**Inledning**

**Vem är sändaren?**

Vem är det som står bakom reklamen? Alltså, vilken firma / vilket varumärke etc?

*Företaget bakom reklamen är…Analysen vill synliggöra reklamens budskap utifrån ett intersektionellt perspektiv. Det intersektionella perspektivet innebär…*

**Beskriv och analysera bilden**

Reklam består oftast av både bild och text som förstärker varandra. Det här varieras på många olika sätt och man måste titta på helheten (tänk på kvinnan med borren/ketchupflaskan). En viktig del är att bilden analyseras på dessa två nivåer:

**a)** denotativa nivån - vad är det som skildras i reklamen? Titta t.ex. på tid, miljö, kön, genus, ålder, funktion, samhällsklass.

*I reklamen kan vi se…*

**b)** konnotativa nivån - Vilka är känslorna som bilden har för avsikt att ta fram hos målgruppen? Hur styr texten tolkningen av bilden? (Tänk på kvinnan med borren/ketchupflaskan.) Vilka attityder och värderingar döljer sig bakom bilden? Vad framhävs som positivt eller negativt? Hur bör man vara eller se ut enligt bilden?

*Reklamen framhäver XX som positivt…
Det som saknas i reklamen är…
Associationerna som bilden / filmen kan skapa är…*

**Vem är målgruppen?**

Vilken kanal används - tidning, tv, youtube, instagram, etc? Vem använder det (ålder, kön, etc)? Kan någon speciell målgrupp identifiera sig med bilden? Finns det något som lockar en speciell sorts grupp av människor, t.ex. miljön, situationen eller personer?

Vem tror du vill använda produkten? Varför? Vilka behov kan produkten fylla, t.ex. lycka, frihet, självförtroende, kamratskap?

*Reklamen visas i/på…De som oftast använder kanalen är…
Målgruppen är…*

**Hur kan de sälja mer?**

**Hur skulle företaget kunna ändra reklamen för att nå ut till fler och sälja mer?**