

Week
47

Oh kom er eens kijken

Lesbrief mediabegrip.



Benodigdheden: Chromebook per kind |
Foto- of filmmapparatuur (telefoon) | Power-
Point-presentatie Mediabegrip week 47

1 | Aanleiding

Actualiteit

Het is sinterklaastijd en de reclames vliegen je om de oren. Hoe zorgen reclamemakers ervoor dat je door een reclame verleid wordt om een product te kopen?

2 | Lesuitwerking

Open de PowerPoint-presentatie van les 47

- 📄 Dia 1: Titeldia.
- 📄 Dia 2: Lees de tekst en ga het gesprek aan. Gebruik eventueel de woordenschat om het woord 'verleiden' te verduidelijken.
- 📄 Dia 3: Lees de tekst.
- 📄 Dia 4: Lees de tekst. Stel de vragen klassikaal en brainstorm.
- 📄 Dia 5: Toon de commercial. Probeer gevoelens te

benoemen die de kinderen krijgen bij de commercial. Zijn het positieve gevoelens? Krijg je er trek van? Is de reclame geslaagd?

- 📄 Dia 6: Lees de tekst.
- 📄 Dia 7: Lees de tekst en verduidelijk eventueel met voorbeelden.
- 📄 Dia 8-10: Speel de commercial per dia af. Vraag de kinderen welke verleidingstechniek ze herkennen en waarom. Er kunnen meerdere antwoorden gegeven worden.
- 📄 Dia 11: Houd een verkiezing voor de meest geslaagde sinterklaascommercial n.a.v. de vragen.
- 📄 Dia 12: Deze opdracht kan ingezet worden voor het PO en VO. De opdracht kost extra tijd en moet dus gepland worden.
- 📄 Dia 13: Deze opdracht is be-



Doelen



De leerling:

- leert bewust en kritisch met reclame om te gaan en beïnvloedingstechnieken van reclame te herkennen.

Dit sluit aan op de media-wijsheidcompetentie:

- Media doorgronden

21e-eeuwse vaardigheid:

- Kritisch denken



doeld voor het VO. Het doel is leerlingen kritisch te laten kijken naar het doel van de reclame: meer verkopen. Lukt dat? Is er misschien ook een ander doel: meer aandacht krijgen? Lukt dat?

📄 Dia 14-15: Deze verdiepingsoopdracht (filmanalyse) is bedoeld voor het VO. Lukt het de leerlingen parallellen te zien in het filmverhaal en de commercial van Bol.com? De vergelijking gaat mank bij het afscheid nemen van de bal.

3 | Achtergrondinformatie

Datum: 10-11-2021 Bron: Televizier.nl

Kijkers verbolgen over sneue sinterklaasreclame Bol.com

Kijkers zijn niet te spreken over de onderliggende boodschap van de nieuwste Bol.com reclame waarin een glansrol is weggelegd voor het jongetje Felix en zijn verlanglijstje.

Felix wil dolgraag een pop van de goedheiligman. Het speelgoed laat nog even op zich wachten, dus maakt hij in al z'n creativiteit van een simpele voetbal een goed gemutst vriendje compleet met plakhandjes, haartjes en een aandoenlijke grijns. Al snel zijn ze dikke maatjes. Felix leeft helemaal op als 'Ballie' in de buurt is. Hij mag aan tafel, hij gaat mee naar school en 's avonds valt Felix tevreden tegen 'm in slaap.

Even lijkt het een vriendschap voor het leven, tot Felix van de Sint zijn gewenste pop krijgt. Als per toverslag is Ballie afgedankt. Felix gunt zijn koddige creatie nog één blik waardig terwijl ie 'm met muts en al naar buiten trapt om vervolgens z'n nieuwe aanwinst in de armen te sluiten. TV-kijkend Nederland zien de reclame met stijgende verbazing. Niet alleen komt Felix weinig sympathiek over, het zou vooral materialisme promoten. Bol.com ziet het anders en verklaart dat de commercial helemaal geen verkeerde boodschap afgeeft.

Maar op social media kan het gros van de klagende kijkers zich niet vinden in deze uitleg van de onlinegigant. De reclame speelt bewust op het gevoel, waardoor kijkers zowaar medelijden krijgen met die arme Ballie die letterlijk en figuurlijk een trap na krijgt.



Woordenschat

Verleiden:

Verleiden is iemand overhalen om iets te doen of juist niet te doen.

Verleidingstechnieken:

De bewuste manier waarop je iemand verleidt is een verleidings-techniek.

BRONNEN:

<https://www.mediawijsheid.nl/reclame-beïnvloeding/nieuw!-lesmethode-reclame-masters-kijkers-verbolgen-over-sneue-sinterklaasreclame-bol.com>
https://www.youtube.com/results?search_query=cast+away+wilson