

4. Vabljivi svet oglasov

Izvedeli bomo:

👉 kaj so oglasna besedila in kako nas prepričujejo.

Otroci radi jemo Vikiiii kremoooo!



No, to pa je tako, kot bi prišla iz oglasa.

Mila se zbudi in pride k zajtrku. Na mizi jo razveseli krema Viki.

📺 Oglej si posnetek in odgovori na vprašanja.

- a) Kateri izdelek oglašuje oglas?
- b) Komu je oglas namenjen?
- c) Kje je bil oglas objavljen?
- e) Po čem prepoznaš oglas?

d) Kako je izraženo sporočilo oglasa? Zapiši slogan.

1

e) Ali te je oglas prepričal, da bi kupil(a) izdelek? S čim te je pritegnil?

f) Ali so v oglasu vse trditve o izdelku resnične? Ali je navedena tudi kakšna slaba lastnost izdelka? Katera?

Avtorji oglasov svoje bodoče stranke in kupce nagovorijo s preprostimi besedili, za katere rečemo, da gredo radi v uho – s slogani. Teh se zlahka spomnimo tudi v trgovini, ko nakupujemo.



2

Obkroži pravilni odgovor. Tema oglasa je:

rekreativni odmor, pomen zdrave šolske malice, prehramben izdelek.

Še enkrat si oglej oglas in se osredotoči na jezik.

a Zakaj si slogan *Otroci radi jemo Viki kremo* tako zlahka zapomniš?

.....

.....

3

b S katerimi trditvami nas oglas prepričuje, da je Viki krema zdrav izdelek?

.....

.....

c Ali so te trditve podkrepljene z natančnejšimi podatki?

.....

.....

Pomembno vlogo v oglasih ima tudi nebesedni jezik. Dopolni povedi.

Čustva na obrazih igralcev so

4

Glasba v ozadju je

Liki, v katere so oblečeni igralci, me spominjajo na

.....

.....

 Oglej si še prvi oglas za Viki kremo. Njen avtor je znameniti ilustrator Miki Muster.

a Katero dodatno sporočilo ima nov oglas?

.....

.....

b Katere razlike še opaziš med prvim in drugim oglasom?

.....

.....

c Katere podobnosti opaziš med prvim in drugim oglasom?

.....

.....

č Kateri oglas bi te prej prepričal k nakupu?


.....

.....



Cilj oglasov je, da nas prepričajo k nakupu, tudi če izdelek ali storitve sploh ne potrebujemo. Avtorji oglasov nas prepričujejo tako, da hvalijo izdelek in poudarjajo njegovo uporabnost. Pomemben del oglasov je nebesedni jezik, ki je privlačen in všečen: pozitivna čustva, glasba, fotografije, uporaba različnih črk in barv črk ... Do oglasov moramo biti kritični.



 V spletni iskalnik vpiši ključne besede *zdrava izbira* in *Infodrom*. Oglej si posnetek in reši naloge.

a) Dopolni poved.

Sporočevalec je oddaja
, naslovnik
 so, objavljena je bila
 (Kje?).

b) Odgovori na vprašanja.

Katere snovi na izdelku novinarka najprej opazi?

Kje na embalaži izdelka najdemo natančnejše podatke o vsebini?


Zakaj so te vsebine zapisane z drobnim tiskom?

Kako strokovnjakinja poimenuje vodo z okusom? Je to še voda?

Ali je posnetek oglas? Zakaj tako meniš?



6

 Katere vsebine v oglasih želijo prepričati predvsem otroke? Ali se je že zgodilo, da si si kdaj zaželel(a) prav tisto, kar je bilo predstavljeno v oglasu? Pripoveduj o tem dogodku.

7