

TV-REKLAMER – ANALYSEMODEL

*Denne model er en huskeliste. Vurdér hvad du synes er vigtigt.
Udvælg relevante punkter i forhold til den reklame du vil analysere.*

Før analyse:

Brug registreringsarket til at registrere reklamens indstillinger, tid og opbygning.

1. Præsentation af reklamen

Hvad reklameres der for?

Hvor har reklamen været bragt/vist? (hvilken tv-kanal, før – efter hvilke programmer?)

Hvem henvender reklamen sig til?

Definér: afsender - medie - modtager

Hvor mange sekunder varer tv-reklamen?

2. Analyse af reklamen

Beskriv handlingen/udtrykket

Hvordan er den fortalt? (dramaturgi)

Hvilken type/genre er denne reklame? (se reklame-genrer eller reklamegenrer/forenklet)

Er reklamen inspireret af en historie vi allerede kender?

Beskriv billedsiden og de filmiske virkemidler

Hvordan er skærmen opdelt? Hvor er varen?

Er der nogen af tingene man ser, som har en symbolsk betydning? Hvilken?

Hvilke farver dominerer billeder? Hvorfor?

Kameravinkler, kameraafstande, kamerabevægelser, klipning ...

Beskriv tekstsiden og de sproglige virkemidler

Hvor meget fylder teksten i reklamen?

Hvordan er sproget? (Er der for eksempel slogans, tekniske ord og udtryk, overtalende tekst, slang, teknisk information)

Kan du læse teksten på skærmen? (størrelsen) Hvor længe er teksten på skærmen?

Hvor har man anbragt teksten? (først/sidst, for oven, for neden?)

Hvilken betydning har teksten i sammenhæng med billederne? (Er det en tilføjelse, er det det samme, er det overraskende?)

Hvilke argumenter bruges for at sælge varen? (F.eks. rim, rytme, humor ...)

Beskriv lydsiden og dens virkemidler

Reallyd (den lyd, som er naturlig i filmen, trafiklyd, maskiner, eksplosioner og lignende)

Effektlyd (særlige lyde, som lægges på bagefter for at opnå en særlig virkning)

Underlægningsmusik (ofte for at sætte en særlig stemning)

Monolog og dialog

Voice-over (en (usynlig) speaker har indtalt tekst til billederne)

Hvordan er tv-reklamen **klippet**.

3. Reklamens livsstil

Hvad kan/skal man bruge varen til?

Hvilken livsstil sælger varen? / Hvilke værdier repræsenterer reklamen?

Lover varen ekstra egenskaber?

Hvilke behov i os er det reklamen sigter mod?

Lav en psykologisk analyse

4. Fortolkning, vurdering og perspektivering

Hvordan fortolker du reklamens budskab?

Når reklamen sin målgruppe? Får du lyst til at købe varen?

Hvordan er denne reklame i forhold til andre reklamer?

Har reklamen træk fra andre genrer?

Hvordan vurderer du reklamen? Er den godt produceret?

Er reklamen saglig, sjov, lækker, troværdig, overraskende eller ...?

Er værdier i reklamen identiske med dine værdier?