



Niet goed (reclame)wijs?! Lesidee

(Designmatic, 2016)

SOCIALE MEDIA

IN DEZE LES

Duur	Twee of meer lessen
Informatie/leerinhoud	<p>Deze les gaat voornamelijk over reclame in sociale media zoals Facebook, Twitter en YouTube.</p> <p>Het is aan te raden om de U-fase in de tweede les te plannen omdat dit een hoekenwerk is en de leerlingen zo meer tijd krijgen om de opdrachten uit te werken.</p>
Lokaal	Voor deze les hebben de leerlingen een computer of tablet nodig zodat ze op het internet kunnen.
Doelstellingen	<p>Leerplandoelen:</p> <p>6 De leerlingen zijn bereid hun eigen mening te uiten (spreekdurf);</p> <p>8 De leerlingen kunnen de volgende voor hen relevante teksten lezen (ET 9, 10, 18): voor onbekende leeftijdsgenoten reclameteksten en advertenties op beoordelend niveau lezen.</p> <p>11 De leerlingen herkennen de voor hen relevante teksttypes;</p> <p>Lesdoelen:</p> <p>Leerlingen herkennen reclame in sociale media zoals Facebook, Twitter en YouTube.</p> <p>Leerlingen staan kritisch tegenover de commerciële intentie van reclame.</p>

INSTAP

WERKVORM: *SPELVORM*

ORGANISATIE:

Spel UGent: "Profile Crush": <http://reclamewijs.ugent.be/game/profile-crush>

De leerlingen spelen het spel en zijn zich niet bewust van het feit dat ze zich aanmelden met hun Facebookaccount. Na afloop wordt er informatie getoond die van het Facebookprofiel van de leerlingen werd gehaald (met toestemming, want deze informatie is voor iedereen zichtbaar). De leerlingen schrikken hier vast van, we bespreken dit met de groep.

ORIËNTEREN

WERKVORM: *KLASGESPREK*

ORGANISATIE:

Op voorhand zoekt de leerkracht de Facebookprofielen van leerlingen op en pikt er enkele leerlingen uit die een volledig publiek profiel hebben zonder beveiliging.

Projecteer dit profiel zonder de profielfoto en laat leerlingen raden wiens profiel dit zou kunnen zijn.

Koppel dan terug naar het spel om duidelijk te maken dat een slecht beveiligd profiel wil zeggen dat iedereen (en dus ook adverteerders) jouw informatie kunnen zien en gebruiken.

- Vraag naar mening/gevoelens van de leerlingen hierbij.

Sta ook stil bij de duur en intensiviteit van het gebruik van Facebook bij leerlingen.

VOORBEREIDEN

WERKVORM: *KLASGESPREK*

ORGANISATIE:

Spel UGent: "Count the ads": <http://reclamewijs.ugent.be/game/count-the-ads>

De bedoeling van dit spel is dat de leerlingen de reclameboodschappen die ze in het spel tegenkomen, tellen.

- ⇒ Wedstrijd: leerlingen aansporen om zoveel mogelijk reclameboodschappen te vinden

Bespreek kort de scores:

- Wie scoorde erg laag/hog?

Sta even stil bij de websites die getoond werden.

- Welke websites zagen de leerlingen?

Conclusie: ook YouTube kwam aan bod.

- Wat zou dat dus kunnen betekenen (= dat er ook reclame aanwezig is op YouTube).
- Denken jullie dat er ook op Facebook reclame is? Kennen ze hier voorbeelden van?

WERKVORM: *KLASGESPREK*

ORGANISATIE:

Keuzemogelijkheid voor leerkracht

Voorbeeld met Facebook omdat het veelvuldig gebruikt wordt. Uiteraard kan je er ook voor kiezen om andere theorie uit te leggen.

1) Soorten reclame op Facebook:

Advertenties:

Soms zie je aan de rechterkant van je Facebookpagina, dus niet in je nieuwsoverzicht maar ernaast iets verschijnen.

- Wat kan dat zijn, ken je voorbeelden? *reclameboodschappen*

Gesponsorde verslagen:

Er is soms ook reclame op je nieuwsoverzicht, tussen berichten van je vrienden.

- Wie heeft al eens zoiets gezien? (screenshot tonen).
- Is dit ook reclame of is dit gewoon een leuk bericht van je vrienden?

De eerste stap is je afvragen of het om een merk gaat en of dit bericht je wil overtuigen. Als het reclame is, zal het antwoord dus ja zijn.

- Want wat wil reclame doen? Wat is het doel? *Overtuigen!*
- Welk middel gebruiken ze hier om je te overtuigen? *Ze willen dat jij dit merk leuk vindt want ... (je vrienden vinden dit ook al leuk).*



Advertentievoorkeuren:

- Denken jullie dat iedereen exact dezelfde reclame te zien krijgt op FB? *Neen.*
- Hoe kan Facebook weten wat jij leuk vindt of hoe kiezen zij dit?

Facebook heeft een lijst met wat zij denken dat jouw voorkeuren zijn. Jullie kunnen dit nu bekijken en zien in hoeverre dit klopt. Eventueel iemand naar voren laten komen en zijn/haar advertentievoorkeuren laten bekijken en bespreken. Wat klopt, wat klopt helemaal niet? Hoe kan je dit aanpassen? Dit kan allemaal via deze link: <https://www.facebook.com/ads/preferences/edit/>

2) Beïnvloeders ('influencers')

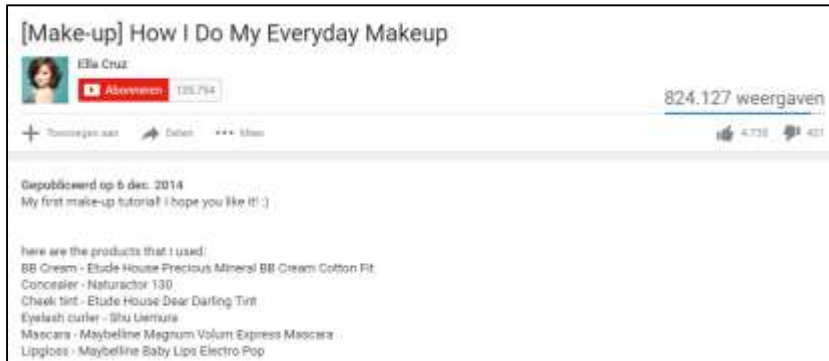
- Facebook en Twitter zijn voorbeelden van ...? *sociale media.*

Er is ook een sociaal mediaplatform waarop je filmpjes kan bekijken: YouTube.

- Wie van jullie heeft al eens een filmpje op YouTube bekeken?
- Wie van jullie heeft al eens een filmpje op YouTube bekeken waarin uitgelegd/getoond werd hoe je iets moet doen?
- Wat werd er uitgelegd of getoond in dat filmpje?
- Was dat met merkproducten of niet?

Leg uit dat er op YouTube en op andere sociale media vaak (al dan niet wereldberoemde) mensen zijn die berichten/filmpjes posten waarin zij eigenlijk een merk vermelden. Bij YouTube-filmpjes zeggen ze dan bijvoorbeeld 'hiervoor gebruiken we een blikje van Coca-Cola' en zie je dan onderaan het filmpje bij de

beschrijving ook nog eens de producten.



Ook op Facebook of Twitter kan het zijn dat bekende mensen een bericht delen met daarin een foto of vermelding van een product of merk.

- Waarom zouden ze dit doen en zo duidelijk vermelden? *voor geld (= sponsoring)*.

Dit noemen we dan 'beïnvloeders' of 'influencers'. Mensen die hun fans proberen beïnvloeden of aansporen om een product te kopen. Is dit ook reclame? Waarom wel/niet?

UITVOEREN

WERKVORM: *HOEKENWERK*

ORGANISATIE:

Elke leerling heeft een tablet of iPad. De klas wordt verdeeld in drie groepen. Na een tiental minuten schuiven de groepjes door naar de volgende tafel. Dit doen ze twee keer. Per tafel zijn er opdrachten in verband met reclame op sociale media-platformen.

Hoek één: Facebook (werkvorm: placemats/mindmaps)

Opdracht:

- Eigen Facebook laten aanmelden
- Placemat: ofwel één placemat en elke leerling noteert alle reclame van zijn/haar FB-pagina en ze vergelijken met elkaar

Ofwel drie placemats: één voor elke vorm van reclame: leerlingen moeten elke reclameboodschap op hun FB-pagina op de juiste placemat zetten

(leerkrachten hebben hier de keuze)

Hoek twee: Twitter (Influencers)

Opdracht:

- Memorygame met bekende personen en een Tweet met reclame die ze ooit gepost hebben
- Leerlingen spelen memory als 'opwarmertje'
- Zie bijlage.
- Leerlingen moeten daarna zelf naar de Twitterpagina van deze bekende persoon gaan en andere voorbeelden van zo'n boodschappen zoeken (elke leerling kiest één bekende persoon).
- Screenshots nemen en afdrukken OF ze dit laten noteren

Hoek drie: YouTube ('influencers')

Opdracht:

- Voorbeeldvideo's laten bekijken
<https://www.youtube.com/watch?v=5jXReCaZ5Ts>
<https://www.youtube.com/watch?v=ByP5xUhf38o>
https://www.youtube.com/watch?v=FzN_J1yBvMk
- 10 merkproducten klaarleggen
- Aantal 'adds' zelf maken en klaarleggen:
Je kan leerlingen zelf een reclamebordje laten maken om aan het begin van hun video te tonen. Op die manier maak je het filmpje zo realistisch mogelijk met de advertentie aan het begin van de video.
- Leerlingen zelf YouTube filmpjes laten maken met zoveel mogelijk 'stiekeme' reclame in voor hun product, dit in de vorm van een filmpje waarin ze iets doen, demonstreren of uitleggen ('tutorial').
- Voor elk filmpje tonen ze de zelfgemaakte advertentie zodat die, net zoals bij veel filmpjes, aan het begin van het filmpje te zien is.
➔ Afhankelijk van doelgroep kan je ze de filmpjes ook echt laten publiceren op een gesloten klasaccount (instellingen op privé zetten zodat niemand anders deze filmpjes kan bekijken)

REFLECTEREN

REFLECTIE OP DE LES:

- Placemats/mindmaps bespreken
- Screenshots tonen
- Filmpjes tonen

= elk groepje komt naar voren en toont wat zij per onderdeel gemaakt hebben.

= de zelfgemaakte YouTube filmpjes bekijken en leerlingen laten stemmen op het leukste filmpje.

REFLECTIE OP HET COGNITIEVE ASPECT (KENNIS):

Mogelijke vragen:

- Hoe kan je herkennen of het gaat om reclame of niet?
- Wat zal er meestal vermeld worden? *Het merk of het product zal duidelijk vermeld worden.*
- Waarom is dit ook een vorm van reclame? *Die mensen proberen je aan te sporen of te overtuigen om dat product ook te kopen/te gebruiken.*
- Waarom werken merken samen met deze mensen? Wat voor mensen zijn het meestal? *Beroemde mensen, mensen met veel volgers of populariteit op sociale media.*

REFLECTIE OP HET AFFECTIEVE ASPECT (GEOVOELENIS):

Mogelijke vragen:

- Wat vinden jullie daarvan?
 - Laten jullie je soms leiden door wat een beroemdheid of idool van jou draagt of post op sociale media?
 - Heb je al eens iets gekocht dat je op sociale media hebt gezien bij iemand?
- ⇒ Er zijn mensen die vinden dat er bij zo'n soort reclame ook een duidelijk logo (zoals het PP-logo) zou moeten vermeld worden.
- Vinden jullie dat ook? Waarom wel/niet?

AANVULLINGEN/UITBREIDINGEN

Uitbreiding:

- Hoeveel leerlingen hebben hier Facebook?
- Hoe doen jullie dat, aangezien je eigenlijk minimum 13 jaar moet zijn voor het aanmaken van een Facebookaccount?
- Onlangs werd een wet goedgekeurd die de leeftijdsgrens voor Facebook op zestien jaar legt, om jongeren beter te beschermen. Wat vinden jullie hiervan? Denken jullie dat dit nuttig is? (klasdiscussie/gesprek rond dit voorstel).

