# Samtaleramme til kortsvarsoppgave 1

|  |
| --- |
| Vedlegg: «Hode, skulder, kne og tå». Reklame for Ibux.  **Gjør rede for virkemidlene i denne reklamen. Vurder deretter om den vil nå fram til målgruppen.**  *Kommentar: Oppgaven er todelt. Du skal gjøre rede for de ulike virkemidlene og samspillet mellom dem i første del. Når du vurderer virkemidlene, må du si noe om hvem du mener reklamen er rettet mot. Lag overskrift selv.* |

Et bilde som inneholder tekst

Automatisk generert beskrivelse

|  |  |
| --- | --- |
| Diskuter | Elevenes notater |
| Skriv ned oppgaveteksten på nytt i stikkordsform |  |
| Les vedlegget og strek under det du synes er interessant, tankevekkende eller vanskelig å forstå  Har du noen spørsmål til teksten?  Hvem er avsender av reklamen? |  |
| Hvilke virkemidler blir brukt i reklamen?  Retoriske virkemidler? (etos, patos, logos)  Språklige virkemidler? (gjentakelser, metaforer, symboler, sammenligninger osv.) |  |
| Hva betyr «målgruppe»?  Hvem er målgruppa for reklamen?  Mener du at reklamen når fram til  målgruppa?  Hvorfor/hvorfor ikke? |  |

**Forslag til kilder**

Se mer på nettsidene til ndla:

Analyser en reklameannonse:

<https://ndla.no/nb/subjects/subject:19/topic:1:195257/topic:1:196011/topic:1:196014/resource:1:60727>

Språklige virkemidler: <https://ndla.no/nb/subjects/subject:19/topic:1:195257/topic:1:2845/resource:1:2578>

|  |
| --- |
| Hva er en målgruppe?  Mennesker med ulik bakgrunn, gruppetilhørighet og interesser velger, forstår og tolker medieuttrykk på ulike måter. Personlighet, alder, nasjonalitet, sosial og geografisk tilhørighet og sivil status er noen slike ulikheter som kan bidra til at vi foretrekker ulike medieuttrykk og forstår dem forskjellig. Også interesser og livsstil kan ha noe å si.  Alder, interesse, yrke eller bosted kan være kriterier for å definere en målgruppe.  Kilde:  Aaberge, A. (2017). Målgruppe og kanal. *Ndla*. Hentet fra <https://ndla.no/nb/subjects/subject:1/topic:1:186479/topic:1:186487/resource:1:165244/3944> |