

Organisering af undervisningen

1. I små grupper taler eleverne om, hvilke reklamefilm de husker og hvorfor.
2. Derefter arbejdes med de tre reklamefilm om drikkevarer. Eleverne arbejder sammen i små grupper i 5-10 min, hvor de kigger reklamefilmene igennem og giver udtryk for deres umiddelbare oplevelser.
3. Kort runde med gruppernes kommentarer med vægt på den personlige tilgang/oplevelse.
4. Herefter arbejdes der med en genremæssig og teknisk analyse / gennemgang af filmene.

Følgende punkter kan understøtte analysen

Inspireret af bogen "Reklametid", Daneklærerforeningen

1. Præsentation af reklamen. Hvad reklameres der for? Afsender, medie, modtager.
2. Reklamens livstil. Varens brugsværdi og varens lovede ekstra egenskaber. Livsstilselementerne i reklamen og målgruppen, som disse livsstilselementer rammer.
3. Reklamens filmsprog. Varighed, komposition, synsvinkel, klip, lys og lyd.
4. Analyse af tekst og tale.
5. Genre (fx sang-og-dans, dramatiseringer, demonstrationsreklamer, reklamer der henviser til historier, lyriske, fiktion/ sagprosa).
6. Reklamens dramaturgi – fortælleanalyse.
7. Uddybning af medie og modtagerforhold.
8. Konklusion og vurdering.

Til mellemtrinnet kan følgende analysemodel evt. anvendes

http://www.emu.dk/tema/medier/grundskolen/dokumenter/tv_reklame_mellemtrin_15_12.pdf

Vælg en af nedenstående opgaver (fordybelse)

1. Dramaturgi opbygning og handling

- Er der en historie i reklamen? Fortæl den! Sker der en udvikling? Er der en optrapning af en konflikt, klimaks og udtoning? Hvordan er indledningen og afslutningen? Eller har reklamen en helt anden opbygning? Hvilken?
- Når vi ser en reklamefilm, er der noget vi ser – filmens fortælling. Der er også noget vi ikke ser, men som skabes i vores fantasi.
- Se de tre film. Fortæl om den handling du ser, og den handling du selv lægger ind i filmen med din fantasi.

2. I hvilke sammenhænge præsenteres produktet i de tre film

- Hvornår optræder produktet?
- Hvordan præsenteres produktet? Med lyd, speak, musik...
- Find sloganet i de tre film.

3. Find selv på et tema for en ny reklamefilm

- Find produktoplysninger på firmaets hjemmeside.
- Hvem skal reklamen henvende sig til?
- Hvordan skal argumentationen være i din reklamefilm?:
 - a. afsenderargumenter (ofte en ekspert).
 - b. modtagerargumenter (fordele ved at acceptere påstanden om varen).
 - c. sag - argumenter (tager udgangspunkt i varen).