

Reklame

Reklame har som mål å få oss til å kjøpe ei bestemt vare. Reklamen vil fange merksemda vår og påverke oss til å vilje ha vara. Til dette bruker ein *bilete* og *tekst* og nokre gonger *lyd*.

I reklamane er bileta viktige. Dei er *blikkfang*. Det vil seie at dei fangar blikket vårt og merksemda vår. Bileta er nøye planlagde og ofte redigerte og manipulerte. Dette blir vi påverka av.

Det er også lett å få auge på slagordet. Eit *slagord* er ei setning eller to som seier det aller viktigaste om produktet. Du har sikkert sett eller høyrte slagord som «Ingen KiMs. Ingen kos», «Det enkle er ofte det beste», «Lano for liten, Lano for stor» og «Lottomillionærar er ikkje som andre millionærar». Gode slagord er lette å hugse og vanskelege å gløyme.

Biletet og slagordet skal lokke oss til å sjå nøyare på reklamen. Ofte finn vi nemleg også ein tekst som seier noko om produktet og kvifor vi bør kjøpe det. Denne teksten er full av *plussord*, det vil seie positive ord som er meinte å overtyde oss. Noko av det som står, er *fakta*, altså noko vi lett kan kontrollere at stemmer. Andre delar er berre *påstandar*. Det vil seie at dei som har laga reklamen, meiner at det er sånn, men det kan ikkje bevisast. Du bør derfor vere kritisk til det som står i teksten.

Før var reklamar enkle å kjenne att. Du fann dei på eigne sider i blad og aviser, på bussar og haldeplassar, på radio og på kino. No blandar dei seg derimot meir med andre typar tekstar. I blad er det ikkje alltid så lett å vite lenger kva som er vanlege reportasjar, og kva som er reklame. Og blogggarar presenterer produkt som det ser ut som dei sjølve bruker, men som dei eigentleg har fått betalt for å vise fram. Meir enn nokon gong er det derfor viktig å studere reklametekstane nøye.



Oppgaver

Sjå Elevbok 7B side 185.
Gjer oppgåvene 1–3.