

## Studieretningsopgaven i 2.a

Navn & klasse:

Lærere:

---

### Titler for fransk/engelsk, tysk/engelsk (der sættes kryds ved den valgte opgave):

Vælg ét af følgende emner:

1. Sammenlign generelle tendenser *på tværs af* varegrupper i reklamer fra de to lande.
2. Sammenlign reklamer fra de to lande *inden for* en enkelt varegruppe, fx ny teknologi, bilreklamer, luksusprodukter.

1

2

*Instruktion til opgaven og relevante links følger på side 2 og 3 til denne forside.*

---

**Dette blad afleveres til kontoret med elevunderskrift senest d. 28/2 2007. Bladet benyttes desuden som forside til opgaven, der afleveres i to eksemplarer til kontoret fredag d. 9/3 kl 14.00**

---

**Elevens underskrift**

## **Instruktion:**

Det vil være rimeligt at inddrage 3-4 reklamer fra hvert land. Et særligt fokus kan evt. lægges på én reklame.

## **Problemformulering**

Når du har valgt mellem emne 1 og 2 og har besluttet dig for, hvilke reklamer du vil benytte, skal den endelige problemformulering aftales med en af faglærerne - *senest* en uge før skrivedagene.

## **Krav til opgaven**

Du skal vælge, om du vil arbejde med trykte eller med elektroniske reklamer.

I opgaven skal der indgå en *analyse* af det valgte reklamemateriale. På baggrund af analyseresultaterne skal du forholde dig til reklamerne som *kulturprodukt*. Du skal altså overveje, hvad dine reklamer siger om landenes kultur.

## **Studiecentret**

Skolen abonnerer på flere udenlandske magasiner, som I kan finde på studiecentret. Der står også en kassette med enkelte andre blade. Vær sød ikke at fjerne dem. På den anden side vil det være en stor hjælp for dem, der skal rette jeres besvarelser, hvis I vedlægger kopier (bare alm. fotokopier) af de reklamer, I bruger.

God arbejdslyst!

## *Fælles baggrundstof for fransk-engelsk og tysk-engelsk*

Søren Kjørerup: Hvorfor smiler Mona Lisa, Roskilde Universitetsforlag 1995. Kapitlet ”Den stolte røg”.

Annette Bjerre: Reklamer som idealfastsættende

[http://www.samsonnet.dk/samson\\_vis\\_artikel.php?id=20](http://www.samsonnet.dk/samson_vis_artikel.php?id=20)

Niels Borg: Materiale om reklamer

[http://home.worldonline.dk/n\\_borg/reklame/reklamen.htm](http://home.worldonline.dk/n_borg/reklame/reklamen.htm)

Lars Brix: Reklameanalysemodel

<http://www.dist.dk/~lf/danskkasse/reklame.pdf>

## *Franske links*

Trois analyses

<http://www.departments.bucknell.edu/projects/fr270multimedia/public/www/boite/analyses/Publicite/publicite.html>

Lire la publicité

[http://www.hku.hk/french/dcmScreen/lang3033/lang3033\\_lire\\_la\\_pub.htm](http://www.hku.hk/french/dcmScreen/lang3033/lang3033_lire_la_pub.htm)

Analyses de trois publicités de cellulaires: Sony, Siemens, Nokia

[http://www.imageandnarrative.be/worldmusicb\\_advertising/duce.htm](http://www.imageandnarrative.be/worldmusicb_advertising/duce.htm)

Publicité

<http://fr.wikipedia.org/wiki/Publicit%C3%A9>

Analyses de publicités

[http://www.lalliance.fr/xmedia/atelier\\_BVP/publicites.html](http://www.lalliance.fr/xmedia/atelier_BVP/publicites.html)

## *Tyske links*

Wikipedia

<http://de.wikipedia.org/wiki/Werbekonzep>

– herunder, fx ”Konzeption und Umsetzung“:

[http://de.wikipedia.org/wiki/Werbekonzep#Konzeption\\_und\\_Umsetzung](http://de.wikipedia.org/wiki/Werbekonzep#Konzeption_und_Umsetzung)

Om reklamer og humor

<http://www.sueddeutsche.de/,trt1m2/wissen/artikel/354/86268/>

Korte analyse af tre bilreklamer (lavet af tyske elever)

<http://www.bbsw-trier.de/schueler/werbung.html>

Analyse (eksempel og ideer til fokuspunkter)

<http://www.tu-dresden.de/sulifg/daf/mailproj/kursbuc3.htm>

### *Engelske links*

Brands and commodities:

<http://brandchannel.com/papers>

Sider for reklamedesignere:

<http://www.utalkmarketing.com> (basic guide to marketing)

<http://www.mediacentral.com> (søg f.eks.: advertising. printed media)

Filosofisk om reklamer i samfundet (af Roland Barthes)

<http://www.backchannelmedia.com/newsletter/articles/6429/pepsiman>