

Good Practice

Universität Hamburg

1. Beruf

Mehrsprachige Werbung

2. Kurze Beschreibung der Aktivität:

Das Projekt bestand aus drei Teilen und wurde in einer vierten Klasse durchgeführt. Im ersten Teil wurden die Schüler gebeten, ihre Sprachbiografie niederzuschreiben und anschließend den Mitschülern vorzulesen. Die Mitschüler streuten entsprechende Kommentare ein. In der Klasse waren zahlreiche Sprachen zu verzeichnen. Unterstützend wurde auf Werbematerialien zurückgegriffen: i) Werbeanzeigen aus Zeitschriften und Zeitungen (in Papierform) und ii) Werbespots. Im zweiten Teil wurde die Klasse in Vierergruppen aufgeteilt, die jeweils vier Werbeanzeigen in verschiedenen Sprachen erhielten. Die Schüler wurden gebeten, die Werbung zu analysieren, die verwendeten Sprachen und das beworbene Produkt zu identifizieren und ihre Antworten zu begründen. Anschließend erfolgte eine Analyse von drei Werbespots erneut in Gruppenarbeit und mit der gleichen Aufgabenstellung wie zuvor. Im dritten Teil hatten die Schüler die Aufgabe, eine Werbeanzeige für ein Produkt ihrer Wahl zu entwickeln und dabei die Sprachen anzuwenden, die sie verstehen.

3. Objectius

- Förderung des Kontakts zu anderen Sprachen, unterstützt durch verschiedene Hilfsmittel;
- Sensibilisierung der Schüler für die sprachliche Vielfalt;
- Analyse von Werbetexten in ihrer multimodalen Form;
- Schüler dazu bewegen, eine Werbeanzeige zu entwickeln.

4. Zielgruppe (Gruppe/Alter/ Schuljahr):

Eine vierte Klasse (9-10 Jahre) in Portugal.

5. Kontext / Institution

Agrupamento de Escolas da Gafanha da Nazaré – Centro Escolar Santa Maria Manuela.

6. Verwendete Mittel:

Werbeanzeigen in verschiedenen Sprachen (Papierform und Videos), Arbeitsblätter.

7. Größe der Gruppe

1 a 5	6 a 15	16 a 24
+25	+100	+500
+50	+250	Andere

8. Umfeld, in dem die Aktivität stattfindet

Familie	Schule	Arbeit	Bibliothek
Sonstige (bitte angeben) _____			

9. Hervorzuhebende Stärken mit Begründung

- Die Zusammentragung der Elemente für die erste Arbeitsphase kann in einem beliebigen Kontext des Alltagslebens vorgenommen werden, was die Durchlässigkeit der sprachlichen Vielfalt verdeutlicht;
- Die Schüler zeigten sich im Verlauf der verschiedenen Aktivitäten sehr interessiert und motiviert und nahmen aktiv teil.
- Den Schüler gelang es, den Großteil der in den Werbeanzeigen auftretenden Sprachen zu identifizieren. Sie hatten lediglich in wenigen Fällen Schwierigkeiten, sprich bei der Auseinanderhaltung von Spanisch/Kastilisch und Italienisch.
- Die Kinder zeigten eine große Neugierde für die Materialien und zeigten Interesse, ähnliche Materialien in anderen Sprachen zu erkunden.

10. Hervorzuhebende Schwächen mit Begründung:

- Es wäre interessant gewesen, mit Werbeanzeigen zu arbeiten, in denen andere Schriftsysteme und/oder Alphabete als das Lateinische zum Einsatz kommen.

11. Entsprechen die Ergebnisse den Erwartungen (Wurden die erwarteten Ziele erreicht)? Warum?

Die Ergebnisse des Projekts zeigen, dass eine Arbeit mit multimodalen Materialien sehr interessant ist. Die Kinder konnten das Thema zuhause weiterverfolgen und weitere Werbeanzeigen in Papierform sammeln.

12. Verbesserungsvorschläge / Ergänzung / Ausweitung:

Es wäre interessant, die Anzahl der Sprachen auf andere Schriftsysteme und/oder Alphabete als das Lateinische auszuweiten.

13. Zufriedenheitsgrad der Teilnehmer (reagieren die Teilnehmer positiv auf die Aktivitäten?)

1_ 2_ 3_ 4_ ~~5_~~

1 bedeutet geringe Zufriedenheit, 5 hohe Zufriedenheit.

14. Innovationsgrad (sind die Aktivitäten kreativ und innovativ?)

1_ 2_ 3_ 4_ ~~5_~~

1 bedeutet geringe Innovativität, 5 hohe Innovativität.

15. Anwendbarkeit (sind die Mittel einfach zu nutzen?)

1_ 2_ 3_ 4_ ~~5_~~

1 bedeutet geringe Praktikabilität, 5 bedeutet hohe Praktikabilität.

16. Mehrwert (besteht das Potenzial, dass durch die Aktivitäten Veränderung zu bewirken?)

1_ 2_ 3_ 4_ ~~5_~~

1 bedeutet geringer Mehrwert, 5 bedeutet hoher Mehrwert.

Anmerkungen oder Kommentare

Kontaktinformationen:

Einrichtung: Centro Escolar Santa Maria Manuela – Agrupamento da Gafanha da Nazaré, Portugal

Name (Kontaktperson): Lurdes Pereira

Postadresse:

E-Mail: anaraquel@ua.pt

Telefon:

Web: