



Skriftlege tekstar
8.–10. trinn
Lærer: Kristin K. Sjøhelle
Rosenborg skole, Trondheim

REKLAME PÅ NYNORSK

38

I dette undervisningsopplegget skal elevane lage reklamar for ungdomsprodukt ved hjelp av PC, og all tekst i reklamen skal vere på nynorsk. Målet er at elevane skal få øving i å lage samansette tekstar med digitale verkty og på den måten få auka kunnskap om språklege og visuelle verkemiddel for å nå ein mottakar. Samstundes skal elevane oppleve at nynorsk er eit bruksspråk som kan brukast i alle sjangrar og til alle føremål.

Læraren byrjar med å spørje elevane kva som kjenneteiknar reklame. Denne innleiande samtalen om reklame og reklamespråk har som målsetjing at elevane skal få delt den førehandskunnskapen dei har om reklame som sjanger. Elevar er ofte medvitne om korleis reklame fungerer, og kva verkemiddel som er vanlege. Etter denne samtalen får elevane i oppgåve å føreslå kriterium for reklamen dei skal lage.

Dette er kriteria som elevane kom fram til:

Reklamen er god når:

- vi får lyst på produktet
- produktet er løysinga på eit behov
- det er bevisst fargebruk og bevisst plassering av tekst
- han er humoristisk
- teksten er på korrekt nynorsk

Før elevane går i gang med sjølve reklameproduksjonen, har elevane og læraren ein kort diskusjon om nynorsk som reklamespråk. Kan nynorsk brukast i reklame? Kva reklamar veit elevane om som har nynorsk tekst? Kvar er det eventuelt vanleg å finne reklame på nynorsk? Er det fordommar som gjer at nynorsk vert så lite brukt i reklame i riksaviser og fjernsyn? Kan det vere ein fordel for eit produkt om reklamen for produktet er på nynorsk?

i praksis:

Elevane er organiserte i par når dei skal lage reklamar. Dette gjer at ein får i gang ein samtale både kring språk og kring oppgåva. Når det gjeld bilete i reklamane, skal elevane bruke kunstverk frå nettstaden Famous Artworks Exhibition. Viss elevane på førehand veit kvar dei kan hente bileta som skal illustrere reklameteksten, sparar dei tid, og ein unngår unødvendig nettsurfing. Elevane får òg ei kort innføring i bruk av tekst-bilete-funksjonen i Word. Fleire av para valde å bruke PowerPoint.

Reklametekstar er ofte korte. Då er det viktig at ordbruken er presis. I og med at reklamen har det offentlege publikum som målgruppe, er det òg viktig at teksten er korrekt. Elevane nyttar Nynorskordboka på nett for å sjekke ord dei er usikre på. I tillegg kan dei bruke språksjekken som ligg i Word.

Til sist skal elevane presentere reklamane sine for elevgruppa. I presentasjonen fortel elevane om kvifor dei laga akkurat den reklamen dei gjorde, og dei greier ut om verkemiddel og bodskap i reklamen. Kvart elevpar får respons frå eit anna elevpar. Responsen skal vere positiv og peike på kva som var bra med reklamen.

Det er kriteria som elevgruppa bestemte i byrjinga, som dannar grunnlaget for responsen. I tillegg fyller kvart elevpar ut eit meir detaljert respons skjema som dei etterpå leverer inn til læraren.

Spørsmål til diskusjon

På kva måtar er dette undervisningsopplegget god nynorskopplæring? Korleis ville du ha gjennomført eit liknande opplegg? Korleis bør læraren rettleie undervegs i eit slikt praktisk opplegg? Diskuter andre oppgåver og opplegg der samansette tekstar vert kombinerte med nynorskopplæring.

Ressursar

Reklameordliste:
www.nynorsksenteret.no/reklameordliste

Famous Artworks Exhibition:
www.ibiblio.org/wm/paint

Diskusjon på NRK om nynorsk som reklamespråk:
www.nrk.no/nyheter/kultur/1.532239

Løvland, Anne 2007: *På mange måtar. Samansette tekstar i skolen*. Bergen, Fagbokforlaget

39

nynorsk som sidemål