

THEMA: IDENTITEIT

1:Ik ben niet wat ik heb



We hebben 5 programma's gemaakt die jij kunt gebruiken om met de jeugd verdieping te geven aan het onderwerp identiteit (Wie ben ik).

Onderwerpen voor deze vier avonden:

- Ik ben niet wat ik heb (Haal mijn identiteit niet uit spullen)
- Ik ben niet wat ik doe (Haal mijn identiteit niet uit mijn prestaties)
- Ik ben niet wat anderen over mij denken
- Wat ik doe maakt impact
- Ik ben onderdeel van een gemeenschap



Voor de jeugdleiders

Tieners zijn volop in ontwikkeling. Een van de gebieden waarin tieners ontwikkelen is die van identiteit. Daarnaast worden vrienden belangrijk en willen ze graag ergens bij horen. Als je bij een groep wil horen wil je je conformeren aan de groep. Je wilt dezelfde telefoon, schoenen of kleding. Want als je die niet hebt hoor je er niet bij. Groepsdruk kan één van de redenen zijn waarom tieners veel (nieuwe) dingen kopen.

Een andere reden om veel spullen te hebben/kopen is dat de reclames je het gevoel geven dat je pas echt gelukkig bent als je dit ene product hebt gekocht. Maar in praktijk geven spullen slechts kort een geluksgevoel, daarna heb je weer iets nieuws nodig. Steeds meer tieners raken in de geldproblemen doordat ze te veel kleding of entertainment aankopen.

Het is een maatschappelijke tendens om vooral jouw behoeften zo snel mogelijk te vervullen zonder erbij stil te staan wat dit een ander kost. Zo worden er veel goedkope producten gekocht uit arme landen waar sprake is van moderne slavernij. We staan er niet bij stil hoe onmenselijk de arbeid van de makers is. Extra schrijnend hierbij is de hoeveelheid kinderarbeid. Veel goedkope spullen worden door kinderhanden gemaakt. Kinderen zoals de jongeren die voor je zitten! Ook

denken we niet na over de negatieve impact op het milieu.
Veel goedkope spullen worden door kinderhanden gemaakt.
Kinderen zoals de jongeren die voor je zitten!

Het leven draait niet om: hoe word ik zo gelukkig mogelijk? Wij geloven dat er vooral levensvreugde ontstaat uit je leven delen met anderen. Hulpvaardig zijn, de belangen van de ander zien en je tijd en aandacht geven. Zo ontstaat een voedingsbodem voor duurzame keuzes met respect voor de natuur. En rechtvaardige keuzes met respect voor andere mensen.

✓ Lesdoelen

- **Tieners begrijpen dat reclame hen voorspiegelt dat ze gelukkig worden van spullen.**
- **Tieners begrijpen dat hun geluk niet afhankelijk is van de spullen die ze hebben.**



Waarden: Dilemma's 15 min.

- Verdeel de ruimte in tweeën.
- Aan de ene kant hang je een grote A, aan de andere kant een grote B.
- Stel onderstaande vragen en laat de jongeren bij A of B gaan staan.

(Deze werkvorm kun je ook met een Mentimeter doen of door ze eerst de antwoorden voor zichzelf op te laten schrijven. Maar omdat tieners nogal wiebelige benen hebben, is het beter om ze in beweging te laten komen.)

A: Een week alleen maar patat
B: Of een week alleen maar pannenkoeken

A. Naar de dierentuin
B. Of naar een pretpark

A. Helemaal onder de pindakaas
B. Of helemaal onder de ketchup zitten

A. Een dag met jouw favoriete atleet
B. Of een dag met jouw favoriete filmster

A. Een eigen auto
B. Of altijd zelf weten wat je eet



- A. De loterij winnen
- B. Of langer leven

- A. Een uur per dag meer fietsen
- B. Of 15 euro zakgeld minder per week

- A. Een dag niet eten
- B. Of een dag zonder telefoon

- A. Cadeautjes voor jouw verjaardag
- B. Of krijg je liever geld?

