



WB079 Koopt marketing jou ook om? Opdracht gemaakt door Annebeth Simonsz

Suggesties voor het inzetten van het filmpje

Eerst beantwoorden de leerlingen een vraag. Daarna pas het filmpje en de begeleidende tekst.

Leerdoel

Na afloop van de les kunnen leerlingen:

- omschrijven wat een optische en een mentale illusie is,
- de verklaringen voor de optische illusie onderzoeken en onder woorden brengen,
- het maken van keuzes in een winkel zelf onderzoeken door elkaar vragen te stellen en zich afvragen in hoeverre de mentale illusie op henzelf van toepassing is
- discussiëren met behulp van de verzamelde informatie over zelf keuzes maken, de ethiek van marketing en mentale illusies.

Didactische opzet

Leerlingen doorlopen in groepjes een aantal vragen, die daarna ook klassikaal besproken worden. Hierbij wordt veelvuldig van internetmateriaal gebruik gemaakt.

Opdracht 1

Het filmpje dat je zometeen gaat zien heet 'Koopt marketing jou ook om?' Wat is jouw persoonlijk antwoord op deze vraag, nog voor je het filmpje bekeken hebt? *Nee, natuurlijk niet of ja, maar natuurlijk!* Noteer het antwoord voor jezelf.

Bekijk nu het filmpje 'Koopt marketing jou ook om?'

- Verandert je antwoord op bovenstaande vraag of blijft je antwoord hetzelfde?
- Hoe komt het volgens het filmpje dat we als consument bij voorkeur het B-merk kopen? Geef een fysieke reden en een mentale reden.

Opdracht 2

Het lijkt er dus op dat je voor de gek gehouden wordt in de supermarkt. Of houden je eigen hersenen jou voor de gek? Als je eigen hersenen je voor de gek houden dan werkt je lichaam in ieder geval goed mee.

Een bekend soort illusie is de optische illusie. Daarbij spelen je ogen een belangrijke rol. Om dit te illustreren, moet je het volgende doen. Maak een tweetal. De ene doet vraag a, de ander vraag b. Spreek eerst af wie welke doet. Daarna ga je gezamenlijk vraag c. doen.

- a. Ga naar: <http://www.instructables.com/id/Hollow-Face-Illusion-Dragon-Without-Leaving-your-d/> (of naar video: <http://www.youtube.com/watch?v=ti8Vul5s-GE>). Knip de draak uit en zet hem neer. Onderzoek de verklaringen over hoe het komt dat je iets ziet wat er niet is. Kijk daarvoor op dezelfde website of zoek op internet naar een antwoord.
- b. Kijk naar de *intro* op de volgende website: <http://www.dezeediedenkt.nl/> (dus *skip* de intro niet!) Onderzoek wat de filmmaker van de film 'De zee die denkt' voor ideeën heeft over illusies en hoe hij daar in zijn film mee omgaat. Noteer je bevindingen op papier.
- c. Laat nu elkaar de optische illusie(s) zien en presenteer kort je bevindingen aan elkaar.

Opdracht 3

Bedenk het laatste product dat je zelf gekocht hebt. Noteer dat. Probeer voor jezelf te achterhalen, net als in het filmpje, of je zelf een keuze hebt gemaakt of dat je beïnvloed bent door hoe het in de winkel gepresenteerd was. Noteer hoe het product gepresenteerd was zowel voor je lichaam als voor je hersenen.

Het kan zijn dat je zelf nog steeds het idee hebt dat je zelf een keuze hebt gemaakt. Vraag hulp aan een andere klasgenoot. Probeer in tweetallen elkaar vragen te stellen over wat de mentale illusie zou kunnen zijn die de winkel waar je het product gekocht hebt of het merk van het product aan jou gepresenteerd heeft. Stel elkaar open vragen. Dat kunnen vragen zijn over de kleur van het product t/m de locatie in de winkel. Daarna stel je elkaar vragen over hoe jij over het product denkt. Noteer je antwoorden. Welke ideeën of gedachtegangen ontstaan er bij jezelf? Noteer deze.

Tenslotte...

Een ander voorbeeld van een mentale illusie in de supermarkt is dat de producten voor kleine kinderen die er aantrekkelijk uitzien bijna allemaal in de onderste schappen liggen. Of bij de kassa staan. Maakt de ouder de keuze of het kind?

Voer in de klas een discussie over de stelling : 'In hoeverre mogen bedrijven gebruik maken van de mentale illusies die ontstaan in je hersenen?'

Een stukje over het maken van de film 'de zee die denkt' je hier:
<http://www.youtube.com/watch?v=wFd0zKtE5KE>