Influencermarketing

Reclame is overal om ons heen. Niet alleen op straat en op televisie, maar ook op social media. Volwassenen weten vaak goed wanneer reclame in beeld is, maar kinderen vinden het lastiger om reclame te herkennen en kunnen snel beïnvloed worden. Uit onderzoek dat het Commissariaat voor de Media heeft laten uitvoeren door de Universiteit van Amsterdam en de Radboud Universiteit blijkt dat vooral jonge kinderen het lastig vinden om te herkennen of een video reclame bevat. In deze les ervaren de studenten hoe YouTubers gesponsorde producten aanbevelen in hun video's (influencer-marketing) en leren zij de 'social code' kennen: regels die influencers toe moeten passen als zij reclame maken op social media. De studenten denken na over de impact van social-media-reclames op hun toekomstige leerlingen. Ze leren over het reclamebegrip van leerlingen. Vervolgens bedenken de studenten in groepen (ingedeeld op leeftijdsfase) een idee om leerlingen reclamewijs te maken. Dit idee pitchen ze voor de groep. Deze les kun je geven in vaardigheidslessen en digitale medialessen. Totale duur: 1,5 uur.

VERBINDING MET HET ONDERWIJS

Doordat een groot deel van de mediaconsumptie online plaatsvindt, is het steeds lastiger om reclameboodschappen te herkennen. Op social media zijn er geraffineerde manieren om gericht te adverteren. Eén daarvan is de inzet van influencers: bijvoorbeeld bekende YouTubers of mensen op Instagram. Het is voor leerlingen belangrijk om te leren hoe dit werkt, wat de regels zijn en hoe je reclame kunt herkennen. Op die manier zijn zij weerbaarder voor overtuigende boodschappen die aanzetten tot actie of dure aankopen.

LESOPBOUW

- Introductie: Introductie van het onderwerp
- Verdieping: Nadenken en praten over de influencer-marketing en de social code
- PO-les: PO-les analyseren
- Doen: Reclamewijsheid - Artikel lezen en nabespreken, les bedenken voor de eigen stageklas
- Afronding: Nabespreking

VOORBEREIDING & BENODIGDHEDEN

Van tevoren kun je een aantal dingen doen:

- Lees de handleiding
- Digibord met internetverbinding: klik door de slides voor op het digibord

Deze les een remake van PO-les 31, YouTube reclames. Vraag studenten deze les eens op de stageschool te doen!

ETHIEK & TECHNOLOGIE

Influencers maken veel reclame, op YouTube, Instagram en TikTok. Dit soort sluikreclame is zeer effectief. Voor veel kinderen onder de twaalf is het moeilijk inschatten wanneer ze op YouTube naar reclame kijken. Zij zijn extra gevoelig voor de overtuigingskracht van reclameboodschappen van hun favoriete influencers. In de Social Code zijn er regels opgesteld voor sluikreclame in content van influencers. Maar niet alle influencers houden zich hieraan en het is dus niet altijd even duidelijk wat reclame is en wat niet. Wat denken de studenten, hebben kinderen minder weerstand tegen sluikreclame van influencers die populair zijn onder kinderen?

DOEL VAN DE PABO-LES

Kennisbasis

1. Kennisbasis generiek:

De student is zelf digitaal geletterd, kan leerlingen opvoeden in deze samenleving en digitale middelen benutten in zijn didactiek (2.7):

a. Mediapedagogiek: kennis van de digitale (leef)wereld van kinderen in een netwerksamenleving, opvoeding in omgang met sociale media en gedragsregels.

b. De student stimuleert leerlingen om actief deel uit te maken van de groep en op hun eigen manier als burger te participeren in hun nabije leefomgeving en maatschappij. De startbekwame leraar doet dit alles vanuit het begrip van relevante concepten en inzet van passende handelwijzen zoals:
   - Burgerschapsvorming: participatie, sociale verantwoordelijkheid, opgroeien in een pluriforme samenleving, persoonsvorming en sociale vorming, kritisch burgerschap, verantwoordelijk gedrag van leerlingen in de eigen leefomgeving (de wijk).

c. De student gebruikt zijn inzicht in de volgende begrippen, concepten en handelwijzen om binnen verschillende contexten beredeneerde keuzes te maken voor zijn didactisch handelen. Daarbij is hij zich tevens bewust van de pedagogische boodschap van deze didactische keuzes.
   - Didactisch ontwerp: spelend leren, verhalend ontwerpen, onderzoekend en ontwerpend leren, ontdekkend leren, projectonderwijs, probleem-gestuurd onderwijs, thematisch onderwijs, vakoverstijgend werken, brain-based learning.