- A. Meer geld
- B. Of meer vrije tijd

- A. Nieuwe schoenen
- B. Of meer schermtijd

- A. Wil je iemand anders zijn
- B. Of blijf je liever jezelf



- Bij dit spel kijken tieners vaak naar de keuzes die anderen maken. Als een tiener alleen bij een antwoord staat wil hij nog wel eens verplaatsen naar de groep. Dit is een mooi aanknopingspunt om met elkaar in gesprek te gaan. Wat maakt dat je nu bij de andere kant gaat staan?





Gesprek: beïnvloedbaar voor reclames

35 min.



Pak je telefoon erbij

5 min.

- Pak je telefoon erbij en open een social media app die je veel gebruikt: Instagram, TikTok, Snapchat...
- Je gaat hier straks een minuut doorheen scrollen, schrijf eerst eens op hoeveel reclames jij denkt dat je tegen gaat komen. Waar gaan deze reclames over?
- Scroll nu eens een minuut door je app heen, zoals je normaal ook doet. Tel eens hoeveel reclame je tegenkomt en schrijf deze op.

- Welke reclames kwam je tegen?
- Vind je dit veel reclames?



Gespreksvragen

10 min.

Reclame is super veel om ons heen. Op tv, internet, radio en op straat. Nu met een telefoon ook via social media en via influencers.

- Kijkje wel eens naar reclames? Klik je wel eens op reclames?
- Kopen je ouders wel eens dingen omdat ze deze op de reclames hebben gezien?
- Koop jij weleens iets omdat je er reclames van hebt gezien?
- Kun je een voorbeeld noemen?
- Denk je dat reclame veel invloed heeft op of je iets gaat kopen of niet?

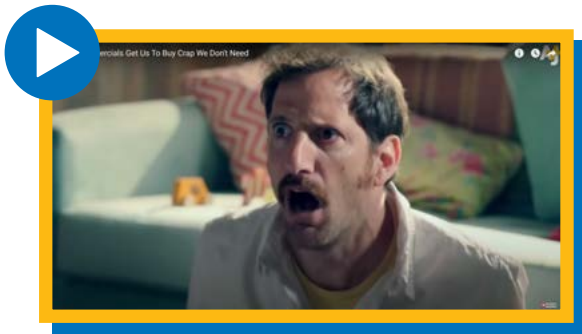


Filmpje over FOMO

5 min.

Reclame werkt door in te spelen op je verlangen: wat je graag zou willen. Reclame richt zich vooral op je verlangen, wat je zou willen. Ze verkopen je vaker een gevoel, een perfect plaatje dan echt het ding dat je koopt.

We gaan kijken naar een filmpje dat vertelt hoe reclame werkt, hier leggen ze uit wat FOMO is en hoe dit er voor zorgt dat jij nieuwe dingen koopt.



<https://www.youtube.com/watch?v=Urny4oFBbto>

(Het is mogelijk om Nederlandse ondertiteling aan te zetten.)

Quiz: 5 min.

Welke merken horen bij deze slogans en op welk verlangen spelen ze in?

- **Shop like a billionaire** (TEMU) (jij bent rijk en hebt luxe)
- **Omdat jij het waard bent** (L'Oreal Paris) (jij bent waardevol en mooi)
- **The ... effect** (AXE) (je bent aantrekkelijk)
- **Kleine prijzen, grote glimlach!** (ACTION) (jij bent rijk en hebt luxe)
- **Just Do It** (NIKE) (jij bent een doorzetter en krachtig)
- **... geeft je vleugels** (REDBULL) (jij bent stoer en krachtig)
- **De winkel van ons allemaal** (BOL) (jij krijgt luxe en gemak)
- **Make Your Day** (TIKTOK) (Je kunt gelukkig zijn)
- **I'm loving it** (MC DONALDS) (Je kunt gelukkig zijn)



Gespreksvragen 10 min.

- Kijk eens terug naar het soort reclames die je net bent tegen gekomen. Op welk verlangens spelen deze in?
- Ken jij nog andere voorbeelden van reclames die inspelen op je verlangen, op wat je wilt hebben, zijn of belangrijk vindt?
- Waar besteed jij het meeste je geld aan? Waarom?