



projectbeschrijving voor de leerkracht

PROJECT PROMOTIETEAM DEN HAAG

Leerlijn Mediacultuur | Thema Onze Stad | Groep 5 en 6 | februari 2018

Klaar voor de start?

- ✓ Gebruik de digitale versie van dit project.
- ✓ Download dit document op je computer voor het beste gebruik.
- ✓ We gaan ervan uit dat je kennis hebt van de [opzet van COH](#).
- ✓ Vraag bij de voorbereiding zo nodig hulp aan je interne cultuurcoördinator of je cultuurcoach (laat je informeren over de scholingsmogelijkheden).
- ✓ Bereid het project bij voorkeur samen met je collega's voor (vergeet de vakleerkrachten niet).
- ✓ Een bezoek aan een voorstelling, tentoonstelling of vaste collectie in een Haagse culturele instelling is van grote meerwaarde. Zie [CultuurSchakel](#) voor het actuele aanbod.
- ✓ Nodig als dat lukt een kunstenaar uit die betrokken wordt bij de uitvoering van het project. Zie [CultuurSchakel](#).
- ✓ Bedenk van tevoren bij welke onderdelen je ouders kunt inschakelen.
- ✓ Je mag het project 'op maat maken', mits je de fasen van het creatieve proces blijft doorlopen.
- ✓ Trek voor het hele project zes tot acht lesmomenten van 45 minuten uit.
- ✓ Kijk ook even op de [Facebookpagina](#) van Cultuuronderwijs op zijn Haags voor meer informatie en het gebruikersplatform.

Inhoudsopgave

1. Informatie.....	1
2. Introductie.....	3
3. Oriëntatie.....	4
4. Opdracht: Een Haagse blik.....	7
5. Opdracht: Protestbord.....	10
6. Opdracht: Promotie Den Haag.....	13

1. Informatie

Lees ter voorbereiding van de COH-lessen onderstaande informatie over de invulling en het doel van het project en manieren om het project te promoten. Ook zijn hieronder de algemene benodigdheden en de begrippenlijst opgenomen.



Wat doen de leerlingen in dit project?

In dit project gaan de leerlingen onder de titel *Promotieteam Den Haag* hun stad met 'Haagse ogen' bekijken. De klas wordt omgetoverd tot een promotiebureau waar de leerlingen zich verdiepen in reclame en protest. Hoe ontwikkel je een promotiecampagne? Hoe kun je iets in beeld brengen om het aantrekkelijker of interessanter te maken? De leerlingen onderzoeken wat Den Haag voor hen betekent en wat Den Haag nou leuk en aantrekkelijk maakt.

Waarom dit project?

In Den Haag komen kinderen diverse dingen tegen die kenmerkend zijn voor de stad. In dit project wordt bewust gekeken naar Haagse kenmerken en ontwikkelen de leerlingen een mening over verschillende aspecten van Den Haag.

Kritisch kijken en nadenken over je eigen omgeving is een essentiële vaardigheid in onze huidige maatschappij. In dit project leren kinderen op welke manieren zij hun mening kunnen laten horen met behulp van nieuwe media.

Doelen

In dit project worden bij de Introductie, de Oriëntatie en de Opdrachten steeds twee kennisdoelen en twee vaardigheidsdoelen benoemd. De volgende houdingsdoelen gelden voor het project in het algemeen:

- stelt zich met alle zintuigen open voor mediacultuur binnen een thema/onderwerp dat aansluit bij zijn belevingswereld en in binnen- en buitenschoolse activiteiten;
- kan zich bij het experimenteren laten leiden door een manipulerende en onderzoekende houding;
- is trots op zijn resultaten: zowel oriënterend, onderzoekend en uitvoerend;
- heeft een nieuwsgierige, betrokken en onderzoekende houding;
- kijkt met aandacht naar voorbeelden uit de beeldende kunst, diverse mediauitingen en werk van medeleerlingen;
- luistert met aandacht naar ideeën van medeleerlingen;
- neemt actief deel aan de diverse gesprekken en presentaties gedurende het project.

Promotie

Het project gaat meer leven als er ook buiten de klas aandacht voor is. Denk na over manieren om het project te promoten.

- Stel ouders op de hoogte van het museumbezoek of de komst van de 👉 kunstenaar in de klas.
- Maak flyers voor de eindpresentatie en verspreid deze in de buurt.
- Maak foto's of filmpjes van de diverse presentatiemomenten en deel deze via de schoolwebsite, klassenapp of andere kanalen.
- Zorg dat de redactie van de wijkkrant tijdens de presentatie aanwezig is om een stukje te schrijven.

Algemene benodigdheden

Maak gedurende het hele project gebruik van de volgende ruimtes en materialen:

- klaslokaal of speellokaal
- muziekinstallatie en/of digibord
- digitaal foto- en filmtoestel
- (kleuren)printer
- computer met internetverbinding



Begrippenlijst Nederlandse taal

Vaktaal

het herkenningpunt
de archieffilm
figuratief vs. non-figuratief
het sjabloon
de vorm
de functie
popart
de kunststroming
de reclameboodschap
het billboard
de abri
de inspiratiebron
het formaat
het protestbord
het protest
de collage
de slogan
het commentaar
de promotie
het promotiebureau
het stadsgezicht
het archiefbeeld
begrijpend kijken
de pitch
de yell
de vormgeving

Algemene woorden

'het gezicht van'
recent
Hagenees vs. Hagenaar
het uitgangspunt
specifiek
het heden
de blik
noodzakelijk
de medewerker
transparant
de tegenstelling
het uitgangspunt
het facet
het effect
de toepassing
typisch
de campagne
de categorie
de advertentie
de brochure

Werkwoorden

ordenen
ervaren
indruk maken
protesteren
opvallen
bepalen
druk maken
vormen
registreren
promoten
omzetten
inspireren

2. Introductie

Kennisdoelen

De leerling:

- kent enkele grote steden en herkenningpunten daarvan;
- weet wat een promotiefilmje is;
- kent enkele beroemde Hagenaren/Hagenezen en kent herkenningpunten in Den Haag.

Vaardigheidsdoelen

De leerling:

- kan meepraten over wat typisch Haags is.

Benodigdheden

- beeldmateriaal: zie bronnen

Aan de slag in de klas

U kunt het project als volgt introduceren. Doorloop de stappen in volgorde:



1. Veel grote steden hebben bepaalde karakteristieke herkenningspunten. Toon op het digibord bijvoorbeeld de [Eiffeltoren](#), het [Vrijheidsbeeld](#), de Toren van Pisa, de Erasmusbrug, de Brandenburger Tor of de Tower Bridge en bespreek met de leerlingen om welke steden het hier gaat. Deze herkenningspunten vormen vaak het gezicht van de stad. Zie ook deze YouTube filmpjes:
 - o [New York](#)
 - o [Parijs](#)
2. Toon één van de drie recente promotiefilmpjes van Den Haag en één film uit het archief:
 - o recent: [Den Haag Promo](#) (In het Engels weliswaar, maar het gaat om de beelden)
 - o recent: [Welcome tot he Hague](#) (eerste stukje)
 - o recent: [The Hague Impressions](#) (gemaakt in opdracht van de gemeente)
 - o archief: [Helemaal Den Haag](#) (1983, Haagsefilmbank)
 - o archief: [Haagsche Binnenstad Nu](#) (1975, Haagsefilmbank)

Benoem verschillen en overeenkomsten tussen de filmpjes.

3. Inventariseer met de leerlingen de herkenningspunten van onze stad. Mogelijke vragen:
 - o Wat zijn bekende Haagse gebouwen?
 - o Waaraan herken je de stad?
 - o Wat is het gezicht van Den Haag?
 - o Waarin verschilt het gezicht van Den Haag van dat van 400 jaar geleden? Zie bijvoorbeeld [Gezicht op Den Haag](#) van Jan van Goyen (1650-51, Haags Historisch Museum).
4. Welke personen zijn typisch Haags?
 - o Wie zijn beroemde Hagenezen of Hagenaars? Denk aan sport, muziek, politiek, kunst, etc.
 - o Wat is het verschil tussen een Hagenaar en een Hagenees?
 - o Wie vormt het gezicht van Den Haag? Is dat de burgemeester, Haagse Harry, of iemand anders?
 - o Of kunnen stadsgezichten juist heel iets anders zijn? Zie de streetart van Mentalgassi.

3. Oriëntatie

Kennisdoelen

De leerling:

- weet iets van de geschiedenis van de film en fotografie;
- kent kunstenaars die heden en verleden als thema in hun werk hebben.