MATERIAAL

Spel: <http://reclamewijs.ugent.be/game/profile-crush>

Spel: <http://reclamewijs.ugent.be/game/count-the-ads>

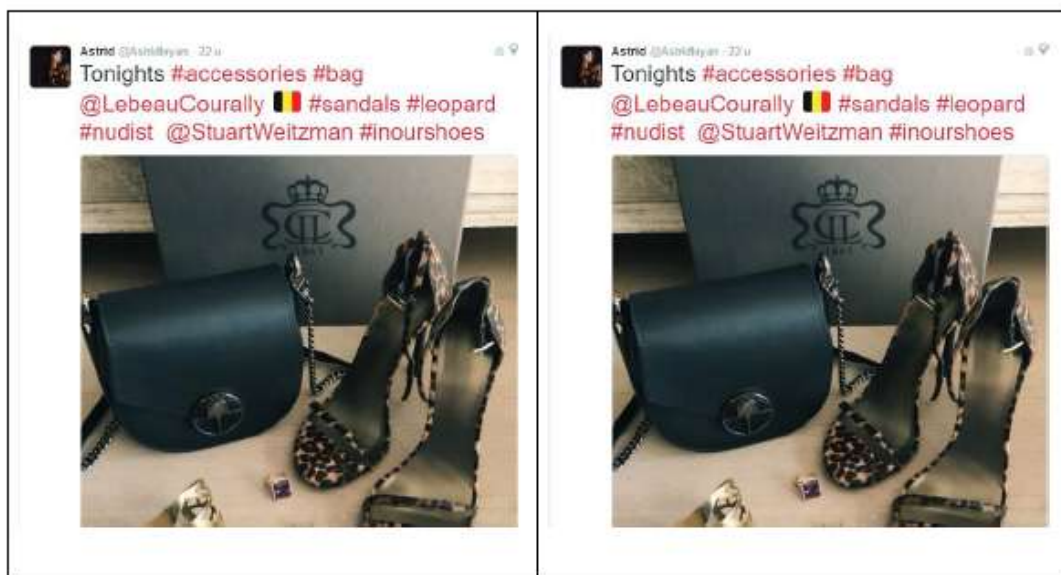
Link Facebook voorkeuren advertenties: <https://www.facebook.com/ads/preferences/edit/>



Niet goed (reclame)wijs?!

(Designmatic, 2016)

BIJLAGE: 'INFLUENCER'-MEMORY



Justin Bieber @justinbieber · 14 nov
Juko Jam @chanwithrapper
Chancollaps.com



Justin Bieber @justinbieber · 14 nov
Juko Jam @chanwithrapper
Chancollaps.com



Eden hazard @hazardeden10 · 30 apr
SCORED A HAT TRICK IN MY FINAL GAME AT LILLE WITH
#MERCURIAL. WHAT'S HAPPENED @NIKEFOOTBALL
NIKE.COM/BOOTROOM



Eden hazard @hazardeden10 · 30 apr
SCORED A HAT TRICK IN MY FINAL GAME AT LILLE WITH
#MERCURIAL. WHAT'S HAPPENED @NIKEFOOTBALL
NIKE.COM/BOOTROOM



Rihanna @Rihanna · 17 nov
April @VOGUEmagazine cover by Mert
and Marcus. Read the story:
vogue.cm/Xku20xG



Rihanna @Rihanna · 17 nov
April @VOGUEmagazine cover by Mert
and Marcus. Read the story:
vogue.cm/Xku20xG





Novak Djokovic @DjokerNole · 31 Jan
 You better send me some new ones, lucky fans are now admiring perfection and I'm going back home barefoot :)



adidas @adidas
 We create the shoes. He creates the history.
 @DjokerNole takes the #AusOpen. 🏆🏆🏆🏆🏆



Novak Djokovic @DjokerNole · 31 Jan
 You better send me some new ones, lucky fans are now admiring perfection and I'm going back home barefoot :)



adidas @adidas
 We create the shoes. He creates the history.
 @DjokerNole takes the #AusOpen. 🏆🏆🏆🏆🏆



Sneep Deeg @SneepDeeg · 3 11
ift.tt/1U30KQk



Sneep Deeg @SneepDeeg · 3 11
ift.tt/1U30KQk

