

WAS DIE DEUTSCHEN VERBINDET...

LESFICHE 1/4

DUITS

MODERNE TALEN, TAAL- EN COMMUNICATIEWETENSCHAPPEN, 3DE GRAAD D-FINALITEIT

Deze lesfiche is de eerste van de lessenreeks 'Was die Deutschen verbindet...'. Hier leren de leerlingen de focus van een onderzoek te bepalen.

Leerplandoelen

- De leerlingen lichten kenmerkende aspecten van maatschappijen en culturen waarin Duits wordt gesproken met voorbeelden toe bij het lezen en beluisteren van teksten.
- De leerlingen doorlopen een onderzoekscyclus in samenhang met specifieke inhoud van het leerplan (domein: Landeskunde).

Benodigheden

- Enkele reclamecampagnes van bekende Duitse merken waarin de Duitse identiteit in beeld wordt gebracht, zoals Lufthansa Werbung, 'Diese Deutschen immer so genau', Opel 'Integration', BMW 'The Gift', Mercedes-Benz 'A wie Angriff'

Beginfase van de les

Als leerkracht kan je deze les starten met een kort vraag- en leergesprek om voorkennis over het onderzoeksonderwerp op te halen. Waarmee associëren de leerlingen de uitdrukking 'Typisch Deutsch?'. Via Mentimeter mogen de leerlingen hun associaties noteren zodat op die manier een woordenwolk gecreëerd wordt. Misschien komen hier alvast enkele merken aan bod waarna de leerlingen de Duitse bedrijven die ze de voorbije jaren leerden kennen, mogen aanvullen. Misschien herinneren ze zich nog merken als ...

- Haribo,
- Playmobil,
- BMW,
- Opel,
- Mercedes-Benz,
- Lufthansa,
- Birkenstock,
- Adidas,
- ...

Middenfase

Als leraar kan je aanvullen dat deze bedrijven die vaak wereldfaam verworven hebben, soms moeten opboksen tegen andere, internationale merken. Om hun eigen DNA te promoten durven ze in reclamecampagnes weleens een knipoogje naar de typisch Duitse identiteit te verwerken. Dit blijkt onder meer uit enkele opvallende campagnes waarvan je er een viertal, denk maar aan Lufthansa Werbung, 'Diese Deutschen immer so genau', Opel 'Integration', BMW 'The Gift', Mercedes-Benz 'A wie Angriff', kan laten zien. Het is dan de taak van de leerlingen om te noteren welke Duitse clichés of waarden ze herkennen. Ongetwijfeld herkennen ze onder meer ...

- de Duitse stiptheid,
- de Duitse correctheid,
- het Duitse organisatietalent,
- het Duitse perfectionisme,
- de Duitse voorkeur voor aardappelsalade,
- de Duitse gewoontes om het gazon te maaien, het afval te scheiden,
- de Duitse liefde voor auto's en streven naar optimale veiligheid,
- de Duitse doelgerichtheid,
- ...

Aan het eind van deze les zouden de leerlingen een goede onderzoeksvraag moeten kunnen formuleren. In tegenstelling tot gewone vragen moet die voldoen aan de volgende criteria ...

Een goede onderzoeksvraag is open, objectief, onderzoekbaar of haalbaar, (enigszins) complex, relevant.

Willen de leerlingen via een onderzoek achterhalen **welk beeld van de Duitsers geschetst wordt in reclamecampagnes**, dan is vooral het criterium **onderzoekbaar** een aandachtspunt. Zo kunnen we onmogelijk verwachten dat ze alle Duitse reclamecampagnes opzoeken en bekijken. Laat de leerlingen dan ook hun vraag verfijnen: welke merken willen ze precies onderzoeken en op welke periode willen ze zich focussen?

Eindfase

Als afsluiter laat je de leerlingen stilstaan bij het proces dat ze doorlopen hebben. Samen met hen kan je de voorgestelde onderzoeksvragen en deelvragen bekijken waarna je de klas in kleinere groepen verdeelt. Elke groep kiest op basis van de voorstellen een onderzoeksvraag met extra deelvragen. Die worden voorgesteld aan de klas, waarna de klasgenoten het kritische publiek vormen. Zij gaan na of de sprekers voldoende oog hadden voor alle criteria van een goede onderzoeksvraag met duidelijke deelvragen.

WAS DIE DEUTSCHEN VERBINDET...

LESFICHE 2/4

DUITS

MODERNE TALEN, TAAL- EN COMMUNICATIEWETENSCHAPPEN, 3DE GRAAD D-FINALITEIT

Deze lesfiche is de tweede van de lessenreeks 'Was die Deutschen verbindet...'. Hier leren de leerlingen om een onderzoeksmethode te omlijnen.

