

LinQ- lesbrief Reclame

Titel opdracht	
Inleiding/voorbereiding	Waarom gaat het ene reclamefilmpje viral en heeft het andere filmpje nauwelijks likes of erger nog wint hier in Nederland de Loden Leeuw voor de meest irritante reclame. In deze lesbrief ga je ontdekken wat reclame aantrekkelijk maakt en ga je je eigen reclamefilm opnemen.
ERK-Niveau 	B1/B2
Doel 	<p>Leerlingen kijken een aantal reclamespots in de doeltaal.</p> <p>Leerlingen kunnen aan de hand van deze reclamespots benoemen, wat een reclamespot tot een geslaagd filmpje maakt.</p> <p>Leerlingen schrijven met behulp van deze succescriteria in groepjes een script in de doeltaal voor een reclamespot.</p> <p>Leerlingen kunnen in het Frans of in het Duits een product aanprijzen.</p> <p>Leerlingen kunnen met gebruik van de trappen van vergelijking een product aanprijzen</p> <p>Leerlingen maken met hun groepje uiteindelijk een originele en creatieve reclamespot in de doeltaal.</p>
Tijd 	<p>Vorbereiding: 1 lesuur</p> <p>Filmen thuis en monteren: 1 uur</p> <p>Filmpjes kijken en beoordelen: 1 uur - facultatief</p>
Materiaal 	Voor deze opdracht moet je beschikken over een digibord. Leerlingen werken per groepje met tenminste één mobiele telefoon.

Lerarenhandleiding

Opdracht

- Je introduceert het thema door tenminste drie pakkende Duitse of Franse reclamespotjes te laten zien. Je kan bijvoorbeeld gebruik maken van deze voor Duits: een [voorbeeld van een Duitse emotionele reclameboodschap](#), filmpje dat gebruik maakt van de [controverse tijdens het voetbal tussen Duitsland en Nederland](#), of een filmpje uit de [Corona campagne van de Duitse overheid](#).
Voor het Frans kun je een keuze maken uit de volgende filmpjes: Grappige [reclame voor een tv-kanal](#), [emotionele reclame over verwaarlozing huisdieren](#) of een [verrassende treinreclame](#).
- Laat leerlingen in tweetallen of in drietallen hun top drie van de getoonde filmpjes noteren.

3. Welke criteria maken een reclamefilmpje succesvol? Geef leerlingen in dezelfde tweetallen of drietallen een aantal post-its en vraag of ze kunnen opschrijven, waarom ze denken dat de ene reclame wel werkt en de andere reclame minder succesvol is. Verzamel de post-its op twee verschillende posters. Eén poster met Do's en één met Dont's.
4. Nu leerlingen weten aan welke criteria een succesvolle reclamespot voldoet, kunnen ze zelf aan de slag. Ze kiezen een product of voorwerp waarvoor ze reclame gaan maken.
5. Daarna schrijven in tweetallen of drietallen een draaiboek voor hun reclamespot, uiteraard in de doeltaal. In dit draaiboek beschrijven de leerlingen de plaats, waar hun reclamespot zich afspeelt. Hoe de verschillende personen eruit zien, welke kleding ze dragen en wat voor karakter ze spelen. Ook de rekvisieten worden kort genoemd. Tot slot schrijven ze de tekst voor de verschillende personages uit.

Voorbeeld van een draaiboek:

Das Drehbuch / Le scénario
Der Ort / le lieu :
Personen / Les personnages :
Requisiten / Les accessoires :
Handlung / L'action :

6. De eindopdracht bestaat uit het verfilmen van het eigen script. Voor het monteren van dit filmpje kunnen leerlingen gebruik maken de app InShot of van de bestaande software op hun telefoon.

