

aus der Praxis – für die Praxis

Lyrik im Niederländischunterricht Überlegungen zu einem Reklamespot mit Song zum Thema „Leben an und mit dem Wasser“

Stefan Wetschewald

Einleitung

Die folgenden Überlegungen zum Einsatz eines Reklamespots im Niederländischunterricht der gymnasialen Oberstufe wurden in einem Impulsreferat auf der Lehrerfortbildung der FN „Förderung der Schreibkompetenz bei fortgeschrittenen Lernern – Lyrik im Niederländischunterricht“ (Dingen/Hamminkeln, 21.– 22.11.2007) vorgestellt. Sie stellen keine vollständige Unterrichtsplanung dar, sondern sollen zur Arbeit mit lyrischen Texten anregen.

Die Thematik

Das Thema „Leben an und mit dem Wasser in den Niederlanden“ ist eines der Schwerpunktthemen, die im Hinblick auf das Zentralabitur in der gymnasialen Oberstufe unterrichtet werden. Darunter fallen die Flutkatastrophe von 1953 und der Deltaplan und damit geographisches, historisches, ökonomisches und sozio-kulturelles Orientierungswissen, auf dessen Grundlage die Schülerinnen und Schüler sich themenbezogen zu Alltagswirklichkeiten äußern können. Die globalen Herausforderungen, die das Leben an und mit dem Wasser an die Verantwortung der Menschen stellt, und die Zukunftsperspektiven angesichts eines drohenden Klimawandels bieten Rede- und Schreibanlässe.

Lyrik

Im Sinne eines produktionsorientierten und anwendungsbezogenen Umgangs mit Texten und Medien soll hier auf einen rein analytisch-interpretierenden Textzugang verzichtet werden, ohne dass damit gesagt sei, dass ein solcher zu vernachlässigen oder gar verzichtbar sei. Die (Gedicht)Analyse steht vielmehr im Dienst des besseren Textverstehens, das wiederum eine vertiefte Auseinandersetzung mit der Thematik ermöglicht.

Der Umgang mit der Textsorte ‘Gedicht’ – sicherlich für die meisten Schülerinnen und Schüler kein alltäglicher Lesetext – verlangt und fördert me-

thodische Kompetenzen, die es ihnen ermöglichen, das Zusammenspiel von Inhalt (*boodschap*) und formaler Gestaltung und seine Wirkung auf den Rezipienten zu erkennen. Solche Kompetenzen lassen sich alltagsrelevant und schülerorientiert gut in der Reklame und in Songs anbahnen. Der nachfolgende Ausgangstext kombiniert beide Aspekte.

Ausgangstext: Reklamespot Nuon – Liedtext Maarten van Roozendaal

Het Water

het water geeuwt
 en spiegelt zich de eerste zon
 het water lacht
 bespat een heren pantalon
 het water speelt
 lauw schuim spat op een bruine huid
 het water vlucht
 een dorp moet z'n huizen uit

 het water wacht
 en in het noorden barst het veld
 het water dreigt
 bewaking is al ingesteld

 we vechten en omhelzen
 je vijand is je vriend
 hij kan soms zo lief onschuldig zijn
 en soms zo niets ontziend

 het water jankt
 met tranen striemend uit het westen
 het water beukt
 een land verschanst zich in zijn vesten
 het water brult
 maar 't mag nooit meer binnen
 het water vecht
 maar het mag nooit meer winnen

 we vechten
 en omhelzen
 je vijand is je vriend
 hij kan zo lief onschuldig zijn
 en soms zo niets ontziend
 ja we vechten
 en omhelzen
 je vijand is je vriend
 hij kan zo lief onschuldig zijn
 en soms zo niets ontziend
 hij vecht

maar hij mag nooit
meer winnen

Componist: Fluitsma & van Tijn. Songtekst: Frank Pels. Zanger:
Maarten van Roozendaal.

Der Reklamespot ist als Film im Internet zu sehen unter
<http://www.youtube.com/watch?v=jAwNJSJSFyg>.

Das Lied/ der Song und das Thema „Leben an und mit dem Wasser in den Niederlanden“

Der Spot wirbt für den Energiekonzern und wird seit August 2007 im Fernsehen ausgesendet. Nuon stellt den niederländischen Kampf gegen das Wasser in den Mittelpunkt und verbindet diesen mit der globalen Erderwärmung, die Klima- veränderung und Flutkatastrophen zur Folge haben kann. Schließlich wird der Betrachter auf die Nuon-Aktion zur Verringerung des CO₂-Ausstoßes hingewiesen. Der lyrische Text (Song) spricht damit eine Reihe von Teilaspekten des Themas an. Im Sinne des erweiterten Textbegriffs sind Bild, Schrifttext und Ton integral angesprochen.

