

Å tolke reklame

 Les mer om reklame på side 219

En mulig oppskrift

Førsteinntrykk. Hvordan er førsteinntrykket ditt av reklamen? Vekker den interessen din? Begrunn. Nærleser eller skimleser du reklamen? Leser du deler av reklamen eller hele?

Kommunikasjonssammenheng. Hvem reklamerer for hva, hvor (medium), når, hvordan og for hvem (målgruppe)?

Beskrivelse. Gi en objektiv beskrivelse av reklamen.

Tolk og kommenter reklamen:

- 1 **Stoppeffekt/blikkfang.** Hva fester øynene dine seg på først?
- 2 **Bildespråk.** Se på illustrasjoner og foto. Kommenter farger, utsnitt, strek osv. Les om bildebeskrivelse på side 192.
- 3 **Grafisk språk / layout.** Se på farger, logo, firmamerke, overskriftstyper osv.
- 4 **Lesbarhet.** Det sies at en reklametekst skal være lettere å lese enn å la være å lese. Er reklamen lettlest? Begrunn. Er det mye eller lite tekst? Er setningene korte eller lange, fullstendige eller ufullstendige?
- 5 **Andre språklige virkemidler**
 - Ordvalg. Er ordene hverdagslige eller poetiske? Inneholder teksten engelske ord, nyord eller fremmedord? Er det eksempler på fagspråk eller ungdomsspråk?
 - Appellativt språk. Gi eksempler på slikt språk. Appellerer reklamen mest til fornuft eller følelser? Fins det retoriske spørsmål (spørsmål der svaret er gitt)? Du kan lese mer opp appellformer på side 194.
 - Informativt språk. Fins det åpen og/eller skjult argumentasjon? Er argumentene relevante? Er det tatt med konkrete opplysninger?

- Slagord, ordspill
- Humor
- Rim og rytme
- Gjentakelser
- Kontrast
- Språklige bilder

Budskap. Hva er budskapet i reklamen?

Er budskapet originalt?

Vurdering. Vurder reklamen som mottaker.

Hva er bra, og hva fungerer eventuelt mindre bra? Begrunn.