Stichting FutureNL ontwikkelt onafhankelijk lesmateriaal. © 2020 Iedereen mag deze les downloaden, delen en uitprinten (alleen niet als je er geld mee wilt verdienen). Doen! Creative Commons licence: CC BY-NC-ND 4.0. Deze les is gemaakt door Meldrid Ibrahim.

DOEL VAN DE PO-LES

Domein curriculum 2021	Leerdoelen digitale vaardigheden	Kerndoel vak	21st century skills
1 Digitale economie DG6.1 Participatie in de platformeconomie.	**1 Mediawijsheid** De leerling kan verklaren waarom een mediaboodschap gekleurd is.	**1 Oriëntatie op jezelf en de wereld** De leerling leert zich redzaam te gedragen in sociaal opzicht, als verkeersdeelnemer en als consument.	**1 Mediawijsheid**
	2 Mediawijsheid De leerling onderzoekt en vergelijkt de betrouwbaarheid van een mediaboodschap.	**2 Kunstzinnige oriëntatie** De leerling leert op eigen werk en dat van anderen te reflecteren.	**2 Kritisch denken**

INTRODUCTIE

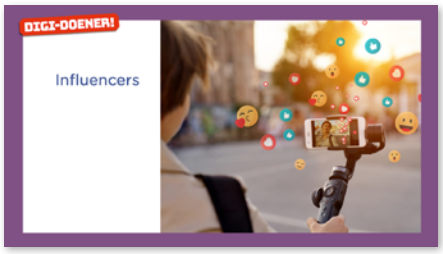
Openingsslide



Slide 1, Klassikaal

Vraag de studenten om de volgende vragen in tweetallen te bespreken:

- Welke influencers volgen jullie?
- Waarom deze influencers?
- Zie je dit als een beroep? Waarom wel/niet?
- Volgen leerlingen op je school influencers?
- Heb je het idee dat die veel invloed hebben op hun leven?



Vertel de studenten vervolgens dat ze tijdens deze les gaan nadenken over de rol van reclame in boodschappen van influencers. Ze gaan nadenken over de manier waarop er online reclame wordt gemaakt en hoe kinderen op de basisschool daarmee omgaan. Vervolgens bedenken ze een eigen idee om leerlingen reclamewijs te maken.

VERBINDING MET HET ONDERWIJS

Slide 2, Klassikaal

Doordat een groot deel van mediaconsumptie online plaatsvindt, is het steeds lastiger om reclameboodschappen te herkennen. Op social media zijn er geraffineerde manieren om gericht te adverteren. Eén daarvan is de inzet van influencers: bijvoorbeeld bekende YouTubers of mensen op Instagram. Het is voor leerlingen belangrijk om te leren hoe dit werkt, wat de regels zijn en hoe je reclame kunt herkennen. Op die manier zijn zij weerbaarder voor overtuigende boodschappen die aanzetten tot actie of dure aankopen.



Stichting FutureNL ontwikkelt onafhankelijk lesmateriaal. © 2020 Iedereen mag deze les downloaden, delen en uitprinten (alleen niet als je er geld mee wilt verdienen). Doen! Creative Commons licence: CC BY-NC-ND 4.0. Deze les is gemaakt door Meldrid Ibrahim.

VERDIEPING

Slide 3, Klassikaal



Vraag de klas: Op welke manieren kunnen influencers geld verdienen? Inventariseer de antwoorden.
Voorbeelden zijn:

- Reclames van bedrijven voor, tijdens en na de video
- Sponsoring (bijvoorbeeld aanprijzen van producten in de video)
- Verkoop merchandise (T-shirts, petten, etc.)
- Donaties (dit kan via speciale websites zoals Patreon)
- Liveoptreden in het land
- Uitbrengen van een boek of film
- Uitbrengen eigen productlijn

Wie weet hoe influencermarketing precies werkt? Een bedrijf betaalt een influencer een bepaald bedrag om het product van het bedrijf 'aan te prijzen' in de video of om een speciale video rondom het product te maken.

Ken je kinderen van je stageschool of uit je eigen omgeving die dingen kopen doordat influencers er reclame voor maken? Hoe gaan hun ouders / leerkrachten daarmee om? Wat vinden de studenten hiervan?

Slide 4, Klassikaal

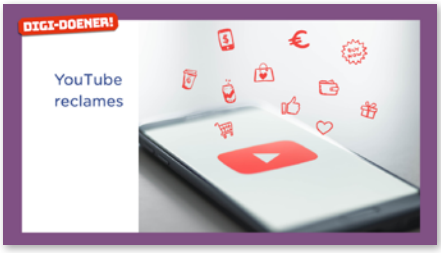


Vertel dat er een code is opgesteld voor het maken van reclame in social-mediacontent. De 'Social Code' zijn richtlijnen om duidelijk te zijn over reclame op social media. In Nederland is het verplicht om duidelijk (of transparant) te zijn over reclame in video's.