Variatiemogelijkheden

1. Je introduceert het thema door leerlingen een leuk, aangrijpend of grappig reclamefilmpje in de doeltaal te laten zoeken. Welke zoekcriteria gebruiken ze hiervoor? Waarom vinden ze dit een geslaagd filmpje? Een voorbeeld van een site met daarop [10 goede Duitse reclamefilmpjes](#). Voor meer geslaagde Franse filmpjes kunnen leerlingen kijken op: [Effie France voir la campagne](#) (meerdere keuze uit de categorieën goud, zilver of brons)
2. Je gaat dieper in op het beschrijven van voorwerpen door leerlingen voorwerpen aan elkaar te laten beschrijven. Maak voor deze opdracht drietallen. Geef elk drietal vier voorwerpen in een zak of onder een theedoek. Eén leerling pakt een voorwerp, mag dit niet bekijken en beschrijft zo precies mogelijk wat hij of zij voelt. Denk hierbij aan vorm en structuur, hard of zacht. De andere leerling raadt het voorwerp. De derde leerling zorgt ervoor dat er niet vals gespeeld wordt en noteert na het gesprek tenminste drie gebruikte formuleringen om een voorwerp in de doeltaal te beschrijven.
3. Aangezien in reclames vaak gebruik wordt gemaakt van de vergrotende en overtreffende trap, zou je aan deze opdracht een stukje grammatica-uitleg over de Komperativ en Superlativ voor het Duits of le comparativ en le superlatif voor het Frans kunnen koppelen. Laat leerlingen als ware koopmannen of koopvrouwen op de markt hun waar aanprijzen: Mooie bananen, hier mooiere bananen, bij mij de mooiste bananen! Doe dit voor verschillende producten. Geef een paar voorbeelden in de doeltaal en laat leerlingen daarna tegen elkaar opbieden.

4. Als je nog voldoende lestijd hebt, is het een leuk idee om de Gouden Loeki of te wel der Goldene Luigi of le Prix Effie France uit te reiken voor het best beoordeelde reclamefilmpje van de klas. Laat de leerlingen met behulp van het volgende beoordelingsformulier elkaars werk beoordelen en reik de Gouden Loeki uit aan het filmpje, dat de meeste goed onderbouwde sterren kreeg. Geef leerlingen het bijbehorende formulier en laat ze per filmpje een aantal sterren inkleuren. De sterren tellen alleen mee, als het gegeven aantal sterren goed onderbouwd wordt.

Der Goldene Luigi / le Prix Effie France
Name / Nom:
Werbespot / Spot publicitaire:
Werbespot / Spot publicitaire:
Werbespot / Spot publicitaire:

5. In Duitsland wordt er sinds 1963 tussen de reclames door korte filmpjes van de Mainzelmännchen uitgezonden. Het zijn zes tekenfilmfiguurtjes bedacht door Wolf Gerlach. Hun naam is een samensmelting van de woorden Mainz, omroepstad in Duitsland en Heinzelmännchen, huisgeesten uit Keulse sages. De filmpjes duren slechts 3 seconden en kunnen als vertrekpunt dienen voor spreekopdrachten. Print afbeeldingen van de zes Mainzelmännchen uit en laat leerlingen in tweetallen zo goed mogelijk hun poppetje beschrijven. Wie raadt het juiste poppetje? En verdient de meeste punten? Of laat leerlingen teksten schrijven bij tenminste drie filmpjes, wat zouden de verschillende figuren tegen elkaar kunnen zeggen? Meer informatie vind je op de [site van de Mainzelmännchen](#).
6. In Frankrijk krijgt reclame ook uit de hele wereld veel belangstelling, je hebt de prix Effie France voor reclame gemaakt in Frankrijk maar je heb ook een *Nuit des publivores* die in Frankrijk gestart is in 1981 en nu in een aantal andere landen plaatsvindt: [La Nuit des Publivores : les meilleures pubs mondiales](#)!. Er is ook een programma voor reclame uit de hele wereld: Culture Pub: [Culturepub : le meilleur de la publicité mondiale](#). Je kunt de reclames selecteren per land door eerst les spots en VOST te selecteren. Zo kun je ook reclame uit andere Franstalige landen bekijken (sommige zijn wel in het Engels).