Vaardigheidsdoelen

De leerling:

- maakt een mindmap over het gezicht van Den Haag met de categorieën *wonen, werken, recreëren*;
- kan reflecteren op de films die hij te zien krijgt.

Benodigdheden

- beeldmateriaal: zie bronnen
- postervellen voor mindmap
- scharen
- tijdschriften om uit te knippen
- zachte kleurpotloden
- grijze tekenpotloden



- pastelkrijt
- zachte waskrijtjes (of Pandakrijt)
- lijm voor papier: behangerslijm in een pot met deksel + lijmkwast
- stiften

Aan de slag in de klas

Doorloop de vaste oriëntatie-onderdelen: het filosofisch gesprek en het uitvoeren van de eerste opdracht.

Het filosofisch gesprek

Voer naar aanleiding van de introductie een filosofisch gesprek. Stel hierbij (een aantal van) onderstaande vragen:

- Wat is een stad? Zijn dat de mensen, de buurten, straten, gebouwen, ...?
- Kun je houden van een stad?
- Kun je een hekel hebben aan een stad?
- Kun je je thuis voelen in een stad?
- Kun je je in de ene buurt van de stad wel en in een andere niet thuis voelen?
- Kan een stad mensen gelukkig maken?
- Kan een stad bomen of dieren gelukkig maken?
- Zijn er in een stad veilige en onveilige plekken? Kun je voorbeelden noemen?
- Wat maakt een veilige plek veilig?
- Heeft een stad grenzen? Waar begint een stad, waar stopt een stad?
- Zijn er verschillende soorten steden? Zo ja, wat voor soort stad zou je Den Haag dan noemen?
- Is er een verschil tussen Den Haag, Amsterdam, Rotterdam en bijvoorbeeld Parijs? (Deze vraag is vooral interessant als de leerlingen ook andere steden kennen. Ze kunnen dan ook eigen voorbeelden inbrengen.)
- Kun je Den Haag herkennen aan een bepaalde kleur/vorm/dier/geur/persoon?

Oriëntatieopdracht

Verdiep je met de leerlingen verder in het thema en doorloop de volgende stappen in volgorde:

1. Terugkijken in de tijd

1.1. Een aantal kunstenaars heeft werk gemaakt met als uitgangspunt terugkijken in de tijd. Het heet: *Tijkijkers*. Op een van de oude stadswallen in Leeuwarden kijk je door een soort telescoop. Dan zie je de bewoners en de stad van vroeger.

1.2 Door fotografie en video kunnen we terugkijken in de tijd. *De eerste film* werd bijna 140 jaar geleden gemaakt door Eadweard Muybridge. Van de tijd daarvoor hebben we geen enkel bewegend beeld. De eerste foto dateert uit 1826 en werd gemaakt door Joseph Nicéphore Niépce.

1.3 De Amerikaanse kunstenaar *Tom Hussey* zet foto's van vroeger en nu bij elkaar.

1.4 Fotografen die heden en verleden tot één beeld verwerken:

- *Fotografie toen en nu*
- *Den Haag in oorlogstijd*
- *Den Haag in oorlogstijd (WO2 Forum)*



- De Haagse fotograaf [Wouter Vellekoop](#) heeft foto's van toen en nu samen in een nieuwe foto gezet (digitaal).
- [Het Parijs van toen en nu: een reis terug naar 1940](#)

1.5 De films *Eline Vere* en *Zwartboek* tonen beelden van het Den Haag van vroeger.

2. Het gezicht van Den Haag

Wat is nu typisch Haags? Maak met de leerlingen een overzicht of mindmap. Wat is het gezicht van de stad? Aan welke kleur/vorm/dier/geur/persoon/gebouw denk je bij Den Haag? Probeer te ordenen in categorieën: *wonen*, *werken* en *recreëren*.

Voer dit uit met de hele klas of in groepjes.

Ter inspiratie een aantal voorbeelden:

- www.plathaags.nl
- [woordenboek voor Den Haag](#)

De resultaten uit deze oriëntatie en het onderzoek gebruiken de leerlingen later voor een promotiecampagne voor hún Den Haag.

