



## Doelstellingen

- ⊙ De leerlingen beseffen dat zij leven in een wereld waarin overal reclame aanwezig is.
- ⊙ De leerlingen denken na over de functie en de invloed van reclame.
- ⊙ De leerlingen kunnen reclame kritisch beoordelen.
- ⊙ De leerlingen zijn gewapend tegen de invloed van reclame.

We kunnen er niet meer naast kijken. Rara, wat is het? Reclame. Op de radio, op tv, in tijdschriften, op straat en in het bushokje. En natuurlijk ook in de winkel. Er is een zeer groot aanbod aan dranken en voedingsmiddelen in de winkel en natuurlijk wil elke fabrikant graag dat je zijn product koopt. En hoe kan dat beter dan met reclame.

Kinderen worden vooral aangesproken door reclame voor allerhande zoetigheden, snoep, koek en snacks die ongemerkt vaak veel calorieën leveren. De fabrikanten weten dat kinderen hierop verzot zijn en trachten ze te verleiden met allerhande leuke verpakkingen en advertenties die inspelen op het soms verreikende verbeeldingsvermogen van kinderen. Hoewel volwassenen de aankopen doen, is de invloed van de kinderen op wat er uiteindelijk wordt gekocht niet te onderschatten.

In reclame worden verschillende manieren gebruikt om de aandacht te trekken:

- muziek, felle kleuren, beroemde personen (inclusief stripfiguren);
- bondige, grappige slogans en sterke boodschappen die de indruk wekken dat je dankzij dit product meer "fun" zal hebben of dat je dan "cooler", knapper of sterker zal zijn;
- gadgets, wedstrijden en andere promotieacties in verband met het product.



In reclame mogen in principe geen foutieve of misleidende boodschappen worden gegeven. De grens is echter niet altijd duidelijk te trekken. Sommige beweringen worden bijvoorbeeld nogal sterk overdreven. Vandaar dat een kritische ingesteldheid tegenover reclameboodschappen belangrijk is. Alles wat je ziet, hoort of leest is niet altijd helemaal waar. Je moet leren inschatten hoe betrouwbaar informatie is door het bijvoorbeeld af te toetsen aan andere bronnen. Zeker als er een belangrijke beslissing van afhangt.

Het is belangrijk dat kinderen weerbaar worden gemaakt tegenover allerhande reclameboodschappen. Kijk gericht samen naar reclameadvertenties om ze te laten ervaren hoe reclame iets probeert te verkopen.

### ■ *Materiaal*

- Per leerling of per groepje een advertentie voor een voedingsmiddel dat uit een recent tijdschrift werd geknipt
- Per leerling of per groepje een exemplaar van het werkblad (opdrachten 3 en 4)
- Teken- en schrijfgerief

### ■ *Hoe gaan we te werk?*

Neem het werkblad en voer opdrachten 3 en 4 uit.

Heb je de opdrachten correct uitgevoerd? Het resultaat van de opdrachten wordt verder besproken en geëvalueerd tijdens de klasbespreking.

### ■ *Klasbespreking*

- Deel je bevindingen bij de opdrachten met je klasgenoten. Komt iedereen tot vergelijkbare bevindingen? Zo niet,

waaraan ligt dat? Speelt emotie een belangrijke rol in reclame? Laat je je snel verleiden door reclame om iets te kopen? Zo ja, waarom? Zo niet, waarom niet? Welke factoren zijn belangrijker dan de "look" van een product (bv. de prijs, de smaak, de voedingswaarde)?

- Wordt er voor sommige type voedingsmiddelen meer reclame gemaakt dan voor andere? Welke komen meer aan bod en welke minder? Denk je dat het makkelijker is om voor bepaalde voedingsmiddelen reclame te maken dan voor andere? Geef meer uitleg.

