



Språk i naturvetenskap och teknik

REKLAM & INFORMATION

Åk 1–3
Affisch

Skriv ut pdf:erna
i A3-format!

Eleverna möter hela tiden reklam i sin vardag – och att diskutera reklam brukar engagera de flesta elever. Dessa diskussioner är tacksamma att utnyttja som en kreativ motor. I det här exemplet får eleverna marknadsföra sin egen påhittade frukost i form av en affisch.

OM EXEMPLET AFFISCH

Diskutera med eleverna vad de brukar äta till frukost. Hur kan en frukost påverka den som äter den? Hur kan frukosten påverka miljön och klimatet? Uppgiften blir sedan att i text och bild göra en reklamaffisch för en egen fantasifrukost utifrån vissa kriterier, till exempel att den måste vara bra för hälsan och miljön, men samtidigt kännas spännande och lyxig. Diskussionen blir då till en enklare form av så kallad multikriterieanalys.

FÖRDELAR MED REKLAM SOM UTTRYCKSFORM

När eleverna får skapa egen reklam inom ramen för ett NO-ämne och teknik blir det naturligt en språkutvecklande process, men också ett sätt att medvetandegöra att reklamen har en avsändare som vill påverka oss.

FLER TÄNKBARA EXEMPEL

Ämnet för reklamaffischen kan vara andra områden på temat mat, som att hitta på ett roligt mellanmål eller ett nyttigare fredagsmys. Eleverna kan till exempel också få i uppgift att marknadsföra...

... skolans eller klassens miljöarbete.

... sitt favoritfordon (som skateboarden, cykeln eller kickbiken).

... sin typ av husdjur eller fritidsaktivitet.

Samira's SMARTA

Lyxfrukost



Havre som har blivit gröt. Äpplemos och mjölk. Gör mig stark i flera timmar!



Hembakat bröd med ärtskott som jag har odlat själv!

Rolig och god pannkakstaco med nötter, bär och honung. Lyxigt!

Målat ägg från ekologisk höna!

Äppelklyftor och bär från farfars trädgård. Några bär i en kall smoothie.

Idé, text och produktion: Oskar Erikan Kommunikation. Grafisk formgivning: Siv Lovkvist/BullnoundMedia. Illustration: Lisen Adbåge

REKLAMAFFISCHENS 4 BESTÅNDSDELAR

- RUBRIK**
Den första texten som möter betraktaren. Det kan vara en rubrik eller namnet på själva "produkten" (eller som i det här fallet, både och).
- BILD**
Bilden kan visa produkten, men också sätta den i ett sammanhang. Här visar vi vad Samiras frukost innehåller, samt gestaltar den genom att visa positiva och roliga bilder kring matens ursprung och hur glad och pigg man blir av att äta den. Uppmuntra eleverna till att utnyttja hela papperets yta. Att först göra en enkel skiss av både text och bild och diskutera den kan vara en bra förberedelse.
- SLOGAN**
En kort text som beskriver produktens fördelar på ett säljande sätt. En slogan kallas ofta för "pay-off" på reklamspråk.
- SÄLJANDE TEXTER**
En eller flera korta texter som förklarar "produkten" och varför den är bra.

FRÅGOR ATT DISKUTERA

- Innan eleverna börjar skapa sin egen reklamaffisch kan det vara värdefullt med en förberedande diskussion. Några punkter att ta upp:
- Vilka reklamexempel känner eleverna till?
 - Vad är reklam och varför finns reklam?
 - Vilka olika sorters reklam har eleverna mött? (Annonser på nätet och i tidningar, tv-reklam, reklam i spel och appar, filmaffischer?)
 - Vad är det som gör att man blir lockad av viss reklam?
 - Varför är det viktigt att fundera över hur reklam fungerar?

GENERELLT OM REKLAMSPRÅK

Språket i reklam har som huvudsyfte att göra mottagaren positivt inställd till det som marknadsförs. Därför är språket ofta humoristiskt och lekfullt. Man kan använda sig av ordlekar, dubbeltidigheter, upprepningar och bokstavsrim/allitterationer (som "Samiras Smarta..."). Man kan förstärka ord och begrepp genom prefix (super-, lyx- etc).

EN PANNKAKSTACO?
Låt eleverna ta ut svängarna och använda sin fantasi och uppfinningsrikedom. Det stimulerar språkgledjen – och att ha ett överraskningsmoment är viktigt i reklamens värld.

TRE FRÅGOR TILL...

... Lisen Adbåge, illustratör, som ritat exemplet med "Samiras smarta lyxfrukost".

- Hur kan man tänka när man ritar en affisch?**
Att budskapet ska nå fram lätt, snabbt och tydligt. Lyft fram det viktiga i bilden och använd kortfattad, stor text. Försök ge positiva signaler. Vill du däremot varna för något (till exempel rökning) lyft fram det farliga och sätt det i fokus!
- Har du något tips på hur man kan använda färger?**
Reklam för en ätbar produkt ska såklart se väldigt god ut. Då bör frukten vara färgglad. Handlar det om något ekologiskt eller miljövänligt bör du blanda in mycket grönt i bilden! Gör du istället en affisch om till exempel tandkräm eller rengöringsmedel – använd gärna blått! Det får oss att tänka på fräschör.
- Vilken är din favoritfrukost?**
Jag äter mycket frukter och bär, och gärna smoothie! Och så färskt bröd med olika goda pålägg, kaffe, jos och gärna croissant!



Foto: Gustav Gustafsson