Reflectievragen Oriëntatie Onze Stad

- Welk beeld van Den Haag krijg je na het zien van de films?
- Denk je dat de makers van de films de stad Den Haag leuk vinden? Licht toe.
- Voor wie en waarom zijn deze films gemaakt?
- Wie geeft de opdracht om zo'n film te maken?
- Waarom zijn de films allemaal zo anders?
- Wat zie je in de oude films dat je herkent?
- Wat ben je te weten gekomen over Den Haag wat je nog niet wist?



4. Opdracht: Een Haagse blik

De leerlingen maken een 'Haagse bril'. Hiermee laten ze zien wat hun blik is op Den Haag. Zij doen dit door op de brillenglazen te tekenen, waardoor een tweede beeld ontstaat.

Kennisdoelen

De leerling:

- leert de basistechnieken van animatiefilms;
- kent kunstenaars die op plastic of glas werken.

Vaardigheidsdoelen

De leerling:

- onderzoekt het gebruik van plastic en glas als materiaal voor kunstwerken;
- maakt een bril waarmee hij anderen door te tekenen zijn persoonlijke Haagse blik kan laten zien.

Benodigheden

- beeldmateriaal materiaalonderzoek: zie bronnen
- watervast stift in diverse kleuren
- doorzichtige plastic bekertjes, plastic bakjes of restjes perspex
- eventueel oude brillen
- sjabloon (zie Toolbox groep 5 en 6)
- transparante sheets (A4)
- plakband
- scharen
- tijdschriften om uit te knippen
- lijm voor papier: behangerslijm in een pot met deksel + lijmkwast
- stevig papier of karton voor titelbordjes bij Haagse brillen
- zachte kleurpotloden
- grijze tekenpotloden
- pastelkrijt
- zachte waskrijtjes (of Pandakrijt)

Aan de slag in de klas

Doorloop de vaste onderdelen binnen elke projectopdracht: onderzoek, uitvoeren, presenteren en evalueren.

Onderzoek

In deze deelopdracht maken leerlingen een Haagse bril. Deze bril geeft de leerlingen een 'Haagse blik' op de stad.

Materiaalonderzoek

- Uit plastic bekertjes kun je drinken, maar je kunt [er ook op tekenen](#). Er werd al langer op doorzichtig materiaal als plastic of glas getekend. Zoals in het begin van [deze film](#).
- Vroeger werden tekenfilms vaak zo gemaakt:
 - [History of cell animation](#) (YouTube)
 - [How did they do popeye cartoons in the 1930's?](#) (YouTube)



- Het leuke van op glas, plastic of perspex tekenen is dat je door je tekening kunt kijken naar de omgeving. Zie bijvoorbeeld het werk van de kunstenaars [Gosia Wlodarczak](#) en [Odelle Morshuis](#).

Reflectievragen Onderzoek Een Haagse blik

- Welke invloed heeft het plastic tussenscherm op dat wat je ziet?
- Hoe ervaar je deze nieuwe werkelijkheid? Wordt de wereld mooier of juist niet? Licht toe.
- Op welk raam of ander kijkglas is het zeer noodzakelijk om een tekening aan te brengen? Welke tekening moet dat dan zijn en waarom daar?

Uitvoeren

De leerlingen bereiden zich voor op het werk van een medewerker van het promotiebureau Den Haag. Doel is om toeristen door een Haagse bril te laten kijken.

1. Kijk met de leerlingen naar deze zonnebrillen:
 - www.zazzle.nl
 - www.trendhunter.com
2. Geef de leerlingen de opdracht een Haagse promotiebril te maken, waarmee ze anderen hun persoonlijke Haagse blik tonen. Verwerk hierbij de resultaten uit de oriëntatie en het onderzoek. Gebruik een echte (oude) (zonne)bril of maak er een van stevig karton. Gebruik eventueel het sjabloon uit de Toolbox. Laat de bril beplakken en betekenen met Haagse stadsbeelden.

De brillenglazen worden gemaakt van transparante sheets of plastic bekertjes. Laat de leerlingen deze uitknippen in de grootte van het brillenglas en bevestig deze met plakband aan de binnenkant van de bril.

Laat de leerlingen de brillenglazen met watervaste viltstiften betekenen. Dit kan figuratief of non-figuratief zijn. Het kan zijn dat de tekening op het glas verder gaat op het montuur. Zet de bril regelmatig op om de Haagse blik te controleren.

