

## LÄRARINSTRUKTION

# Reklam och påverkan

**Uppgift**

Eleverna får kunskap om reklamens olika former samt träna på ett kritiskt förhållningssätt.

**Visa film** | ⌚ 10 min

Börja med att visa filmavsnittet [Shoppa smart!](#) (4 min) på Youtube.

Efter filmen, låt eleverna parvis diskutera frågorna nedan:

- Har du handlat något som du verkligen inte behövde?
- Varför köpte du det?
- Har du handlat något som blev helt fel, till exempel att varan inte alls levde upp till dina förväntningar. Vad gjorde du åt det?
- Hur tror du att vi påverkas av reklam? Medvetet eller omedvetet? Mycket eller lite?
- Vilka knep tror du att de som gör reklam använder sig av för att få dig att handla produkter?

**Förklara viktiga begrepp inom reklam** | ⌚ 15 min

Håll en kort genomgång och förklara följande begrepp.

**Vad är reklam?**

Reklamens syfte är att få oss att köpa något. De vanligaste formerna av reklam ser vi på tv, i tidningar, i kollektivtrafiken och när vi surfar på internet.

**Vad är skillnaden mellan konsumentinformation och reklam?**

Konsumentinformation finns för att ge oss fakta och kunskaper om en produkt. Exempel på konsumentinformation kan vara näringsinnehåll, mått, funktion eller öppettider.

Konsumentinformation

ska vara objektiv, alltså opartisk och korrekt. Dessa krav finns inte på reklam.

**Vad är en målgrupp?**

En målgrupp består av människor som har någonting gemensamt, exempelvis ålder eller intresse. Ju bättre målgruppsanpassad reklamen är, desto bättre fungerar den, resonerar de som gör reklam.

**Vad är en slogan?**

En slogan är en reklamfras, en kort mening som företaget vill att konsumenterna ska koppla ihop med ett varumärke.

## Vad finns det för olika reklamknep?

Reklam har många olika skepnader. Lockvaran i butiken, till exempel billiga jordgubbar, och verktyg som snickaren använder i inredningsprogram på tv är exempel på reklam som vi möter dagligen. Reklam kan också vara kändisar som är ambassadörer för ett varumärke. Företag använder sig av många olika knep för att förstärka reklamen, exempelvis kändisar, musik och djur. Syftet är att reklamen ska väcka en känsla inom oss. Vissa webbutiker använder sig av webbdesign för att stressa och vilseleda dig. Det kan vara svårt att upptäcka. En del webbutiker har en klocka eller timer som visar hur lång tid det är kvar av ett visst erbjudande. I vissa fall startar den om när du laddar om sidan. Nedräkningen kan finns där för att du ska bli stressad och på så sätt kan din beslutsförmåga bli nedsatt. På engelska kallas det för "dark patterns".

### Tips!

Det finns mer information om vilseledande webb reklam på [konsumentverket.se](https://konsumentverket.se)

## Hur kan man vara kritisk mot reklam?

Eftersom syftet med reklam är att sälja en vara eller en tjänst ska vi ställa oss kritiska till budskapet. Innan vi köper något ska vi fundera på om vi behöver produkten och om den uppfyller det som reklamen påstår att den gör.

## Låt eleverna diskutera reklamklipp | ⌚ 15 min

1. Förbered två reklamklipp att visa för eleverna där de på ett enkelt vis kan hitta svar på diskussionsfrågorna i punkt 5. Visa reklamklippen för eleverna.
2. Låt eleverna parvis diskutera varje klipp utifrån frågorna:
  - Till vilken målgrupp vänder sig filmen?
  - Vilka reklamknep används i filmen?
  - Vad är syftet med reklamen?
3. Avsluta lektionen i helklass med att diskutera hur man kan vara kritisk som konsument gentemot reklam?