



CYKELSTAMTRÆ - REKLAME

Fag: Dansk

Tidsforbrug: ca. 2 x 45 min.

Materialer: Cykelstamtræ-plakaten i A3 og cykeloversigten

Eleverne går på opdagelse i plakaten med stamtræet og cykeloversigten og får øjnene op for cyklens historie og de mange imponerende modeller.

I plenum samtales om de forskellige typer af cykler. Hver elev skal ud fra de oplysninger, som er findes i cykeloversigten forberede en kort mundtlig fremstilling. Denne skal være en mundtlig reklame for en af cyklerne. Reklameindslaget skal indeholde et slogan og skal vare 30 sekunder.

Lad eleverne komme i tanker om slogans for kendte brands. Hvad udtrykker de? Hvad er mon kriterierne for et godt slogan? Hvad skal en reklame indeholde for at virke? Elevernes ideer skrives op og læreren supplerer med manglende oplysninger.

Et godt slogan bør indeholde:

1. Det skal indeholde brand og brand image. Altså skal sloganet leve op til det image, som produktet og brandet har.
2. Det skal være personligt. Man skal give kunden en tydelig fornemmelse af, hvordan et køb af dette produkt tydeligt gavner ham/hende.
3. Det skal være et slogan, der fænger og er langtidsholdbart. Det skal i længden sørge for at smelte brand og slogan sammen til et.
4. Det skal helst være så specialiseret, at det nærmest kun kan bruges i forhold til dit produkt/brand.
5. Det skal være enkelt og så kort som muligt, og sammenfatte de værdier og/eller produkter, som virksomheden repræsenterer.

Appelformer til udarbejdelse af slogan og reklame

Logos

Logos appellerer til modtagerens logik.

Eksempel: Det er en god idé at købe denne elcykel, da du vil komme hurtigt og ubesværet frem...

I en reklame, der bruger logos som appelform, forsøger man at overbevise køberen ved at henvende sig til fornuften. Her vil man ofte komme ind på undersøgelser og statistikker.

Patos

Patos appellerer til modtagerens følelser.

Eksempel: Det er en god idé at købe denne elcykel med ekstra stor motor. Så dufter du stadig godt, når du ankommer til din arbejdsplads selv efter en lang cykeltur...

I en reklame, der bruger patos som appelform, forsøger man at overbevise modtageren om at købe produktet ved at henvende sig til følelserne. Her vil man typisk forsøge at vække sympati hos køberen.

Etos

Spiller på afsenderens troværdighed.

Eksempel: En ekspert kan udtale: Denne cykel er den bedste, når du vil passe på miljøet...

I en reklame, der bruger etos som appelform, forsøger man at overbevise køberen af produktet om afsenderens troværdighed. Det kan man gøre ved at lade en autoritet eller en fagperson, fx en cykelrytter, optræde i sin reklame.

Danskfaglige mål:

Læsning

- Finde tekst
- Forberedelse
- Sprogforståelse
- Tekstforståelse

Fremstilling

- Planlægning
- Forberedelse

Fortolkning

- Oplevelse og indlevelse
- Undersøgelse

Kommunikation

- Dialog
- Sproglig bevidsthed

Forfatter: Anne Hindkjær, Udeskolelærer