

# DOCENTENHANDLEIDING

## Livestream Het Klokhuis 'Reclame'

- Leeftijd: 10 – 12 jaar
- Geschikt voor de bovenbouw van het primair onderwijs
- Tijd: 1x 45 minuten en 1x 30 minuten
- Vakgebied: Oriëntatie op jezelf en de wereld – mens en samenleving, Nederlands
- Koppeling aan het curriculum: Kerndoelen 1, 3, 34, 35
- Kernbegrippen: reclame, impuls, aankopen, invloed, sociale media, stimulans

### Achtergrondinformatie

Deze lesbrieven sluiten aan op de livestream die De ZB in samenwerking met Het Klokhuis heeft gemaakt voor het onderwijs. Er zijn twee lesbrieven waarmee je als docent twee lessen kunt vullen: de kijkles duurt 45-50 minuten en de verwerkingsles duurt 30 minuten. De eerste lesbrief bevat de mogelijkheid om leerlingen voorafgaand aan de kijkles thuis alvast over het onderwerp aan het denken te zetten. Het onderwerp van deze lessenreeks is 'Reclame', naar aanleiding van de gelijknamige [Klokhuis-uitzending](#), want hoe ga je om met al die reclame die je overal ziet? En wat maakt een reclame succesvol? Daarover en meer gaan de livestream en deze lesbrief over.


### De gasten in de studio:

- [Martin de Munnik](#) – **neuromarketing expert** bij [Neurensics](#). Neurensics is een bedrijf dat onderzoek doet naar hoe onze hersenen reageren op reclame. Ze willen begrijpen hoe reclame onze gevoelens beïnvloedt, ook al merken we dat niet altijd bewust. In een livestream vertelt Martin van Neurensics hoe dit werkt.

- [Rhianne Hoek](#) – **promovendus** bij het [Behavioural Science Institute](#) van de Radboud Universiteit. Het PhD-project van Rhianne richt zich op de verwerking van reclame door kinderen van 8-12 jaar en de activering van reclamewijsheid. Ze onderzoekt de verschillen in activatie van reclamewijsheid bij traditionele en niet-traditionele vormen van reclame (bijvoorbeeld op televisie versus *influencer marketing* in vlogs). Ook bekijkt ze of kinderen kritisch naar reclame kunnen kijken.

### Lesopzet

Voorafgaand aan de eerste les kun je de leerlingen de huiswerkopdracht meegeven waar lesbrief 1 mee start. Die laat de leerlingen alvast nadenken over de thematiek van de twee lessen rond de livestream. In de eerste les bespreek je kort wat de leerlingen aan de hand van de huiswerkopdracht vinden van het thema. Daarna kijk je klassikaal de livestream terug. Les 2 blikt terug op de livestream aan de hand van (reflectie)vragen en een discussie-opdracht. De tweede lesbrief biedt ook tips aan van boeken (vindbaar in de bibliotheek) die aansluiten op het thema voor de leerlingen die daar geïnteresseerd in zijn.



## Lesbrief deel 1 – denkvraag vooraf en klassikale livestream (45-50 minuten)

**Let op:** : geef de huiswerkopdracht enkele dagen voorafgaand aan de eerste les mee aan de leerlingen. Zo hebben ze even tijd om na te denken over het thema 'reclame'.

### Huiswerkopdracht – denkvraag vooraf

**Doel:** leerlingen alvast aan het denken zetten over het thema 'reclame'.

De huiswerkopdracht geef je de leerlingen voorafgaand aan de eerste les als huiswerk mee. Ze denken vast na over het thema 'reclame'. Zo heeft de eerste les niet veel introductie meer nodig en kun je het grootste gedeelte van de les gebruiken voor het bekijken van de livestream. De huiswerkopdracht bestaat uit het bekijken van een [fragment](#) van 2,5 minuten en het beantwoorden van twee denkvragen daarover. De opdracht staat op het leerlingenwerkblad.

