran på och vi förstår att Kjell-Åke har i uppdrag att använda experimentet till att marknadsföra mobiltelefoner, energidryck, skor, vin mm. Jörn anklagar honom för att svika publiken och sina kollegor. Kjell-Åke vill få Jörn att erkänna att vi är styrda av vår egoism. Jörn vill ha regler för att tygla egoismen och ett starkt samhälle som kan ta till vara människors behov och skona miljön. Kjell-Åke menar att individen måste få vara fri, att vi kan påverka genom vad vi lägger våra pengar på; att den som har mest pengar bestämmer mest. Kjell-Åke beskyller Jörn för att vilja ha diktatur. Jörn försöker övertyga de andra om att vi måste stoppa miljöförstörelsen och vill släppa ut aktivisterna från Face it Now!

Monique och Kjell-Åke försöker förklara för Jörn att aktivisterna inte finns på riktigt, att det var de själva som spelade aktivisterna. Jörn blir förvirrad. De spelar upp övervakningsfilmen för att övertyga honom. Jörn blir än mer förvirrad och förnekar att han skulle vara en av aktivisterna. Monique ger Jörn en spruta och säger: "Vi tror att det vi ser är verkligheten. Men så blir vi påverkade och så ser vi något annat." Kanske är det som pågår på scenen också propaganda?

Kjell-Åke leker en lek som förvirrar publiken. Ett illusionsnummer presenteras. Forskarna frågar publi-

ken om de tror att de kommer att vara mer uppmärksamma på olika påverkanstekniker efter att ha deltagit i experimentet.

Forskarna beskriver slutligen Milgrams experiment som visar hur vår lydnad kan få oss att utföra hemska handlingar. De beskriver också hur vi med stöd av andra kan välja att avstå från att begå hemska handlingar.

Jörn får ett telefonsamtal där han får besked om att han har fått finansiering till sin tv-serie men på villkor att materialet får användas i reklam för en whisky. Jörn tvekar.

Monique stänger av Jörn och Kjell-Åke och berättar att hon ska använda dem i sin forskning. Hon fascinerar av vetenskapen som kommer med ständigt nya rön om vad det är som styr oss; att vi verkar drivas mer av viljan till gemenskap och jämlikhet än egennytta och konkurrens. Hon konstaterar samtidigt att det inte verkar som om vi kan stoppa all påverkan utan att vi nog måste ge oss in i åsiktsmaskineriet själva och påverka, om vi ska kunna rädda vår planet.



Och just det, vi får inte glömma Elinor Ostrom! Här är några länkar där man kan lära sig mer om hennes forskning:"

- Wikipedia: http://sv.wikipedia.org/wiki/Elinor_Ostrom
- Intervju i SvD: http://www.svd.se/naringsliv/elinor-ostrom-tror-att-sma-ideer-kan-forandra-varlden_4854157.svd
- <http://www.arkiv.nu/portals/0/pdf/Ostrom%20Introduktion.pdf>

Lycka till och hör gärna av er till oss med frågor och funderingar!

Tel: 08-668 64 70
mail: info@barbara.nu
www.barbara.nu