Leerplandoelen

- De leerlingen lichten kenmerkende aspecten van maatschappijen en culturen waarin Duits wordt gesproken met voorbeelden toe bij het lezen en beluisteren van teksten.
- De leerlingen doorlopen een onderzoekscyclus in samenhang met specifieke inhoud van het leerplan (domein: Landeskunde).
- De leerlingen beoordelen doelgericht informatie op betrouwbaarheid, correctheid en bruikbaarheid bij het lezen en luisteren. (GFL)

Beginfase van de les

Als leerkracht kan je kort opfrissen wat in de vorige les(sen) aan bod kwam. Je kan starten met enkele voorgestelde onderzoeksvragen, waarna de leerlingen zelf de criteria voor een goede onderzoeksvraag (open, objectief, onderzoekbaar/ haalbaar, (enigszins) complex en relevant) mogen aanreiken. Zo kan je achterhalen of de leerlingen klaar zijn voor de volgende fase.

Maak hen duidelijk wat het doel van deze les is: een onderzoeksmethode bepalen en omlijnen.

Middenfase

Hier kan je de leerlingen vertrouwd maken met de **verschillende soorten onderzoeksmethoden**. Het best reik je als leraar zelf de mogelijkheden aan die bij het onderzoeksonderwerp passen, zoals **een literatuuronderzoek, een enquête, een interview, een case study bij een focusgroep, een experimenteel onderzoek, ...** (Voor de volledige lijst verwijzen we graag naar de PRO-site, zie tegel 'Onderzoekskompetentie', 'Voor leraren').

Dan is het aan de leerlingen zelf. Laat hen eerst met hun buur bepalen welke onderzoeksmethodes het best passen bij hun vraag en welke valkuilen ze al kunnen voorspellen. Als leraar kan je hiervoor de volgende richtvragen stellen ...

- Welke methodes zou je kunnen gebruiken bij je onderzoek?
- Welke methodes passen het best bij je onderzoek?
- Wat zijn mogelijke valkuilen voor de gekozen methode?

Ongetwijfeld zullen de leerlingen kiezen voor **een literatuuronderzoek**. Deze term kinkt vrij geladen. Niettemin hoeven de leerlingen geen wetenschappelijke of vakliteratuur door te nemen. Hun focus ligt op populaire bronnen, in het bijzonder reclamecampagnes van specifieke Duitse bedrijven. Die mogen ze via een databank verzamelen. Om de campagnes met elkaar te kunnen vergelijken, zullen ze ook hun onderzoeksmethode moeten verfijnen. We vragen hen dan ook het best welke parameters van belang kunnen zijn bij het bekijken van de fragmenten? Ongetwijfeld denken ze aan ...

- datum publicatie,
- titel campagne,
- cliché of waarde,
- visuele elementen die de clichés of waarden ondersteunen,
- tekstuele elementen,
- ...

Deze parameters mogen ze net als de te bekijken campagnes in een gepast document noteren.

Eindfase

Als afsluiter bespreek je samen met de leerlingen de planning: bepaal samen hoeveel tijd er nodig is om voldoende relevante campagnes te verzamelen en te vergelijken.

WAS DIE DEUTSCHEN VERBINDET...

LESFICHE 3/4

DUITS

MODERNE TALEN, TAAL- EN COMMUNICATIEWETENSCHAPPEN 3DE GRAAD D-FINALITEIT

Deze lesfiche is de derde van de lessenreeks 'Was die Deutschen verbindet...'. In deze les leren de leerlingen de resultaten van hun onderzoek te analyseren en een conclusie te formuleren.

Leerplandoelen

- De leerlingen doorlopen een onderzoekscyclus in samenhang met specifieke inhoud van het leerplan (domein: Landeskunde).

Benodigheden

- Onderzoeksresultaten van het eigen onderzoek van de leerlingen.

Beginfase van de les

Als leerkracht kan je via een kort klasgesprek polsen naar **de ervaringen** van de leerlingen. Zo kan je vooral peilen naar de manier waarop de leerlingen te werk gegaan zijn: hoe hebben ze relevante reclamecampagnes gevonden en hebben ze het gehoopte aantal bereikt? In dit gesprek kan je ook nagaan of de onderzoeksresultaten volgens de leerlingen betrouwbaar zullen zijn en of hun hypothesen bevestigd zullen worden.

Middenfase

Hier gaan de leerlingen aan de slag met hun resultaten. Als leerkracht vraag je hen het best om eerst hun onderzoeksvraag opnieuw te bekijken.

Daarna kunnen ze selecteren welke resultaten relevant zijn om een analyse uit te voeren. Als leraar kan je erop wijzen dat er verschillende analyses uitgevoerd kunnen worden. Bij een kwantitatieve analyse turven de leerlingen hoe vaak bepaalde stereotypen voorkomen waarna ze de aantallen via een grafiek visualiseren. Bij een kwalitatieve analyse noteren ze opvallende beelden en slogans en reflecteren ze over de context: wordt het stereotiepe beeld positief, negatief of neutraal voorgesteld. Via een vergelijkende analyse zoeken de leerlingen naar de verschillen tussen de uiteenlopende merken en gaan ze na of er een evolutie is: zijn de meest actuele campagnes minder stereotiep of net niet?