Der Text lebt von zahlreichen Gegensatzpaaren, die von den übergeordneten Kategorien Wasser als Freund bzw. Wasser als Feind des Menschen umschlossen werden. In diesem Sinne kann der Text zentrale Schwerpunkte der Thematik anreißen, und zwar:

- Das Wasser/ Die Nordsee als wichtiger Faktor für die Freizeitgestaltung – Strandleben in allen Facetten, Erholungswert, Tourismus.
- Das Wasser als wichtiger Verkehrsweg für die Niederlande: Schiffe und Frachter auf den Kanälen und der Nordsee, Rotterdam als Hafenstadt.
- Das Wasser als Bedrohung und enorme Naturgewalt: Watersnood 1953, wateroverlast in steden/ dijken en waterkeringen/ Deltawerken/ zeespiegelstijging/ klimaatverandering.
- Der Mensch und sein Handeln: Verantwortung für die Umwelt, Klimawandel als Ursache des CO₂-Ausstoßes. Maßnahmen, die das Land, den Fortbestand der Niederlande und das Leben der Menschen sichern.

Durch die schwarz-weiß Aufnahmen und die Farbaufnahmen werden zudem sowohl historische als auch aktuelle Aspekte des Themas verdeutlicht.

Förderung der Schreibkompetenz

Ausgehend von der Annahme, dass ‘Schreiben’ als Prozess gesehen wird, können folgende Kompetenzen gefördert werden:

- Fragen formulieren, Bilder anschaulich beschreiben,

- Inhalte kohärent darstellen,
- Informationsquellen gezielt nutzen – hier Nachschlagewerke, Internet, um Wortschatz und weitere Informationen stichwortartig zu sichern,
- Stoffsammlung erstellen, ordnen und eine Gliederung anfertigen (Cluster/ Mindmap); Wortfelder erstellen, etc.,
- Formale und sprachlich stilistische Gestaltungsmittel und ihre Wirkungsweise an Beispielen darstellen (z.B. Antithesen, Personifikation des Wassers im Lied) als Vorarbeit für eine eigene Stellungnahme oder einen Kommentar,
- Argumente miteinander verknüpfen, gewichten und daraus Schlüsse ziehen,
- Produktive Schreibformen nutzen: den Text um- oder weiterschreiben, ausgestalten, ergänzen: z.B. einen Perspektivwechsel vornehmen: aus der Sichtweise vom Hochwasser Betroffener bzw. Bewohner gefährdeter Gebiete formulieren; aus der Sicht von Naturschutzorganisationen schreiben,
- Formalisierte Texte verfassen: sachlicher Brief, Leserbrief, Kommentar,
- Texte dem Zweck entsprechend und adressatengerecht gestalten, sinnvoll aufbauen und strukturieren, sowie Zitate effektiv integrieren,
- Texte inhaltlich und sprachlich überarbeiten, Textpassagen umstellen, Wirksamkeit sprachlicher Gestaltungsmittel prüfen, z.B. mit einer Schreibkonferenz oder Schreibwerkstatt.

Analytische und kreative Arbeitsaufträge

Anhand von zwei Situationen lassen sich die konkreten Einsatzmöglichkeiten des Liedes/ des Spots verdeutlichen. Bei der Formulierung der Arbeitsaufträge wurde – soweit möglich – auf die Operatorenliste zurückgegriffen.

1. Der Spot dient zum Einstieg in die Unterrichtsreihe zum Thema „Leven aan en met het water – de watersnoodramp van 1953 en de Deltawerken“.

Formuleer vragen en interesses die je in verband met het thema water of naar aanleiding van de spot hebt!

Beschrijf de aspecten van het thema ‘water’ die in deze spot aan bod komen!

Met welke woorden en uitdrukkingen wordt het water in de tekst/ in het lied beschreven? Zoek de betekenis van de woorden in het woordenboek op en orden de woorden en uitdrukkingen op een zinvolle manier, bijvoorbeeld door twee mindmaps!

Beschrijf met behulp van de beelden eigen ervaringen en herinneringen, die iets met ‘water’ te maken hebben! Maak daarbij onder andere gebruik van de woorden uit het lied!

Vat de inhoud van de spot (beeld en geluid/tekst) samen!

Verklaar het gebruik van de begrippen ‘vriend’ en ‘vijand’ in verband met het thema ‘water’!

2. Der Spot dient als Grundlage für eine kritische Auseinandersetzung mit den Zielen und der Effektivität von Reklameäußerungen unter der Verwendung von historischen Ereignissen und landeskundlichen Besonderheiten. (Aufträge mit Arbeitsblatt)

Analyseer met welke middelen het bedrijf Nuon zijn reclameboodschap aan de man probeert te brengen!

Analyseer het woordgebruik in het lied en verklaar de functie en het doel ervan!

