

## Reklame

*Reklame* har som mål å få oss til å kjøpe en bestemt vare. Reklamen vil fange oppmerksomheten vår og påvirke oss til å ville ha varen. Til dette brukes *bilder* og *tekst*, og noen ganger *lyd*.

I reklamene er bildene viktige. De er *blikkfang*. Det vil si at de fanger blikket og oppmerksomheten vår. Bildene er nøye planlagt og ofte redigert og manipulert. Dette blir vi påvirket av.

Det er også lett å få øye på slagordet. Et *slagord* er en setning eller to som sier det aller viktigste om produktet. Du har sikkert sett eller hørt slagord som «Ingen KiMs. Ingen kos», «Det enkle er ofte det beste», «Lano for liten, Lano for stor» og «Lottomillionærer er ikke som andre millionærer». Gode slagord er lette å huske, og vanskelige å glemme.

Bildet og slagordet skal lokke oss til å se nøyere på reklamen. Ofte finner vi nemlig også en tekst som sier noe om produktet og hvorfor vi bør kjøpe det. Denne teksten er full av *plussord*, det vil si positive ord som er ment å overbevise oss. Noe av det som står, er *fakta*, altså noe vi lett kan kontrollere at stemmer. Andre deler er bare *påstander*. Det vil si at de som har laget reklamen, mener at det er sann, men det kan ikke bevises. Du bør derfor være kritisk til det som står i teksten.

Før var reklamer enkle å kjenne igjen. Du fant dem på egne sider i blader og aviser, på busser og holdeplasser, på radio og på kino. Nå blander den seg derimot mer med andre typer tekster. I blader er det ikke alltid så lett å vite lenger hva som er vanlige reportasjer, og hva som er reklame. Og bloggere presenterer produkter som det ser ut som de selv bruker, men som de egentlig har fått betalt for å vise frem. Mer enn noen gang er det derfor viktig å studere reklametekstene nøye.



## Oppgaver

Se Elevbok 7B side 185.

Gjør oppgavene 1–3.