Reflectievragen Uitvoeren Een Haagse blik

- Wat is er Haags aan jouw bril?
- Wat paste er niet meer op je bril, maar had je nog wel graag getekend?

Presenteren

Presenteer de bril als volgt:

- Maak van iedere leerling een portretfoto met zijn Haagse bril op. Print deze uit en schrijf er een titel bij. Bespreek de brillen met elkaar.
- Maak een klassenfoto met de leerlingen en hun brillen.

Reflectievragen Presenteren een Haagse blik

- Wat zie je eigenlijk door je Haagse bril?
- Wat is de meest verrassende Haagse bril?



- Was je tevreden over je eigen bril? Waarom wel/niet?
- Hoe zou jouw bril nog Haagser kunnen worden?

Evalueren

Voer een klassengesprek over de verschillende blikken die mensen over hetzelfde onderwerp kunnen hebben.

- Wat valt jou vooral op?
- En wat valt anderen op?
- Waarin verschilt dat van elkaar?
- Hoe komt dat?
- Zijn er ook overeenkomstige blikken?
- Of verschillen álle blikken van elkaar?
- Bestaan er positieve blikken, negatieve blikken, etc.?



5. Opdracht: Protestbord

De leerlingen maken een wijkwandeling en gaan op zoek naar tegenstellingen. Deze fotograferen ze. Na het bekijken van diverse voorbeelden van reclameborden, billboards, protestborden en protestkunst maken de leerlingen hun eigen protestbord. Dit protestbord wordt gemaakt op basis van de tegenstellingen en gemaakte foto's tijdens de wijkwandeling. Als de protestborden klaar zijn, worden ze op geschikte plekken in de wijk geplaatst.

Kennisdoelen	De leerling: <ul style="list-style-type: none">• weet dat vormgeving een belangrijk aspect is bij het maken van reclameposters en dat kunstenaars hier vaak bij betrokken worden;• weet dat kunstwerken soms gemaakt worden als uiting van protest.
Vaardigheidsdoelen	De leerling: <ul style="list-style-type: none">• maakt foto's van tegenstellingen in de wijk;• onderzoekt de overeenkomsten en tegenstellingen van Nederlandse reclameborden en Amerikaanse billboards;• maakt een protestbord met een duidelijke boodschap n.a.v. de gemaakte foto's tijdens de wijkwandeling.

Benodigdheden

- beeldmateriaal: zie bronnen
- karton of dik tekenpapier (A3, A2 of A1)
- scharen
- tijdschriften om uit te knippen
- zachte kleurpotloden
- grijze tekenpotloden
- pastelkrijt
- zachte waskrijtjes (of Pandakrijt)
- lijm voor papier: behangerslijm in een pot met deksel + lijmkwast
- stiften
- kopieën van gemaakte foto's tijdens de wijkwandeling
- tiwrap (kabelbinder, groot) of touw
- plakband
- eventueel houten stokken (dun) voor de protestborden

Aan de slag in de klas

Doorloop de vaste onderdelen binnen elke projectopdracht: onderzoek, uitvoeren, presenteren en evalueren.

Onderzoek

Voer onderstaande opdrachten in volgorde uit:

1. Verdeel de klas in groepjes, zodat elk groepje een tablet of camera heeft.
2. Geef de groepjes de opdracht om dadelijk tijdens een wijkwandeling tegenstellingen in de wijk te zoeken:
 - mooi en lelijk
 - vuil en schoon
 - rommelig en netjes



- Vraag de groepjes van elk van de drie bovengenoemde tegenstellingen minimaal twee voorbeelden te fotograferen, waarvan één overzichts- en één detailfoto.
3. Maak met de klas een wandeling door de wijk.
 4. Bekijk en bespreek aan de hand van [voorbeelden](#) van Google Afbeeldingen de functie en vorm van een billboard.
Doe dit aan de hand van de plaats van ontstaan (USA), de plekken waar ze staan, formaat, vorm, beelden en letters, beheer van de billboards, etc.
 5. Bekijk en bespreek nu de vorm en functie van een aantal Nederlandse [reclameborden](#) en [abri's](#) (Google Afbeeldingen).
 6. Vergelijk de billboards in de USA en de reclameborden in Nederland aan de hand van het doel ervan (boodschap overbrengen) en de uitstraling (welk effect heeft het op de kijker?).
 7. Popart is een kunststroming uit de jaren zestig van de vorige eeuw. Kunstenaars zoals [Andy Warhol](#) gebruikten (reclame)beelden uit de media (tv/radio/kranten) als inspiratiebron voor hun beeldend werk. Het werk van Andy Warhol is ook weer een belangrijke inspiratiebron [voor reclamemakers](#).
 8. In het verleden werden alle reclameposters op houten borden geplakt. Tegenwoordig worden ze tegen een lichtplaat geplaatst. Er wordt goed nagedacht over vormgeving, ontwerp en de afstand waarop voorbijgangers de poster zullen zien. Soms worden daar kunstenaars bij betrokken.
Bekijk en bespreek een [aantal voorbeelden van](#) internet of uit de directe omgeving van school.