- Waren de studenten al bekend met de Social Code?
- Hebben ze de indruk dat deze goed wordt toegepast door Nederlandse influencers?
- Denken de studenten dat PO-leerlingen de aanduidingen van reclames goed registreren?

PO-LES

Slide 5, Klassikaal



Vertel de studenten dat deze Digi-doener past bij de PO-Digi-doener 'YouTube reclames'. In deze les ontdekken de leerlingen hoe YouTubers hun geld verdienen en analyseren ze video's van hun favoriete YouTubers.

Slide 6, Groepswerk



Vraag de studenten of ze in tweetallen de les 'YouTube reclames' op willen zoeken op het internet. Die analyseren ze en beantwoorden de volgende vragen:

- Wat is het centrale leerdoel van de les?
- Hoe denken de leerlingen na over influencermarketing?
- Hoe worden digitale vaardigheden en/of technologie in de les ingezet?

Stichting FutureNL ontwikkelt onafhankelijk lesmateriaal. © 2020 Iedereen mag deze les downloaden, delen en uitprinten (alleen niet als je er geld mee wilt verdienen). Doen! Creative Commons licence: CC BY-NC-ND 4.0. Deze les is gemaakt door Meldrid Ibrahim.

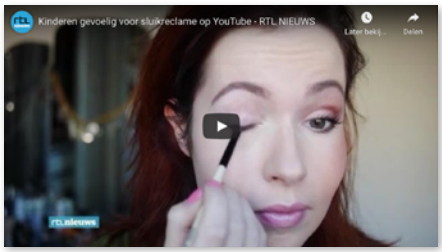
- Hoe denk je dat je stageleerlingen op deze les zouden reageren?
- Wat zou je zelf anders doen?

Koppel de ontdekkingen van de studenten plenair terug.

DOEN

Slide 7, Klassikaal

Uit onderzoek blijkt dat kinderen en jongeren het lastig vinden om weerstand te bieden tegen sluikreclame in YouTube-video's. Bekijk de video met de studenten. Herkennen ze dit uit hun eigen stageklas? Hebben ze hier al eens met leerlingen over gesproken?



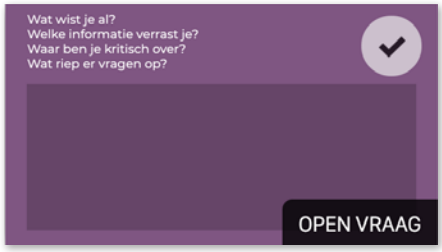
Slide 8, Individueel

Vertel de studenten dat er onderzoek wordt gedaan naar het reclamebegrip van kinderen. In opdracht van Netwerk Mediawijsheid analyseerde Bitescience het meest recente en relevante wetenschappelijke onderzoek naar dit thema. Vraag de studenten om naar de pagina te gaan en de informatie goed door te lezen: https://www.mediawijzer.net/bitefile-reclamewijsheid/



Slide 9, Klassikaal

Vraag de studenten om de antwoorden op deze vragen in te vullen in LessonUp. Bespreek dit vervolgens samen met de groep.



Je kunt het hier ook even hebben over de werkvorm.
Gebruiken de studenten weleens zo'n tool op hun stageschool?
Wat vinden ze er de toegevoegde waarde van? En wat niet?
Er is snel overzicht en het is motiverend voor de leerlingen.
Het kan soms ook te tijdrovend en afleidend zijn.
Welke tools kennen ze nog meer?
Mentimeter, Socrative, Kahoot.

AAN DE SLAG VOOR JE EIGEN LESPRAKTIJK

Slide 10, Groepswerk

De studenten gaan een lesidee voor een les van 1 uur bedenken met als doel hun leerlingen reclamewijs te maken. Het mag ook gaan over een lessenreeks over dit onderwerp. De studenten nemen als uitgangspunt één of meerdere feiten waar ze zojuist over hebben gelezen. Ook bepalen ze de doelgroep van hun les: voor welke klas maken ze de les?



Voor het ontwerp van hun lesidee gebruiken ze het TPACK-model.

- Content: Wat leren en ontdekken de leerlingen inhoudelijk?
- Technologie: Welke technologie/media gebruik je in de les?
- Didactiek: Hoe bied je de leerstof en de opdrachten aan?

Je kunt ervoor kiezen om de lessen achteraf klassikaal of in groepen te bespreken of om de studenten hun lessen op het intranet te laten plaatsen en elkaar er feedback op te laten geven.

Stichting FutureNL ontwikkelt onafhankelijk lesmateriaal. © 2020 Iedereen mag deze les downloaden, delen en uitprinten (alleen niet als je er geld mee wilt verdienen). Doen! Creative Commons licence: CC BY-NC-ND 4.0. Deze les is gemaakt door Meldrid Ibrahim.