



## Niet goed (reclame)wijs?! Lesidee

(Designmatic, 2016)

# RECLAME IN APPS

## IN DEZE LES

<b>Duur</b>	Eén les
<b>Informatie/leerinhoud</b>	In deze les staan we stil bij reclame in apps ('in-app advertising'), zowel op smartphones als op tablets.
<b>Leslokaal</b>	Voor deze les is het aangewezen dat er tablets beschikbaar zijn in het lokaal.
<b>Doelstellingen</b>	<p><b>Leerplandoelen:</b></p> <p><b>6</b> De leerlingen zijn bereid hun eigen mening te uiten (spreekdurf);</p> <p><b>8 De leerlingen kunnen de volgende voor hen relevante teksten lezen</b> (ET 9, 10, 18): voor onbekende leeftijdsgenoten reclameteksten en advertenties op beoordelend niveau lezen.</p> <p><b>11</b> De leerlingen herkennen de voor hen relevante teksttypes;</p> <p><b>Lesdoelen:</b></p> <p>Leerlingen herkennen reclame in apps.</p> <p>Leerlingen kennen de theorie rond merkapps, entertainmentapps en reclame in apps.</p> <p>Leerlingen staan kritisch tegenover de commerciële intentie van reclame.</p>

## INSTAP

WERKVORM: *KLASGESPREK*

ORGANISATIE:

De les start met een klasgesprek over smartphones.

**Mogelijke vragen:**

- Wie heeft er een Smartphone?
- Vinden jullie dit leuk?
- Waarvoor gebruiken ze jullie smartphone?
- Spelen jullie soms spelletjes?

## ORIËNTEREN

WERKVORM: *STELLINGENSPEL*

ORGANISATIE:

Leerlingen laten bespreken welke apps zij op hun gsm hebben EN/OF het vaakst gebruiken.

Dit kan aan de hand van een stellingenspel: helemaal links in het lokaal = akkoord, midden = ik twijfel en helemaal rechts = niet akkoord. Per stelling die aan bod komt, even stilstaan bij de verdeling van de groep en bespreken waarom iemand ergens staat.

**Mogelijke stellingen:**

- Ik heb een smartphone.
- Ik gebruik enkel betalende apps.
- Ik heb enkel gratis apps op mijn smartphone staan.
- Ik heb vooral spelletjes-apps op mijn smartphone.
- Ik heb apps van bedrijven zoals IKEA op mijn gsm staan.
- Ik moet me bij vele apps eerst inloggen voordat ik de app kan gebruiken.
- ...

## VOORBEREIDEN

WERKVORM: *STELLINGENSPEL*

ORGANISATIE:

Op bord schrijf je: merkapps – entertainmentapps – in-app advertising en vraag je aan de leerlingen waaraan ze denken bij het zien van deze woorden. Daaruit kan je vanuit de leerlingen naar de betekenis van die woorden gaan.

Merkapps

Op basis van enkele voorbeelden die leerlingen reeds gaven, kies je er enkele merk-apps uit. Indien dit niet het geval is, kan je zelf enkele voorbeelden geven: IKEA, Netflix, ... Je vraagt dan aan leerlingen wie die apps heeft gemaakt (merken).

- Waarom zou het interessant zijn voor merken dat jij hun app op je smartphone hebt? Zij hebben jouw gegevens en zien wat jij doet, die informatie is handig voor hen.

## Entertainmentapps

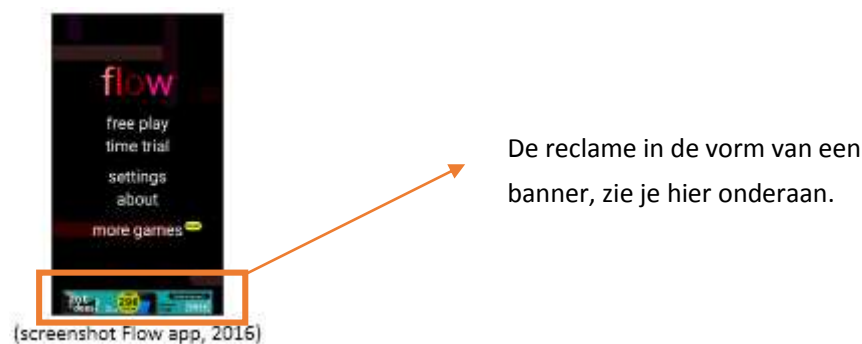
- Spelen leerlingen soms spelletjes op hun gsm?
- Welke apps zijn dit?
- Zijn dit betalende spelletjes of vooral gratis spelletjes?