Pas wanneer de resultaten helder zijn, kunnen de leerlingen (eindelijk!) proberen om **de resultaten te linken** aan de onderzoeksvraag en mogen ze een voorzichtige **conclusie formuleren**. Als leraar kan je hen hiervoor enkele richtvragen meegeven om hun onderzoekende houding te motiveren. Laat hen de vragen in kernwoorden beantwoorden ...

- Wat kan je uit de gegevens afleiden?
- Welke gegevens verrasten je en waarom?
- Spreken bepaalde antwoorden elkaar tegen en hoe kan je hiermee omgaan?
- Liet de gekozen methode jou toe om een betrouwbaar antwoord te formuleren?
- Bevestigen de resultaten je hypothese of niet? Waarom wel of niet?
- Welke nieuwe vragen roepen de antwoorden bij je op?
- Wat betekent dit voor de rest van je onderzoek?
- ...

Probeer als leraar voldoende tijd te voorzien voor deze stap. Laat je leerlingen de tussentijdse conclusies presenteren aan hun medeleerlingen, waarna ze op basis van peerevaluatie feedback noteren.

Eindfase

Als leerkracht kan je deze les afsluiten met een exit ticket. Pols hierbij of de resultaten het buikgevoel van de leerlingen bevestigen, welke tekortkomingen hun onderzoek had en welke mogelijkheden voor vervolgonderzoeken er zijn.

Differentiatie: zijn je leerlingen wat mondiger, dan kan je kiezen voor een vraag- en leergesprek. Hier kan je dan benadrukken dat ook onderzoek, dat er niet in slaagt om de hypothese te bevestigen, heel waardevol kan zijn. Soms zijn 'mislukte' onderzoeken net de waardevolste!

WAS DIE DEUTSCHEN VERBINDET...

LESFICHE 4/4

DUITS

MODERNE TALEN, TAAL- EN COMMUNICATIEWETENSCHAPPEN 3DE GRAAD D-FINALITEIT

Deze lesfiche is de vierde van de lessenreeks 'Was die Deutschen verbindet...'. Hier leren de leerlingen over de resultaten van hun onderzoek te rapporteren.

Leerplandoelen

- De leerlingen doorlopen een onderzoekscyclus in samenhang met specifieke inhoud van het leerplan (domein: Landeskunde).

Benodigdheden

- Voorbeelden van webpagina's
- Een jury bestaande uit medeleerlingen, leerkrachten en/ of externen.

Beginfase van de les

Nu de leerlingen hun onderzoeksresultaten hebben geanalyseerd, is het tijd om hun bevindingen te delen met anderen. Dit kan op heel wat verschillende manieren, via een verslag, een poster of infographic, een website of webpagina of een presentatie. Hier kiezen we voor **een verslag via een gratis webpagina**, als Wordpress.

Het best bespreek je eerst met de leerlingen waaraan een aantrekkelijke webpagina moet voldoen. Laat hen enkele voorbeelden zien die de leerlingen onder de loop mogen nemen en waarbij ze zoeken naar overeenkomstige kenmerken, zoals ...

- een sterke visuele ondersteuning,
- een goede balans tussen tekst en beeld,
- korte verklarende teksten bij grafieken of afbeeldingen,
- duidelijke hyperlinks die naar deelpagina's leiden,
- ...

Je kan er ook voor kiezen om je verwachtingen in een evaluatieformulier te verzamelen. Bespreek de criteria het best samen met de leerlingen, zo weet je of ze die correct begrijpen.

Middenfase

Hebben de leerlingen het verslag in diverse fragmenten of alinea's uitgeschreven, laat hen dan het ontwerp doorsturen naar een klasgenoot. Die kan via de volgende richtvragen controleren of alle inhoudelijke elementen aanwezig zijn en geeft feedback op inhoud en taal.

- Wordt de onderzoeksvraag expliciet vermeld?
- Wordt vermeld hoe de resultaten werden verzameld?
- Zijn de bronnen duidelijk en correct weergegeven?
- Wordt de link gelegd tussen de resultaten en de onderzoeksvraag?
- Optioneel: wordt verwezen naar wat goed/ verkeerd liep tijdens het onderzoek?
- ...

Eindfase

Met behulp van de feedback herwerken de leerlingen hun verslag die ze nadien via een webpagina vormgeven. De voorstelling van de pagina kan een bijzonder stressvol moment zijn: het kan dan ook zinvol zijn om een try-out te voorzien. Hier oefenen de leerlingen hun presentatie in en staan stil bij mogelijke vragen die het publiek zou kunnen stellen. De antwoorden op deze vragen noteren ze op kleine spiekbrieftjes.

Tot slot kan je de leerlingen nog enkele tips geven voor een goede presentatie.