

# Speja på reklam

## Filmfakta

**Ämne:** Hem- och konsumentkunskap,  
Samhällskunskap

**Ålder:** Från 8 år (L, M)

**Speltid:** 11 minuter

**Svenskt tal**

**Produktion:** Medieinstitutet i samarbete med  
Kunskapsmedia AB

## Kapitel:

- Inledning
- Reklam
- Historia
- Knep
- Lagen

## Syfte/strävansmål

- Att redan som ung lära sig och bli medveten om skillnaden mellan reklam och objektiv konsumentinformation.
- Att öppna upp för en diskussion om reklamens påverkan i syfte att leda till ett källkritiskt förhållningssätt.

## Undervisningen ska behandla följande innehåll enligt läroplan

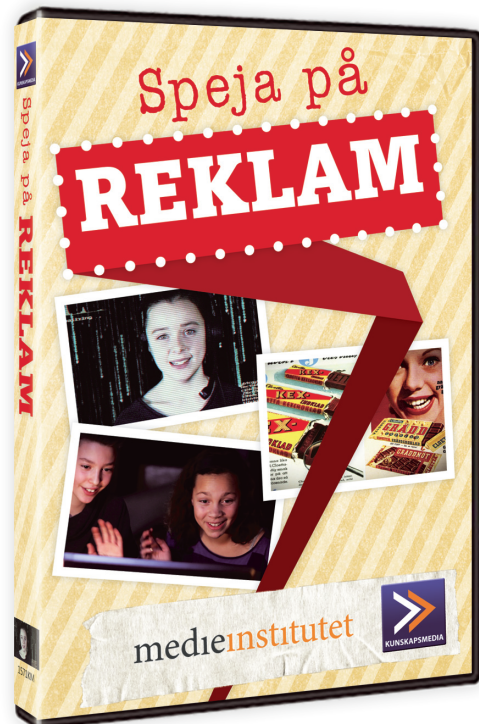
### Hem- och konsumentkunskap (årskurs 1 - 6)

- Skillnaden mellan reklam och objektiv konsumentinformation.

### Samhällskunskap (mellanstadiet)

- Informationsspridning, reklam och opinionsbildning i olika medier.
- Hur man urskiljer budskap, avsändare och syfte i olika medier med ett källkritiskt förhållningssätt.

Produktion: © Medieinstitutet i samarbete  
med Kunskapsmedia AB, Sverige  
© Kunskapsmedia MMXIV  
Filmnr: 1571KM



## Filmens innehåll

Den här filmen riktar sig till barn mellan 8 – 12 år. Den förklarar på ett enkelt sätt hur reklam är gjord för att påverka oss att köpa saker som vi kanske egentligen inte behöver.

Vi lär oss om vilka lagar som finns kring reklam och vilka knep som reklammakare använder sig av. Filmen tar också upp lite om reklamens historia.

*”Det är en kort och bra informativ film som gör eleverna mer medvetna om reklam och dess påverkan. Den ger bra diskussioner och lär eleverna att tänka kritiskt om reklam.”*

– Lärare, årskurs 2, Grimstaskolan.

*”Att se alla knep som reklam använder var bra. Då lär man sig att tänka efter! Är det här sant? Känns det verkligen? Jag kommer att komma ihåg det här hemma.”* – Elev, årskurs 4, Grimstaskolan

*”Jag lärde mig nya saker om reklam som jag inte visste innan”* – Elev, årskurs 4, Grimstaskolan.

# Speja på reklam

## Diskussionsfrågor

Innan ni startar en diskussion kring filmen i gruppen är det viktigt att läraren/ledaren funderar igenom hur man ska hantera diskussionen och svaren. Dela gärna upp gruppen i mindre grupper och låt deltagarna först skriva ned sina svar.

Frågorna nedan är indelade efter filmens kapitel.

### Innan filmen

- Vad brukar du tänka om reklamen som du ser i tidningar, på internet eller på TV?
- Finns det någon speciell reklam som du kommer ihåg? Varför tror du att du kommer ihåg den?
- Vem eller vilka är det som står bakom reklam?

### Reklam

- Varför gör företag reklam?
- Varför gör inte alla företag massor av reklam?

### Historia

- Hur såg reklam ut förr i tiden?

### Knep

- Var kan man hitta reklam?
- Ge exempel på vilka erbjudanden företag använder sig av för att sälja mer.
- Vad innebär knepet "roliga figurer"?
- Ge exempel på hur vardagliga situationer överdrivs i reklam.
- Vad innebär knepet att använda sig av glada och friska människor i reklam?
- Hur tänker du när du ser kändisar i reklam?
- Varför vill företagen gärna ha experter i sin reklam?
- Vad är skillnaden mellan att bli påverkad omedvetet eller medvetet av reklam?

## Lagen

- Varför ska det vara lätt att förstå att det är reklam som visas?
- Varför får en förpackning inte vara onödigt mycket större än innehållet?
- Vilka ord får man inte använda i reklam hur som helst?
- Hur kan tv-kanaler som sänds i Sverige visa reklam för barn?
- Varför är det klurigt med regler om reklam på internet?
- Vad ska man tänka på när man ser reklam på internet?

## Efter filmen

- Vad tyckte du om filmen?
- Vad lärde du dig av filmen?
- Vad är skillnaden mellan samhällsupplysning och reklam?

## Uppgifter

- **Uppgift:** Ta reda på vilken reklam du möts av en vanlig dag efter skolan. Skriv ned lite av den reklam som du ser när du tittar på TV, sitter lite vid datorn/surfplattan/mobilen. Vilken reklam ser du? Ser du några av de olika knepen du fick lära dig om i filmen? Ta med dig dina anteckningar till skolan och ha en gemensam diskussion i klassen.

