

Использование аутентичной рекламы на уроке иностранного языка

В контексте реализации проблемного подхода к обучению иностранным языкам рассматривается возможность использования рекламных медиатекстов для разработки учебных заданий проблемного характера. При разработке проблемных заданий преподаватель может использовать различные учебные и неучебные материалы: вербальные, изобразительные, видео и аудитивные, но все они должны обладать потенциалом для стимулирования воображения обучающихся, их вовлеченности в решение проблемы и нахождение способов ее решения.

Большие возможности для создания проблемных заданий заложены в аутентичной печатной рекламе, которая представляет собой соединение вербального и визуального компонентов.

Немаловажным преимуществом рекламы как средства создания проблемных заданий являются и такие ее качества, как максимальное количество информации при минимальном объеме текста, общедоступность и простота изложения материала, емкость, краткость и убедительность выражения рекламной идеи. Все вышеперечисленные качества делают аутентичные рекламные произведения удобным, эффективным, легко моделируемым дидактическим средством для создания проблемных заданий различных типов и их использования в обучении иностранному языку.

В рекламных объявлениях в концентрированной форме представлено, что в стране происходит на данный момент, какие желания, общественные представления о ценностях и идеалы считаются общепринятыми.

Реклама в большинстве случаев содержит страноведческую информацию. Кроме того, рекламные объявления относительно легко найти. Они есть в газетах и журналах и активно распространяются фирмами-производителями.

Начинать работу над рекламой на уроке можно с вводного упражнения «Дискуссия о рекламе: за и против». Ученики обсуждают, какие преимущества и недостатки имеет реклама. В помощь им дается рабочий лист, который называется «Pro und Contra Werbung».

Arbeitsblatt

Pro und Contra Werbung

Ordnen Sie Argumente: Welche sprechen für Werbung, welche dagegen? Tragen Sie die Zahlen dann unten auf den Linien ein.

1. Werbung verblodet die Leute.
2. Durch Werbung spart man Zeit und Geld.
3. Die Leute werden durch die Reklame verführt.
4. Durch Zeitungsannoncen weiss man gleich, wo es billige Sonderangebote gibt.
5. Die Kunden kaufen mehr, als sie eigentlich vorhaben.
6. Man ist immer modisch gekleidet.
7. Das Ganze dient nur dazu, kunstlich die Produktion zu steigern.
8. Durch Werbung wird man gut über das Warenangebot informiert.

9. Der Käufer muss die Werbungskosten bei jedem Produkt mitbezahlen.

Pro: _____

Contra: _____

Далее можно приступить к анализу рекламных объявлений. Класс делится на группы. Каждая группа (3-4) человека получает 2 рекламных объявления из различных немецкоязычных журналов к одному продукту. Например, одна группа – 2 рекламных объявления моющих средств, другая – 2 объявления о рекламе автомобилей.

Ученики внимательно рассматривают объявления и описывают важнейшие элементы на основе рабочего листа (Bildanalyse). Кроме того, ученики получают в помощь список слов по теме «Реклама» на немецком языке, которые они переводят, чтобы потом использовать данную лексику в Bildanalyse. На эту работу дается примерно 15 минут.

Arbeitsblatt

Bildanalyse

1. Wer/was ist auf dem Bild zu sehen? _____
2. Für welches Produkt wird geworben? _____
3. Welches ist der Firmenname? _____
4. Gibt es Farben? Wie sind die Farben? Wie wirken sie? _____
5. Wird das Produkt selbst gezeigt? Wo ist es zu sehen? _____
6. Wieviel Platz nimmt das Product auf der Anzeige ein? _____
7. Gibt es einen Werbespruch (Slogan)? _____
8. Gibt es einen Text zu dem Produkt? _____
9. Was wird in dem Werbespruch/in dem Text vermittelt? _____
10. Wie ist der Werbespruch gestaltet: gross/klein.....? _____

Vokabelliste

Der Anbieter- _____

Die Anzeige- _____

Der Auftraggeber- _____

Der Konsum- _____

Die Werbeagentur- _____

das Plakat- _____

das Produkt- _____

die Werbung- _____

der Werbespot- _____

für etwas (Akk) werben

Далее ученики исследуют объявление более подробно на основе рабочего листа, который называется Bildbewertung, который тоже содержит список слов по теме «Реклама».

Arbeitsblatt

Bildbewertung

1. Was ist die Hauptfarbe? _____
2. Wie ist die Wirkung der Farbe? _____
3. Welche Gefühle/Meinungen sollen angesprochen werden? _____
4. Warum wird das Produkt so (und nicht anders) gezeigt? _____

5. Welche Rolle spielen andere Elemente im Bild? _____
6. Stehen sie in Verbindung zu dem Produkt? _____
7. Woran erkennt man (ausser der Sprache), dass diese Werbung aus einem fremden Land stammt? _____

Vokabelliste Werbung

Das Angebot- _____	neue Märkte öffnen _____
Die Nachfrage- _____	die freie Marktwirtschaft- _____
Die Kaufkraft- _____	der Massenverbrauch- _____
Der Verbraucher- _____	die Massenproduktion- _____
Den Verbraucher irreführen- _____	die Konsumgesellschaft- _____

Учащиеся заполняют рабочие листы. На эту работу отводится примерно 30 минут. Следующий шаг – обмен результатами работ групп. Группы в пленуме обсуждают полученные результаты.

Заключительный этап работы – собственное производство рекламного объявления. В помощь ученикам дается рабочий лист «Anleitung für die eigene Produktion».

Arbeitsblatt

Anleitung für die eigene Produktion

1. Suchen Sie sich ein Produkt aus, das Sie verkaufen wollen. Überlegen Sie gemeinsam, was für ein Produkt das sein soll (Lebensmittel, Möbel, Kleidung).
2. Überlegen Sie, wie Sie für Ihr Produkt werben können, z.B.: sammeln Sie die Vorteile Ihres Produkts. Machen Sie einen Slogan.
3. Schreiben Sie einen Text dazu.
4. Zeigen Sie auf einem Blatt Papier, wo das Produkt und der Text stehen sollen.
5. Malen Sie eine Werbeanzeige.
6. Versuchen Sie dann andere Kursteilnehmer von Ihrem Produkt zu überzeugen. Gebrauchen Sie folgende Redemittel:

Unser neues Produkt ist besser/schöner/schneller.....als alles, was es bisher gab.

XY ist das beste/schönste/gesundeste....., was es auf dem Markt gibt.

Unser Product hat viele Vorteile: Mit.....können sie schneller/besser/einfacher..... .

Und es ist sehr preiswert. Es kostet nur..... .