



## Niet goed (reclame)wijs?! Lesidee

(Designmatic, 2016)

# RECLAME IN GAMES

## IN DEZE LES

<b>Duur</b>	Eén les
<b>Informatie/leerinhoud</b>	Deze les is een actieve les rond het herkennen van reclame in games zoals FIFA, CandyCrush, The Sims... .
<b>Leslokaal</b>	Deze les vindt best plaats in een lokaal waar een beamer aanwezig is en er laptops ter beschikking van de leerlingen zijn.
<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<sup>1</sup> 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 games.</p> <p>Leerlingen staan kritisch tegenover de commerciële intentie van reclame.</p>

## INSTAP

Voor dit lesidee hebben we twee lesinstappen voorzien. Je krijgt als gebruiker de keuze om één van deze twee instappen te gebruiken die het best bij jouw klasgroep aansluit.

### INSTAP ÉÉN

**WERKVORM:** *KLASGESPREK*

**ORGANISATIE:**

Om ook de leerlingen die niet vertrouwd zijn met games, een idee te geven van enkele van deze spelen, kan je een spelletje Time's Up voorzien. In een klasgroep met weinig 'gamers', kies je best voor kaartjes of afbeeldingen van bekende spelen die niet enkel via console kunnen gespeeld worden. Denk hierbij aan CandyCrush, Farmville, The Sims en andere redelijk bekende spelletjes. Leg uit aan leerlingen dat het spelletje een algemene opwarmer is met verschillende soorten spelen.

#### **Time's Up**

Benodigdheden:

- 1 potje met kaartjes van spelletjes (per persoon 3 kaartjes voorzien)  
mogelijke spelletjes: FIFA, Sims, GTA, Need For Speed, Farmville, Candy Crush
- Teams van twee

Spelverloop

- Ronde 1:  
Eén persoon krijgt één minuut de tijd om zoveel mogelijk kaartjes te verzamelen (tellen hoeveel kaartjes er per team zijn geraden: meest aantal kaartjes = winnaar)
- Ronde 2:  
Alle kaartjes terug in de pot, alle kaartjes met één woord proberen omschrijven (om ter meest)

### INSTAP TWEE

**WERKVORM:** *QUIZ*

**ORGANISATIE:**

Je toont foto's van enkele bekende (en minder bekende) spelletjes. Zorg hierbij voor een mix tussen consolegames en gewone spelletjes (zoals hierboven). Je laat telkens de titel weg en de leerlingen moeten raden welk spel het is. Je kan kiezen om ze dit in teams te laten spelen.

## ORIËNTEREN

**WERKVORM:** *OLG*

**ORGANISATIE:**

**Mogelijke vragen:**

- Heb je al reclame gezien voor de spelletjes die je net besproken hebt?
- Hoeveel kost een videospel (console gaming)?
- Denk je dat er ook reclame aanwezig is IN zo'n spel waar je zoveel geld voor hebt betaald?

## VOORBEREIDEN

WERKVORM: *OLG*

ORGANISATIE:

**Mogelijke vragen:**

- Leg hier het verschil uit met reclame in een gratis app.
- Leg eventueel uit dat we niet op zoek zijn naar echte advertenties zoals in apps, maar dat het meer te vergelijken valt met productplaatsing op televisie. Laat leerlingen op die manier tot voorbeelden komen.

## UITVOEREN

WERKVORM: *DUOWERK*

ORGANISATIE:

De leerlingen werken in groepjes van twee. Ze moeten zoveel mogelijk reclameboodschappen noteren. Ze krijgen hiervoor een beperkte tijd.

### 1) Opwarmertje

- Stapel met screenshots uit games: ze moeten zoveel mogelijk reclameboodschappen noteren. Ze krijgen hiervoor een beperkte tijd. Zo snel mogelijk zoveel mogelijk reclameboodschappen vinden in de stapel screenshots is dus de boodschap.
- De eerste minuut omcirkelt één iemand de boodschappen, iemand anders noteert het aantal gevonden reclameboodschappen (zet streepjes).
- Daarna wisselen ze van rol.
- Ze noteren hoeveel ze er vonden.
- De leerkracht deelt een kaartje uit met daarop het totaal aantal reclameboodschappen dat ze zouden moeten gevonden hebben.
- Ze krijgen nog één minuut om het correcte aantal te vinden en te omcirkelen.

Zie bijlage

### 1) Herken de reclameboodschap

- De leerlingen hebben nu heel wat reclameboodschappen (in-game) gezien. Het is nu aan hen om zelf reclame-expert te zijn. Ze krijgen dezelfde screenshots te zien (een selectie) met daarop onvolledige of weggelaten reclameboodschappen. Het is aan hen om ze te vervolledigen. Op die manier worden leerlingen zich bewust van hoe actief die reclameboodschappen hun spel beïnvloeden en hoeveel het er te zijn. Hiervoor laat je als leerkracht enkele stukken weg van de screenshots die je in de bijlage vindt.

## REFLECTEREN

REFLECTIE OP HET COGNITIEVE ASPECT (KENNIS):

**Mogelijke vragen:**

Opracht aan de leerlingen die gamen: ga na bij het spelen van het volgende spel hoeveel reclameboodschappen zij zien.

- Kan je uitleggen waarom dit ook reclame is? *Je laat je erdoor beïnvloeden.*
- Zou je het goed vinden als er een logo of waarschuwing op de verpakking of in het spel aanwezig is, waardoor je weet wanneer je met reclame te maken hebt?

### REFLECTIE OP HET AFFECTIEVE ASPECT (GEVOELENS):

#### Mogelijke vragen:

- Hoe voel je je erbij dat je zoveel geld betaalt voor een consolegame en er eigenlijk toch reclame aanwezig is?
- Wat vinden jullie van reclame in games?
- Begrijp je waarom het gebeurt?
- Vind je het overbodig of net goed?

## AANVULLINGEN/UITBREIDINGEN

- Spelen de leerlingen soms spelletjes? Wat voor spelletjes (gezelschapsspelen, consolegaming, spelletjes op PC?).
- Wat is het verschil tussen een spelletje op je gsm en 'gaming'? Met gaming bedoelen we meestal consolegaming via Xbox, PlayStation, Wii e.d. Dit valt dus niet onder reclame op je gsm op tablet.
- Zijn er echte 'gamers'? Met welke console spelen ze? Welke spelletjes vinden ze leuk? Hoe denkt de rest van de klas hierover? Zouden ze dat graag eens proberen?

# MATERIAAL



Niet goed (reclame)wijs?!

*(Designmatic, 2016)*

## BIJLAGE: SCREENSHOTS 'GAMES'

The Sims



*(ModtheSims, 2015)*

FIFA



(Game4me, 2014)



(Gameselect, 2016)



Gran Turismo



(videogamer, 2013)



(Gamespot, 2015)

EA Tennis



(Levelup, 2014)

EA NBA



(Lodaigames, 2015)





*(JustGamers, 2015)*