

# Provkonstruktion

**Årskurs:** 8

**Ämne:** Bild

**Tema:** Kritisk granskning av reklam

## Syfte

Syftet med detta prov är att undersöka elevernas förmåga att analysera reklambilder och kritiskt granska de budskap som dessa bilder förmedlar. Provet's mål är att eleverna ska kunna reflektera över reklamens påverkan på samhället och utveckla en medvetenhet om reklamens tekniker och strategier.

## Koppling till styrdokument

### Centralt innehåll

I denna lektion kommer eleverna att analysera reklambilder för att förstå hur bilder används för att påverka konsumenternas åsikter och beteenden. Fokus ligger på mediekritik och hur man kan se bakom budskapet som förmedlas i reklam.

### Kunskapskrav

Eleverna ska kunna göra enklare analyser av bilder och deras budskap samt reflektera över hur reklam påverkar samhället.

## Prov

### Faktafrågor

1. Vad är syftet med reklam?

A) Att informera

**B) Att påverka konsumenternas beslut**

C) Att underhålla

D) Att utbilda

2. Vilken teknik används ofta i reklam för att fånga intresset?

A) Anonyma bilder

**B) Färgglada och tilltalande bilder**

C) Svartvita foton

D) Tråkiga eller gamla bilder

3. Hur kan reklambilder utnyttja könsnormer?

A) Genom att vara neutrala

**B) Genom att förstärka stereotyper**

C) Genom att promovera lika behandling

D) Genom att undvika olika kön

4. Vad menas med "anti-reklam"?

A) Reklam för ett annat företag

**B) En bild som kritiserar originalreklamen**

C) En reklam utan text

D) En reklam som är samma som originalet

5. Vilken påverkan kan reklam ha på ungdomar?

A) Ingen påverkan

**B) Påverkan på självkänsla och köpbeteende**

C) Endast positiv påverkan

D) Ingen relevans

6. Vad är en känsla som vanligtvis används i reklam?

A) Neutralitet

**B) Glädje**

C) Förrörelse

D) Rädsla

7. Vad bör man tänka på när man analyserar en reklambild?

A) Endast färger

**B) Budskap, känslor och tekniker**

C) Textstorlek

D) Bildens bakgrund

8. Vilken typ av medier används ofta i reklam?

A) Radio

**B) TV och sociala medier**

C) Tidningar

D) Böcker

9. Hur kan reklam påverka samhällets normer och värderingar?

A) Genom att vara irrelevant

**B) Genom att förstärka eller förändra uppfattningar**

C) Genom att vara anonym

D) Genom att undvika specifika ämnen

10. Vad är en viktig aspekt av mediekritik i reklamanalys?

A) Att kritisera allt

**B) Att förstå bakomliggande budskap och intentioner**

C) Att acceptera reklamen utan frågor

D) Att endast fokusera på bilder

11. Vad betyder "budskap" i reklamsammanhang?

A) En allmän känsla

**B) Det centrala meddelandet reklamen förmedlar**

C) En form av musik

D) En specifik färg

12. Vad kan en reklambild säga om målet med produkten?

A) Inget

**B) Den kan avslöja produktens fördelar och syfte**

C) Den har ingen betydelse

D) Endast urvalsfrågor

13. Vilken av följande är en vanlig reaktion på reklam?

A) Ingen reaktion

**B) Att vilja köpa produkten**

C) Att avsky reklamen

D) Att ignorera reklam

14. Hur kan man se om en reklambild är oetisk?

A) Om den inte gör reklam

**B) Om den förstärker negativa stereotyper**

C) Om den är tråkig

D) Om den visar för många detaljer

15. Vad innebär det att ha en kritisk hållning till reklam?

A) Att ogilla all reklam

**B) Att ifrågasätta och analysera budskapen i reklamen**

C) Att acceptera reklamen utan frågor

D) Att enbart titta på bilder

**Resonerande frågor**

1. Hur kan reklam påverka våra val och hur vi ser på olika produkter och tjänster? (Syftet är att få eleverna att reflektera över reklamens roll i samhället.)

2. Diskutera vikten av att vara kritisk mot reklam. Vilka konsekvenser kan det få när man inte är det? (Syftet är att eleverna ska förstå riskerna med att ta reklam för given.)

3. Vilka etiska aspekter bör man överväga när man skapar en reklambild?

(Frågan ger eleverna möjlighet att reflektera över ansvar inom reklam.)

4. Jämför och kontrastera ditt "anti-reklam" med originalreklamen. Vilka förändringar gjorde du och varför? (Syftet är att utvärdera elevernas kreativa och analytiska förmåga.)

5. Hur kan vi använda reklamens tekniker för att skapa medvetenhet om viktiga frågor? (Frågan utmanar eleverna att se reklam som ett verktyg för positiva förändringar.)

6. Beskriv hur du tror att reklam kommer att utvecklas i framtiden. Vilka faktorer kan påverka detta? (Syftet är att stimulera kritiskt tänkande om framtida trender.)

7. Hur kan man skydda sig mot eventuell negativ påverkan av reklam? (Frågan uppmuntrar eleverna att tänka på egna strategier.)

8. Reflektera över en reklambild som du anser är särskilt effektiv. Vad gör den så framgångsrik? (Syftet är att ge eleverna möjlighet att analysera effektiv kommunikation i reklam.)

## Bedömning

Faktafrågor: Varje faktafråga ger 1 poäng. Resonerande frågor ger 2 poäng vardera. För betyg E krävs minst 8 poäng, för betyg C krävs 12 poäng (varav minst 3 poäng från resonerande frågor) och för betyg A krävs 18 poäng (varav minst 5 poäng från resonerande frågor).

Tags: [Prov](#)