

Liebe SchülerInnen der 10. Jahrgangsstufe! Achtung!

Folgendes W-Seminar Deutsch bei Frau Rohrbach kann auch als W-Seminar von Ihnen gewählt werden, obwohl es nicht im Geheft auftaucht. Sollten Sie es wählen wollen, so fügen Sie es bitte handschriftlich auf dem Wahlzettel als „W-Seminar 15, Deutsch, Fr. Rohrbach, Werbung“ an und kreuzen es dementsprechend an. MfG Heuring/ Fellner, 21. 12. 2015

Kurzbeschreibung W-Seminar „Sprache der Werbung“ 2016/2018

„Da werden Sie geholfen“

Lehrkraft: Anja Rohrbach

Leitfach: Deutsch

Zielsetzung des Seminars:

Werbung ist allgegenwärtig, ohne dass wir sie immer bewusst zur Kenntnis nehmen: als Plakat in Straßenverkehr, als Unterbrechung während eines spannenden Films oder als Pop-Up auf Internetseiten.

Das Seminar wird sich mit folgenden Fragen beschäftigen:

- Wie wird Werbung gemacht?
- Wie gelingt es Werbung, das Interesse des Betrachters zu wecken?
- Wie muss Werbung gestaltet sein, um möglichst viel Aufmerksamkeit zu erregen?
- Was macht außergewöhnliche und einprägsame Werbung aus?

Werbung und v.a. Werbespots weisen stets einen aktuellen gesellschaftlichen Bezug auf und bieten zumeist vielfältiges und unterhaltsames Untersuchungsmaterial.

Untersuchungsgegenstand „Sprache der Werbung“

Untersuchungsgegenstand dieses Seminar ist vor allem die Sprache der Werbung, also die Untersuchung der sprachlich-stilistischen und nonverbalen Kommunikationsmittel, die in der Werbung verwendet werden, der Fachsprache inkl. des Einsatzes bewusster Grammatikfehler, der filmischen Mittel in Werbespots, des Zusammenspiels von Text und Bild etc.

Hierbei werden sowohl Produktwerbung, als auch Social Spots (Spots, die für bestimmte gesellschaftliche Veränderungen werben, indem sie etwa zum Einsatz gegen Ausländerfeindlichkeit aufrufen) und Wahlwerbung (inklusive Propaganda) analysiert werden.

Mögliche Seminararbeitsthemen:

1. Werbung im politischen Bereich
2. Das Bild Italiens in der deutschen Werbung
3. Werbesprache im Tourismus
4. Stilanalyse von Fernsehspots
5. Werbung als Spiegel der Gesellschaft
6. Frau und Mann in der Werbung
7. Clementine und Herr Kaiser – Ikonen der bundesrepublikanischen Werbung
8. Von „Ich bin drin!“ bis zu „Ja ist denn heut schon Weihnachten?“ - Bedeutung von Prominenten als Werbeträger
9. „Sponsoring“ und „Schleichwerbung“ - Versuch einer Grenzziehung
10. Die Veränderung der Werbelandschaft durch die Internetwerbung