Reflectievragen Onderzoek Protestbord

- Welk reclamebord heeft om welke reden dan ook indruk op je gemaakt? Licht toe.
- Welke reclameborden hebben je wel eens kwaad gemaakt, of juist aan het lachen? Weet je nog wat de boodschap of opdrachtgever was? Licht toe.
- Welke reclameborden werken niet? Waarom is dat?
- Welke invloed heeft de maat en de plek van de reclame-uiting op de werking ervan?
- Wat zorgt ervoor dat een reclamebord indruk op je maakt?

Uitvoeren

Doorloop de volgende stappen in volgorde:

1. Soms wordt kunst gebruikt als uiting van protest. Een bekend voorbeeld is [Guernica](#) (1937) van Pablo Picasso, de kunstenaar die in de inleiding op glas schilderde. Met dit schilderij wilde hij protesteren tegen de verschrikkingen in de Spaanse burgeroorlog, in de jaren dertig van de vorige eeuw.
Tegenwoordig gebruiken kunstenaars vaak de straat als plek van protest, zoals [deze voorbeelden](#) via Google Afbeeldingen laten zien.
Bekijk en bespreek een aantal voorbeelden van het werk van de kunstenaar [Banksy](#). Hij reageert vaak op de actualiteit en werkt anoniem op straat, vooral in wereldsteden.
2. Toon de foto's die de leerlingen maakten op het digibord. Bekijk en bespreek deze.
 - Zijn er dingen die de leerlingen nu opvallen (die ze eerst niet zagen)?
 - Zijn er dingen waar ze zich druk om maken, dingen waarvan ze vinden dat ze moeten veranderen?
3. De eerder gevormde groepjes kiezen één van de foto's die ze gemaakt hebben. De foto is uitgangspunt en/of inspiratiebron voor een protestbord waarmee de leerlingen hun ongenoegen uiten over een minder mooie plek in de wijk. Laat leerlingen hun boodschap bepalen: wat stoort hen en wat zouden ze willen veranderen? Vervolgens bepalen ze welke



beelden en woorden ze gebruiken en op welke manier.
Gebruik voor de protestborden een groot formaat papier (A3 of groter).

Reflectievragen Uitvoeren Protestbord

- Welke beslissingen heb je moeten nemen bij het maken van je protestbord?
- Werden jullie het snel eens over de vorm en de boodschap? Licht toe.
- Welke rol speelde jij bij het maken van het bord?
- Zijn er kunstenaars die jullie groepje hebben geïnspireerd? Waar is dat zichtbaar in het resultaat?

Presenteren

Doorloop de volgende stappen in volgorde:

1. Geef de groepjes de opdracht om een plek in de wijk te zoeken waar hun bord het meest effect zal hebben. Denk aan de hoogte van de plaatsing, of er veel mensen langs komen, de belichting, de relatie tussen het bord en de plek waar het over gaat, etc. Bevestig het protestbord met dubbelzijdig tape of tie-wraps op de uitgezochte plek.
2. Maak hiervan een detailfoto en een overzichtsfoto.
3. Laat het bord een tijdje hangen en bekijk en registreer van een afstandje de reacties van de voorbijgangers.
4. Richt met de foto's een tentoonstelling in op school.

Reflectievragen Presenteren Protestbord

- Hoe verliep het vinden van de plek en het ophangen van het protestbord? Licht toe.
- Wat kun je vertellen over de reacties van voorbijgangers op jullie protestbord?
- Als je één protestbord mag uitvergrooten tot billboardformaat, welke zou dat zijn en waar zou je het willen plaatsen?
- Welke ergernis (rommelig, vies, onveilig) is het meest gekozen? Waarom zou dat zijn?

