



# Niet goed (reclame)wijs?! Lesidee

(Designmatic, 2016)

## ALGEMENE INSTAP

### IN DEZE LES

<b>Duur</b>	/
<b>Informatie/leerinhoud</b>	Dit is een algemene lesinstap die je aan het begin van een projectweek of van een lessenreeks over reclamewijsheid kan gebruiken.
<b>Lokaal</b>	Je hebt een beamer met geluidsinstallatie nodig.
<b>Doelstellingen</b>	<b>Leerplandoelen (algemeen voor de lessenreeks):</b> <b>6</b> De leerlingen zijn bereid hun eigen mening te uiten (spreekdurf); <b>8</b> De leerlingen kunnen de volgende voor hen relevante teksten <sup>1</sup> lezen (ET 9, 10, 18): voor onbekende leeftijdsgenoten reclameteksten en advertenties op beoordelend niveau lezen. <b>11</b> De leerlingen herkennen de voor hen relevante teksttypes; <b>Doel:</b> Leerlingen staan kritisch tegenover de commerciële intentie van reclame.

## INSTAP

WERKVORM: *KLASGESPREK*

ORGANISATIE:

Uitleg bij de documentaire 'The Greatest Movie Ever Sold' van Morgan Spurlock:

De documentairemaker, die het brein was achter 'Supersize Me', ging in deze documentaire op zoek naar een manier om een film te maken zonder er zelf voor te moeten betalen. Zijn intentie was om de hele film zelfvoorzienend te maken door zoveel mogelijk adverteerders te zoeken, extreme proporties productplaatsing toe te voegen en alles te laten sponsoren.

De documentaire is de aanzet tot en het resultaat van deze zoektocht. Het bekijken van deze documentaire kan zeker aanzetten tot nadenken en is een goede uitvalsbasis voor interessante klasgesprekken.

## AANVULLINGEN/UITBREIDINGEN

Niet van toepassing.

## MATERIAAL

De volledige documentaire kan je hier gratis bekijken:

[http://www.npo.nl/3doc/05-08-2014/VPWON\\_1229220](http://www.npo.nl/3doc/05-08-2014/VPWON_1229220)

De van de documentaire kan je hier vinden:

<https://www.youtube.com/watch?v=5jXReCaZ5Ts>