

Øvelse 8b: Diskutér læsevejledninger - elev

Uddraget herunder udgør en del af metodeafsnittet i en tværfaglig SOP i fagene kommunikation og it og engelsk.

a) Paropgave /10 min. Læs elevcitaterne 6-8 og forslaget til læsevejledning herunder, og diskuter, hvad de består af, hvad der fungerer godt, og hvad I eventuelt ville ændre.

b) Fælles dialog /10-15 min. Tag en fælles dialog i klassen om det, I er nået frem til.

Elevcitater 6:

Forord:

Denne opgave behandler udviklingen, evalueringen samt tankerne bag iscenesættelsen af virksomheden X. I den forbindelse beskrives produktudviklingen af logo designet samt hjemmesidedesignet. Endvidere indeholder rapporten en dokumenteret test af hjemmesiden.

Elevcitater 7: Den kreative fase begynder med skitser, skitserne kan findes i bilag et til fire.

Elevcitater 8:

Kommunikation og IT A

Jeg har valgt kommunikation og IT som mit første fag, da jeg har tænkt mig at analysere marketingkampagnen: "A Diamond is Forever". Da kampagnen først blev lanceret til de amerikanske medier, var det især sloganet: "A Diamond is Forever" og de dertilhørende avisreklamer der vakte opsigt og som senere har indprintet sig, i ikke kun amerikanernes kultur og traditioner, men også størstedelen af vestens. Jeg vil derfor analysere den visuelle del af kampagnen ved at anvende de grundlæggende værktøjer, der hører til faget, såsom at kigge på målgruppen, modtageren og hvilke kommunikationsmetoder- og modeller firmaet har anvendt for at målrette kampagnen efter den amerikanske befolkning.

Kommunikationsmodeller og teori:

I analysen af den første reklame, har jeg valgt at benytte BOV-modellen og i denne sammenhæng også beskrevet de fire formgivende elementer. Grunden til dette valg er reklamens komposition. Til forskel fra andre reklamer i kampagnen, er de første lanceret i 40'erne mere detaljerede og illustrationerne spiller en større rolle for symbolikken og budskabet i reklamerne. Til reklamefilmene har jeg valgt at fokusere på de filmiske virkemidler herunder lys, lyd, klipning og farver. Dette giver et godt udgangspunkt, for at analysere mig frem til målgruppen og budskabet. I reklamen fra 90'erne har jeg anvendt KISS-princippet som analysemodel da reklamen, til forskel fra den første, har et meget simpelt udtryk og et mere direkte budskab. I forbindelse med min diskussion anvender jeg Emmanuel Kants etiske teorier angående konsekvensetikken og det kategoriske imperativ, da dette kan bruges til, at argumenterer for og imod begge parter.

Forslag til læsevejledning

Indledningsvis præsenterer jeg kampagnens formål samt redegør for relevante kommunikationsteorier. Dernæst bestemmer jeg målgruppen ved hjælp af segmenteringsmetoder, interviews og personametoden, hvorefter jeg præsenterer idéudvikling og begrunder valg af medieprodukter. Efterfølgende præsenterer og analyserer jeg kampagnens plakat og hjemmeside, samt hvordan jeg har brugt relevante design – og kommunikationsmodeller som AIDA-modellen og 5 regler for layout til nettet. Afslutningsvis tester jeg kampagnes medieprodukter og konkluderer, hvorvidt kampagnen rammer målgruppen og har den ønskede effekt.

Øvelse 8c: Skriv en læsevejledning - individuelt

a) Individuel opgave /12 min. Skriv en lille læsevejledning til din opgave som det sidste afsnit i indledningen til opgaven. Du kan eventuelt bruge elevcitaterne og forslaget til læsevejledningen oven for som inspiration.