



Hur funkar reklam?

Uppgift

Du ska lära dig att analysera reklam för att förstå vilket kommersiellt budskap avsändaren vill kommunicera.



Instruktion

Du och din grupp ska undersöka två olika typer av reklam, till exempel en film, en digital annons eller en större annons i en dagstidning. Tänk på att spara de digitala länkarna eller annonsen så att ni kan presentera era val för er lärare och resten av klassen.

Välj ut två typer av reklam. Skriv ned vilka annonser och/eller filmer ni har valt, kom ihåg att kopiera länkar och spara dem här:

- a)
- b)

Diskutera och besvara följande frågor i gruppen

Reklam 1

1. Vem är det som vill dig något?

.....

.....

.....

2. Vad vill avsändaren få dig att göra? Vad är budskapet?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. Vilken målgrupp är reklamen riktad till?

.....

.....

.....

4. Vilken typ av människor tror du att reklamen riktar sig till? Beskriv en person som du tror att reklamen mest av allt är till för.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

5. Propagerar man för en typ av livsstil i reklamen?

.....

.....

.....

6. Får du lust att göra det som avsändaren vill uppnå med sin reklam? Motivera.

.....
.....
.....
.....

Reklam 2

1. Vem är det som vill dig något?

.....
.....
.....

2. Vad vill avsändaren få dig att göra? Vad är budskapet?

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

3. Vilken målgrupp är reklamen riktad till?

.....
.....

4. Vilken typ av människor tror du att reklamen riktar sig till? Beskriv en person som du tror att reklamen mest av allt är till för.

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

5. Propagerar man för en typ av livsstil i reklamen?

.....

.....

.....

6. Får du lust att göra det som avsändaren vill uppnå med sin reklam? Motivera.

.....

.....

.....

Logos, ethos och pathos

Enligt klassisk retorik (vältalighet) behöver man använda både förnuft och känsla om man vill övertala någon. Den grekiske filosofen Aristoteles talade om tre medel för övertalning: logos, ethos och pathos. Det tänket använder man också när man gör reklam.

Logos är förnuftet, argumenten och det logiska. Vilka logiska argument finns i reklamen?

Ethos är talarens karaktär och personlighet. Här handlar det om hur talaren, den som försöker övertala, anknyter till ämnet och vilket förtroende denne inger. I reklamsammanhang talar man om avsändaren av reklamen. Ger avsändaren en trovärdig bild av sig själv?

Pathos handlar om känslorna som väcks hos den som den som lyssnar. Pathos är passionen, förmågan att röra, väcka och styra känslor hos lyssnarna. Vilka känslor väcker reklamen?



Analys

Nu ska ni göra en djupare analys av en reklam med hjälp av en analysmodell. Välj en av de två reklamexemplen ni arbetade med tidigare. Analysera den utifrån de tre begreppen logos, ethos, pathos:

Logos

.....

.....

.....

.....

Ehos

.....

.....

.....

.....

.....

Pathos

.....

.....

.....

.....

.....

Tips!

Läs mer om reklam på Hallå konsument. hallakonsument.se