

# Organisering af undervisningen

---

## Organisering af undervisningen

1. I små grupper taler eleverne om, hvilke reklamefilm de husker og hvorfor. Eleverne kan evt. selv medbringe reklamefilm og begrunde, hvorfor de netop har valgt de udvalgte reklamefilm. I klassen drøftes det på baggrund af fremlæggelserne, om der er fællestræk i de valgte film, hvilke reklametyper er valgt, og hvad er en god reklamefilm? Kan der opstilles fælles kriterier?
2. Derefter arbejdes med de tre reklamefilm om is. 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.

Herefter arbejdes der med en genremæssig og teknisk analyse / gennemgang af filmene.

## 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.

## Følgende punkter kan understøtte analysen

Inspireret af bogen "Reklametid", Dansklærerforeningen

1. Præsentation af reklamen. Hvad reklameres der for? Afsender, medie, modtager.

2. Reklamens livsstil. 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](http://www.emu.dk/tema/medier/grundskolen/dokumenter/tv_reklame_mellemtrin_15_12.pdf)

### Vælg en af nedenstående opgaver (fordybelse)

1. 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 3 film?
  - a. Hvornår optræder produktet?
  - b. Hvordan præsenteres produktet? Med lyd, speak, musik...
  - c. Find sloganet i de to film.
3. Hvordan fremstilles familierne (familielivet) i de tre film? Hvilke typer ses i de tre film (mænd, kvinder, børn)?

Læs evt. Faktalinket om familiens historiske udvikling:  
<https://skoda.emu.dk/skoda-cgi/faktalink/faktalink/titelliste/fafo/fafohele>
4. Se filmen fra 1987. Filmen består af mange små fortællinger. Find nogle af de små fortællinger frem. Hvilke overraskelser (effekter, virkemidler) findes der i reklamen?

Hvordan forbindes de små fortællinger sammen?  
Hvis filmen ikke var en reklamefilm, hvilken titel ville du så give den?
5. Magnum Sound og Magnum Taste

Se de to film fra 2005. Hvilke virkemidler benytter reklamerne?

[tv2rekl200506\\_0074.mpg](#)

[tv2rekl200506\\_0075.mpg](#)

Lav en analyse af lydens anvendelse og betydning.  
Fortællerstemme, voice-over, lydeffekter, underlægningsmusik m.m.

## 6. Historisk udvikling

Se reklamefilmene fra Frisko Is og beskriv den historiske udvikling i reklamerne fra 1963 til 2005.

Læs artiklen og reklamefilmens historiske udvikling:

<http://www.reklamefilm.statsbiblioteket.dk/index.php?valg=historie>

På Friskos hjemmeside er der lidt om firmaets historie. Du kan bl.a. se iskort gennem tiderne, hvor du kan se priser på is, og hvordan de præsenteres på kortet.

<http://www.frisko.dk/historie.htm>