

# Reclame



Les 2 en 3 van 4 | Groep 7/8 | Reclame maken



# Les 2-3

stapp 

Les 2 en 3 van 4 | Groep 7/8 | Reclame maken

## Lesdoel

- De leerling leert welke technieken een producent gebruikt om het artikel op de markt te zetten.
  - De leerling (h)erkent de kracht van reclame.
  - De leerling wordt zich bewust van de verleidende kracht achter reclame.
  - De leerling kan verwoorden hoe je als christen met deze verleidende kracht omgaat.
  - De leerlingen kunnen verwoorden of de succesfactoren bij het maken van reclame in overeenstemming zijn met Gods Woord.
- \* Deze les kan over verschillende lessen worden verspreid en is te combineren met een expressie-/tekenles.

## Vorbereiding

### Benodigheden

- Conservenblikken zonder wikkel
- Papier
- Viltstiften etc.
- Videocamera + evt. bewerkingssoftware

## Metaforen

## Waarden



PELGRIM

MATIGHEID  
WEERBAARHEID



Geen bijlagen



100 Minuten Tijdsduur



## Fasen

### 1 Introductie

(starten + motiveren + ophalen voorkennis)

<b>WERKVORM</b>	Kort klassengesprek
<b>MATERIAAL</b>	Niet van toepassing
<b>TIJD</b>	10 minuten

Tijdens de eerste les is er nagedacht over reclame en beïnvloeding. Ook zijn de leerlingen in de supermarkt geweest bij het uitvoeren van de huiswerkopdracht.

Besprek in een groepsgesprek: welke 'verleidingen' zijn ze tegengekomen? Hoe probeerde de fabrikant jou over te halen om bepaalde producten te kopen? Hoe kun je daartegenin gaan? Zijn er gedachten die daarbij kunnen helpen? Bijvoorbeeld: Die reep chocolade ziet er wel erg lekker uit, door de mooie verpakking en smakelijke afbeelding daarop, maar het kost mij wel geld en dat geld zou ik ook ergens anders aan uit kunnen geven. Of: chocolade is erg lekker, maar niet zo gezond. Ik wil juist goed voor mezelf zorgen, daarom ga ik geen ongezonde dingen kopen – hoe lekker het er ook uitziet.

### 2 Input

(nieuwe kennis, vaardigheden aanbieden en input verwerken aan de hand van richtvragen, werkvormen, etc)

<b>WERKVORM</b>	Kennisoverdracht door middel van videofragment
<b>MATERIAAL</b>	Digibord
<b>TIJD</b>	10 minuten

Deze les gaan de leerlingen in groepjes aan het werk met als doel hun eigen product onder de aandacht te brengen. Ze gebruiken daarvoor de opgedane kennis uit les 1 over reclame en beïnvloeding. In de voorbereidende fase denkt elk groepje na wat zij willen overbrengen over hun product en hoe zij dat willen overbrengen. Ter voorbereiding daarop kan klassikaal het fragment uit de aflevering van Klokhuis bekeken worden over de invloed van reclame. Deze staat in de PowerPointpresentatie.

### 3 Toepassen

(koppelen van introductiefase met kennis en vaardigheden uit input)

<b>WERKVORM</b>	Groepswerk
<b>MATERIAAL</b>	Lege conservenblikken (zonder wikkel), videocamera, posterpapier
<b>TIJD</b>	60 minuten

De leerlingen gaan nu in kleine groepjes een reclame maken. Voor deze opdracht kan het beste reclame bedacht worden voor een product in een conservenblik. Dat mag natuurlijk ook een nieuw product zijn. De school kan de benodigde conservenblikken zelf verzorgen, of een aantal leerlingen neemt zelf een blik van thuis mee.

- Maak groepjes van bijvoorbeeld vijf à zes personen. In het samenstellen van de groepjes kan de leraar rekening houden met de talenten die aanwezig zijn.
- Ieder groepje kiest voor één product. Eén deel van het groepje gaat de verpakking van het product maken. Het andere deel van het groepje gaat een reclamefilmje maken. Elk groepje bepaalt wat zij belangrijk vindt om over te brengen en hoe zij dat overtuigend kan doen.
- Eén deel van het groepje gaat aan de slag om hun boodschap te vertalen in een verpakking (wikkel om het blik). Daarvoor kunnen zij (gekleurd) papier, viltstiften, etc. gebruiken.
- Het andere deel van de groep gaat een reclamefilm maken. Hierbij moeten ze nadenken hoe ze hun groepsboodschap te kunnen vertellen met beelden. Als voorbeeld is het goed een aantal reclamefilmjes te bekijken. Bijvoorbeeld van Unox en Peijnenburg. Bespreek hierbij: wat wil de fabrikant waar jij aan denkt bij hun merk? Hoe hebben ze dat verwerkt? Laat de leerlingen een kort script schrijven van het filmje. Dit script wordt besproken in het groepje en zo nodig aangepast. Ieder groepje krijgt de opdracht om ook sluikreclame toe te voegen aan het reclamefilmje. Sluikreclame is op een heel subtiele manier een merk of gedachte overbrengen. Zorg ervoor dat de andere groepjes niet weten welke sluikreclame in het filmje is verwerkt. (Wanneer de school geen beschikking heeft over een videocamera, kan ervoor gekozen worden een poster te maken.)

# Les 2-3



## 4 Transfer (hoe kan dit toegepast worden in bredere setting?)

<b>WERKVORM</b>	Klassikaal gesprek
<b>MATERIAAL</b>	Niet van toepassing
<b>TIJD</b>	5 minuten

Wanneer de verpakkingen en de filmpjes klaar zijn, worden deze gepresenteerd in de klas. De andere groepjes kijken en luisteren en proberen te achterhalen wat 'de producent' met de reclamecampagne duidelijk wilde maken over het product. Vergelijk deze uitkomsten met de oorspronkelijke bedoelingen. Valt het de klas op dat er sprake is van sluikreclame?

## 5 Nabespreking (evalueren met de klas)

<b>WERKVORM</b>	Klassikaal gesprek
<b>MATERIAAL</b>	Niet van toepassing
<b>TIJD</b>	15 minuten

Sluit de les af door te spreken over succesfactoren van reclame en wat reclame met jou als consument doet. Is reclame eerlijk of is het hoofddoel het product te verkopen en mag je daarmee ruim omgaan met de regels en afspraken? Hoe kun je dit als consument herkennen? Wat zeggen de burger en pelgrim ons hierover? Is het voor een christen moeilijker om reclame te maken dan voor een niet-christen? Waarom wel of niet?