## Reclame in apps

- Valt er je soms iets op wanneer je die app gebruikt, verschijnen er soms bepaalde dingen? Denk bijvoorbeeld aan reclame op YouTube in de vorm van banners.

Leerlingen zelf tot de conclusie laten komen dat apps soms ook reclame tonen en dat we dit reclame in apps (of 'in-app advertising') noemen. Je kan hier dan een voorbeeld tonen.

## Screenshot: reclame in een app



Door dit soort reclame te tonen, kunnen apps gratis gehouden worden.

- Vinden jullie dit goed of slecht?
- Zouden jullie liever apps zien met of zonder reclame?

## UITVOEREN

WERKVORM: INDIVIDUELE TAAK, GEVLGD DOOR KLASGESPREK

### ORGANISATIE:

Deze oefening bestaat uit twee delen: het tellen van apps en het gebruiken van apps. De leerlingen hebben hiervoor hun smartphone nodig. Leerlingen zonder smartphone kan je altijd bij een leerling met smartphone zetten of een iPad of tablet voor hen voorzien.

### 1) Apps tellen

#### **Oefening:**

De leerlingen tellen hoeveel apps van bekende merken ze hebben staan op hun smartphone.

Per branded mobile app die ze hebben krijgen ze een post-it met een euroteken op. Deze post-it plakken ze op hun kleding (zichtbaar).

Alle leerlingen gaan dan op een rij staan: de leerlingen met de meeste post-its staan aan het ene uiteinde van de rij, de leerlingen met minder post-its aan het ander uiteinde.

We staan even stil bij de leerlingen met veel branded mobile apps (en eurotekens):

- Hebben jullie moeten betalen voor die apps? *Wellicht niet.*
- Waarom zouden die apps gratis aangeboden worden?
- Welke gegevens hebben die merken over jou? *Je telefoonnummer, je naam ... Op die manier ben jij veel waard voor bedrijven en zijn je gegevens dus minder goed beschermd.*

## 2) App gebruiken

**Voorafgaande vraag:**

- Kan je enkel op je smartphone apps installeren? *Nee, ook op tablets of iPads kan je apps installeren.*

**Oefening:**

Per twee hebben de leerlingen een tablet of iPad.

Download/installeer **Candy Crush** (of een ander populair spel) op de tablets en het te spelen.

Eén leerling speelt het spel vijf minuten met internetverbinding. Elke keer er een advertentie in de app verschijnt, zegt de leerling die speelt dat aan de andere. Die noteert dit op een (werk)blaadje.

Na vijf minuten krijgt de andere leerling de tablet of iPad. Die leerling speelt het spel zonder internetverbinding. De persoon vertelt zijn partner wanneer er een advertentie verschijnt.

De bedoeling is dat ze samen tot een conclusie komen (= reclame in apps komt vooral voor wanneer er een internetverbinding is) en de conclusie met elkaar delen.

## REFLECTEREN

REFLECTIE OP HET COGNITIEVE ASPECT (KENNIS):

**Mogelijke vragen:**

- Hoe blijven gratis apps gratis? (door het tonen van reclame).

REFLECTIE OP HET AFFECTIEVE ASPECT (GEVOELEN):

**Mogelijke vragen:**

- Vind je het een goede vorm van reclame of zou je nooit op zo'n reclameboodschap klikken in een app?
- Zou je liever geld betalen voor een app zonder reclame of vind je het oké zoals het is?
- Vind je dit een goede vorm van reclame, denk je dat veel mensen hierop klikken?
- Had je er al bij stilgestaan dat dit ook reclame is of viel het je nooit eerder op?
- Zou je nu sneller een app gebruiken zonder internetverbinding indien dit gaat (om zo reclame te vermijden)?

## AANVULLINGEN/UITBREIDINGEN

Niet van toepassing

## MATERIAAL

Tablets of iPads en eventueel de smartphones van de leerlingen, indien ze die hebben.