



Foto: Danae Paparis, Unsplash

Skift perspektiv – fra reklame til journalistik

Øvelsen kan udføres som et hurtigt tankeeksperiment, hvor eleverne kaster idéer ud, som de derefter præsenterer og diskuterer – eller mere omhyggeligt, hvor idéerne, fx et YouTube-klip, en plakat, en skitse, en opdatering på sociale medier eller en avisartikel, faktisk produceres og måske endda offentliggøres. Det er vigtigt at huske, at det kan være en krænkelse af ophavsretten, hvis man anvender andres billedmateriale.

Arbejd individuelt, parvis eller i små grupper

Eleverne vælger et af eksemplerne på skjult reklame fra øvelsen “Camoufleret reklame” (deres eget eller en andens) og udarbejder en nyhed (en artikel, et SoMe-opslag, en Youtube-video osv.), der har et journalistisk perspektiv på det budskab, der blev lavet som skjult reklame.

Det betyder, at der kan lægges vægt på:

- At have en tydelig afsender.
- At inddrage negative aspekter ved produktet eller tjenesten.
- At flere stemmer og perspektiver skal høres.

Præsentér for hele klassen

Lad grupperne præsentere og reflektere over resultaterne og deres tanker i form af en sketch, en film, en plakat eller en artikel.