

“`html

Lektionsplanering

Årskurs: Gymnasiet

Ämne: Svenska 2

Tema: Språket i reklam och propaganda

Koppling till styrdokument

Centralt innehåll

Språkets roll i reklam och propaganda, olika typer av texter och budskap, samt hur dessa påverkar mottagaren.

Betygskriterium (E)

Eleven redogör översiktligt för språkliga och stilistiska medel i reklam och kan ge exempel på deras påverkan på mottagaren.

[Gy11, Svenska 2]

Lärarledda instruktioner

1. Introduktion till reklamens språk (15 min)

- Diskutera vad reklam är och dess syften.
- Presentera exempel på kända reklamer och deras budskap.
- Genomgång av språkliga medel i reklam, som metaforer och alliteration.
- Fråga eleverna om deras egna erfarenheter av reklam.

2. Analys av reklam (20 min)

- Dela ut olika reklamexempel till grupper.
- Grupperna analyserar de språkliga och visuella aspekter av reklamen.
- Varje grupp presenterar sin analys för klassen.
- Diskutera skillnader och likheter mellan analyserna.

3. Diskussion och reflektion (10 min)

- Reflektera över vilken effekt reklamen har på oss som konsument.
- Diskutera etik i reklam — är all reklam bra reklam?
- Fråga eleverna om exempel på reklam som de tycker är oetisk.

4. Avslutande sammanfattning (5 min)

- Återkoppla till målen för lektionen.
- Ställ frågor om vad de lärt sig.

Ämnesinnehåll

Här listas viktig kunskap och ämnesinnehåll som eleverna behöver känna till eller lära sig i undervisningen. Försök se till att allt nedan tas upp på lektionen eller följs upp på andra sätt.

- **Reklamens syfte:** Att påverka konsumentens beslut och skapa intresse för en produkt.
- **Språkliga medel:** Metaforer, similer, och retoriska frågor som används för att förstärka budskap.
- **Etik i reklam:** Vad är okej att använda i reklam? Hur påverkar reklamen vår syn på ideal?
- **Analysering av reklam:** Hur går en effektiv analys av en reklams budskap och språk till?
- **Omvärldens påverkan:** Hur påverkar kulturen och aktuella händelser reklamens utformning?

Ordkollen

Ord	Förklaring	Etymologi
Metafor	En jämförelse där två saker liknas vid varandra utanför ordet "som".	Grekiska "metaphora" som betyder "överföring".
Slogan	En kort och minnesvärd fras som används i reklam.	Engelska "slogan".
Retorik	Konsten att övertyga med ord.	Grekiska "rhetorike" som betyder "konsten att tala".

Diskussionsfrågor

- A. Vilken påverkan har reklam på våra val? Kan det manipulera vårt tänkande?
- B. Finns det gränser för vad som är okej inom reklam? Vad motiverar dessa gränser?
- C. Hur kan vi skilja på effektiv och oetisk reklam? Vad gör en reklam godkänd av allmänheten?

Aktivitet

Eleverna delas in i grupper där de får skapa en egen reklam för en påhittad produkt. De ska använda specifika språkliga medel och en slogan, samt presentera reklamkampanjen för klassen. Aktiviteten syftar till att tillämpa

kunskaperna om språket i reklam samt att arbeta kreativt tillsammans.

Exit-ticket

Fråga	Svar
Vad är syftet med reklam?	Att påverka konsumenters beslut.
Nämn ett språkligt medel som ofta används i reklam.	Metaforer.
Vad innebär etik i reklam?	Det handlar om vad som är okej att säga och göra i reklam.
Ge ett exempel på en oetisk reklam.	Reklam som sprider falsk information.
Hur kan vi analysera reklam?	Genom att titta på budskap, språk och målgrupp.

Hemuppgift

Eleven ska välja en reklamkampanj och skriva en analys. Analysen ska innehålla en beskrivning av reklamens budskap, språkliga medel och etiska överväganden. Fokus ligger på att kritiskt granska hur reklamen kan påverka mottagaren. Uppgiften ska vara minst två A4-sidor lång.

Citat

“Reklam är att lyssna på konsumenten.” – David Ogilvy Detta citat betonar vikten av att förstå konsumentens behov och preferenser när man utformar reklams budskap.

“`

Tags: [Gymnasiet](#), [Lektion](#)