### Introductie les 1 – introductie van de livestream

**Doel:** samen met de leerlingen het thema 'reclame' inleiden en verkennen

In les 1 staat het klassikaal bekijken van de livestream centraal. De livestream beslaat drie kwartier, dus sta niet te lang stil bij de introductie. De leerlingen hebben thuis het filmpje bekeken en de denkvragen hierover

beantwoord. Hierdoor kun je meteen tot de kern komen en de antwoorden van de leerlingen klassikaal kort bespreken. Vertel vervolgens waar de livestream over gaat.

### Livestream bekijken

**Doel:** leren over verschillende invalshoeken van het thema 'reclame'.

Na de klassikale introductie bekijk je de livestream met de leerlingen. De livestream duurt 45 minuten en is [hier](#) te bekijken.

### Afsluiting les 1

**Doel:** kort terugkijken op het geleerde

Na het bekijken van de livestream, kun je de les afsluiten met één of meerdere afsluitende vragen om samen te reflecteren op wat jullie hebben gezien. Hieronder staan enkele voorbeeldvragen die je kunt gebruiken. Deze afsluiting kun je klassikaal doen door een vraag met de hele groep te bespreken, maar je kunt ook groepjes vormen die allemaal een eigen vraag bespreken.

- Hoe kun je een reclame herkennen?
- Wat is de functie van reclame?
- Wat is een goede reclame en wat niet?
- Hoe kun je kritisch naar reclame kijken?

## Lesbrief deel 2 – verwerking, reflectie en verdieping (30 minuten)



### Opdracht 1 – Hoe wordt reclame gemaakt en waarom? (5 minuten)

*Doel: inzicht krijgen in en je eigen mening vormen reclame.*

Laat de leerlingen opdracht 1 van het leerlingen-werkblad maken. In deze opdracht denken de leerlingen na over hoe reclame gemaakt wordt en waarom.

### Opdracht 2 – Wat is reclame? (5 minuten)

*Doel: verwerking van het geleerde over reclame*

Laat de leerlingen opdracht 2 van het leerlingen-werkblad maken. Dit is een theoretische opdracht waarbij ze antwoord moeten geven op de vraag wat reclame is en hoe je het herkent, welke functie het heeft en hoe je met reclame om kunt gaan.

**Antwoord uit de livestream: Reclame is een manier om mensen te laten weten over producten of diensten. Je herkent reclame aan de manier waarop het probeert om je aandacht te krijgen en je te laten denken dat je iets wilt kopen of te doen. Reclame heeft als doel om bekendheid te geven aan een merk, mensen aan te moedigen om iets te kopen en hun gedachten te beïnvloeden. Om een advertentie te laten aanslaan, moet het vooral de gevoelens van blijdschap, waarde, vertrouwen en verwachting oproepen. Het gedeelte in je brein**

**dat pijn en angst ervaart, moet zo min mogelijk geprikkeld worden. Om kritisch met reclame om te gaan, kun je letten op de trucjes die ze gebruiken, zoals overdrijven, het inzetten van bekende mensen of dingen mooier laten lijken dan ze zijn. Als een reclame je interesse heeft gewekt is het belangrijk om jezelf af te vragen: heb ik dit product of deze dienst echt nodig? Daarnaast is het van belang om de informatie te controleren en te vergelijken met andere betrouwbare en onafhankelijke bronnen voordat je beslissingen neemt om iets wel of niet te kopen.**

### Opdracht 3 – debat (bron: schooldebatteren.nl) (20 minuten)

*Doel: je mening vormen en uiten over reclame in een klassendebat en goede argumenten ontwerpen*

De leerlingen hebben een aantal vragen beantwoord over reclame. Met die kennis kunnen jullie klassikaal een debat voeren rond de stelling 'Reclame voor onnodige dingen moet verboden worden'.