Geef commentaar op de beoordelingen van de spot! (Arbeitsblatt 1)²

Schrijf als reactie op de spot een brief aan de Nuon! Beoordeel in je brief de spot en geef commentaar op de commotie, die de spot teweeg heeft gebracht! (Arbeitsblatt 1)

Lees de uitspraak van de Reclame Code Commissie! Ben je het eens of oneens met de beslissing? Schrijf een kort statement voor de discussie op het internetforum van de Stichting Ether Reclame (STER), waarin je de verschillende standpunten tegenover elkaar stelt en beoordeelt! (Arbeitsblatt 2³)

2. <http://blog.adformatie.nl/index.php/entries/nuon-voert-strijd-tegen-het-water/> (Rechtsschreibung verbessert)

3. Der vollständige Text steht unter

<http://www.reclamecode.nl/bericht.asp?ID=304&terugURL=%2Farchiefnieuwsberichten.asp>

Nuon voert strijd tegen het water

Susanne van Nierop • Donderdag 16 augustus 2007, 10:56

Sinds deze week is een opvallende nieuwe door N=5 gemaakte commercial van Nuon te zien, waarin wordt ingehaakt op de klimaatverandering. De eeuwenlange Nederlandse strijd tegen het water staat centraal. De energieleverancier trekt een parallel tussen de watersnoodramp en globaal warming, waardoor er weer watersnood kan ontstaan. Uiteindelijk wordt de kijker doorverwezen naar de site van Nuon waar mensen kunnen meedoen aan het CO2 Reductieplan met als doel de uitstoot te reduceren.

Nuon probeert een groot gevoel neer te zetten en heeft daarom het bekende duo Fluitsma & Van Tijn gevraagd om een nummer te schrijven. Uiteraard in de hoop dat zij hun '15 miljoen mensen' succes zullen herhalen. 'Hij vecht, maar hij mag nooit meer winnen' wordt door Maarten van Rozendaal op dramatische wijze gezongen, maar heeft in mijn lekenopinie minder hitpotentie.

De vraag is of mensen de commercial überhaupt gaan slikken. Het is allemaal heel dik aangezet en aan de hoeveelheid tekst die in beeld komt is te zien dat Nuon veel uitleg nodig heeft om het verhaal van de heroïsche strijd tegen het water naar zichzelf toe te praten.

Gewoon een prachtige reclame

Bram • Donderdag 16 augustus 2007, 22:13

Ik krijg er kippenvel van, en ik kan me weinig spotjes herinneren die dat effect teweeg hebben gebracht.

Bas • Donderdag 16 augustus 2007, 13:34

Wat een smerige hypocrieten. Ze bouwen binnenkort zelf drie gloednieuwe 'vuile' kolencentrales. Niet alleen 'omdat er nu eenmaal vraag naar is, dus wie zijn wij om niet aan die vraag te voldoen', maar ook voor de handel in het buitenland. Oftewel: meer kolen verstoffen, meer CO2.

Sebas • Vrijdag 17 augustus 2007, 13:24

Even los van Nuon: muzikaal en tekstueel vind ik dit een mooi nummer en qua inhoud toch wel appellerend aan een gevoel dat vanuit de historie in brede lagen van ons volk leeft.

Lau • Zaterdag 18 augustus 2007, 21:00

(<http://blog.adformatie.nl/>)

Reclame Code Commissie

De klacht

De uiting bevat beelden over rampen uit het verleden en gefingeerde rampen waardoor de consument misleid kan worden over milieuaspecten van de aangeprezen producten. De suggestie dat in de zeer nabije toekomst door CO₂-uitstoot en de daardoor veroorzaakte klimaatverandering in Nederland grootschalige overstromingen zullen plaatsvinden en dat dit door het kopen van Nuon-energie kan worden voorkomen, is misleidend. [...]

Het verweer

[...] De uiting toont historische beelden en actuele beelden.

In de uiting wordt Nuon-energie niet aangeprezen. Wel wordt het Nuon CO₂-Reductieplan onder de aandacht gebracht. De uiting misleidt niet over de milieuaspecten van het Nuon CO₂-Reductieplan, omdat in de uiting alleen wordt gezegd dat we samen iets aan klimaatverandering kunnen doen.

Adverteerder bestrijdt dat de beelden angstaanjagend zouden zijn.

Het oordeel van de Commissie

De mededeling dat een klimaatverandering vooral wordt veroorzaakt door CO₂-uitstoot, is weliswaar niet een onomstreden opvatting, het is wel de thans wetenschappelijk overheersende en algemeen aanvaarde opvatting. Het risico dat "opnieuw strijd tegen het water" geleverd zal moeten worden, is op grond daarvan niet ondenkbeeldig te achten. Gelet hierop wijst de Commissie de klacht voor wat betreft de MRC af.

Niet gebleken is dat gebruik is gemaakt van beelden van gefingeerde rampen. In de uiting is gebruik gemaakt van beelden van onder andere voorvallen van wateroverlast en van de watersnoodramp van 1953. Aangezien deze beelden passen in de context van de reclameboodschap die als zodanig de toets der kritiek kan doorstaan, terwijl daarin bijvoorbeeld geen dode mensen of dieren worden getoond, zijn de grenzen van hetgeen de goede smaak, het fatsoen en de volksgezondheid eisen naar het oordeel van de Commissie niet overschreden. Ook kan niet worden geoordeeld dat de uiting appelleert aan gevoelens van angst om het product Nuon-energie te (ver)kopen.

De beslissing

De Commissie wijst de klacht af.

Uit: <http://www.reclamecode.nl/>

[De Stichting Reclame Code (SRC) is al ruim 40 jaar de instantie op het gebied van zelfregulering van reclame. SRC bevordert dat in Nederland op verantwoorde wijze reclame wordt gemaakt, zowel in het belang van de consument als de adverteerder.]