**Stap 1** – start met een argumentatieoefening en laat de leerlingen hun argumenten voorbereiden (10 minuten)

*Doel: met een argumentenkaart kunnen leerlingen oefenen met het bedenken en uitwerken van sterke argumenten.*



### Waar moet een goed argument aan voldoen?

Om te beginnen moet een argument waar zijn. Het is een feit dat jouw mening ondersteunt. Maar een goed argument blijft niet alleen bij een feit. Je moet je argument ook uitleggen en er een voorbeeld bij geven. Daarmee leg je uit waarom je voor of tegen iets bent en begrijpen andere mensen jou. Je bouwt je argument dus op volgens het AUB-model: A – argument, U – Uitleg, B – Bijvoorbeeld. Bedenk dus eerst je argument. Leg daarna uit waarom jouw argument waar is en bedenk daarna een voorbeeld bij je argument. Gebruik voor het bedenken van een voorbeeld je eigen fantasie of ervaring.

### Nodig:

- Optioneel kun je gebruikmaken van een lege argumentenkaart waarin wat steunvragen verwerkt zitten. Die kaart vind je [hier](#).

Op de website [schooldebatteren.nl](http://schooldebatteren.nl) vind je uitgewerkte argumentenkaarten over bestaande stellingen. Klik [hier](#) voor een voorbeeld. Bekijk klassikaal de argumentenkaarten uit het voorbeeld en bespreek hoe een goed argument is opgebouwd (zie in het kader een korte uitleg). Laat de leerlingen vervolgens zelf een argumentenkaart vóór en een argumentenkaart tegen maken op hun leerlingenwerkblad.

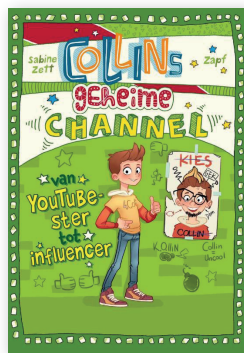
**Tip:** loop rond terwijl de leerlingen deze opdracht maken. Je krijgt dan alvast een beeld van de argumenten die leerlingen bedenken voor en tegen de stelling waarover straks het debat gaat.

**Stap 2** – het debat voeren – Het Lagerhuisdebat (10 minuten)

**Nodig:** Optioneel kun je gebruikmaken van [deze lesbrief](#) over het Lagerhuisdebat van [schooldebatteren.nl](http://schooldebatteren.nl). Er staan wat extra tips in die je kunt gebruiken.

Vertel aan de leerlingen dat jullie een Lagerhuisdebat gaan voeren met de klas over de stelling 'Reclame voor onnodige dingen moet verboden worden'.

- Verdeel de groep in tweeën: links is vóór de stelling, rechts is tégen de stelling. De leerlingen hebben hun argumenten al voorbereid en ze krijgen nu 2-3 minuten om als groep de argumenten aan elkaar te laten zien. Loop even rond, zodat je benaderbaar bent voor vragen tijdens deze korte voorbereiding.
- Start het debat. Jij geeft de beurten, dus leerlingen mogen spreken als jij ze de beurt geeft. Loopt het debat stroef? Haal dan de argumenten die je hoorde tijdens de voorbereiding aan en help je leerlingen zo op weg. Laat het debat +/- 5 minuten duren. Stop altijd op een hoogtepunt, niet erna. Sluit het debat dus af vlak na of in iemands zin.
- Sluit het debat af met een groot applaus. Benoem wat je goed vond gaan en herhaal de goede argumenten uit het debat. Vraag ook een paar leerlingen wat zij ervan vonden.



### Verder lezen, kijken en luisteren

Naar de bibliotheek:

- De Tik Tok Hack – Annet Jacobs
- De Tik Tok Challenge – Annet Jacobs
- 100% Coco Tokyo – Niki Smit
- De schoen van tien miljoen en andere verhalen – verschillende schrijvers
- Collins geheime channel, van Youtuber tot influencer – Sabine Zett
- Alles over sociale media – Kathleen van Royen en Fran Vanseveren



Op internet:

- [MediaMasters](#)
- [Netwerk Mediawijsheid](#)