Evalueren

Onderzoek en bespreek met de klas op welke wijze je de problemen bij de gemeente onder de aandacht kunt brengen. Indien van toepassing en mogelijk voert de klas dit uit. Hoe reageert de gemeente op jullie protest?



6. Opdracht: Promotie Den Haag

Ten slotte werken de leerlingen aan een Haagse promotiecampagne in hun eigen promotiebureau in de klas. Daar maken ze slogans, teksten en pitches. De uiteindelijke resultaten van deze campagne worden gedeeld via een website.

Kennisdoelen

De leerling:

- ontdekt welke facetten belangrijk zijn bij het bedenken van een slogan en promotiemateriaal;
- leert wat een pitch en een yell zijn en hoe deze worden uitgevoerd.

Vaardigheidsdoelen

De leerling:

- verzint met zijn klasgenoten een slogan voor het promotiebureau Den Haag en bij Haagse onderwerpen;
- maakt een ontwerp voor een slogan waarbij de nadruk ligt op lettertype, afmetingen, kleur, achtergrond, leestekens, enz.;
- kiest een manier om de slogan te promoten en maakt hiervoor een pitch met een yell.

Benodigdheden

- beeldmateriaal: zie bronnen
- materiaal om 'promotie bureau Den Haag' in te richten
- karton voor slogan
- scharen
- tijdschriften om uit te knippen
- zachte kleurpotloden
- grijze tekenpotloden
- pastelkrijt
- zachte waskrijtjes (of Pandakrijt)
- lijm voor papier: behangerslijm in een pot met deksel + lijmkwast
- stiften
- A3- en A2-tekenpapier (niet te dun)
- linialen
- zie handleiding voor het maken van een website

Aan de slag in de klas

Doorloop de vaste onderdelen binnen elke projectopdracht: onderzoek, uitvoeren, presenteren en evalueren.

Onderzoek

1. Vorm met de klas het eigen 'promotiebureau Den Haag'. Dit bureau heeft als taak de stad Den Haag in al zijn facetten te promoten. Richt de klas een beetje anders in, zodat de leerlingen uit het schoolkader worden gehaald. Hang posters op. Laat een groepje op tafel zitten, een groepje op stoelen in een kring, een groepje op de grond, op kussens, achter het bureau van de leerkracht... Geef het promotiebureau een naam.
2. Bekijk de websites van City Mondial en Den Haag Marketing.
3. Bekijk en bespreek een aantal voorbeelden van (reclame)slogans:
 - [Google Afbeeldingen: reclameslogans](#)
 - [Google Afbeeldingen: Nederlandse slogans](#)



- Let op: in de tweede link zitten ook veel grappen. Misschien kunnen de leerlingen de echte van de grappen onderscheiden. En misschien weten zij leuke andere voorbeelden.
4. Verzin samen een slogan voor het promotiebureau en vermeld deze aan de buitenkant van het klaslokaal.
 5. Verdeel de klas in groepjes. Elk groepje leerlingen kiest een typisch Haags onderwerp dat het belangrijk of interessant vindt, bijvoorbeeld ADO Den Haag, Stad van Vrede en Recht, strand, Haagse hopjes, muziek, de koning, etc. Het onderwerp verkennen zij aan de hand van een woordweb.
 6. Laat de groepjes bij hun onderwerp minstens drie promotieslogans maken. Let op: de slogans mogen ('beschaafd') Nederlands, maar ook plat Haags zijn (zie <http://www.cohlinks.nl/promotieteamdenhaagp42>). Ter inspiratie kan gezamenlijk de website <http://www.cohlinks.nl/promotieteamdenhaagp43> bekeken en uitgetoetst worden.
 7. De groepjes kiezen één van de slogans uit. Elke leerling maakt een eigen vormgeving. Denk aan de te gebruiken letters, grootte, kleur, leestekens, achtergrond, etc. De slogan kan worden uitgewerkt op de computer, maar ook met verf of in collagevorm. Vraag de leerlingen de slogan midden op een vel papier te plaatsen.
 8. Bekijk en bespreek voorbeelden van verschillende promotieacties. Bekijk van tevoren de links en selecteer een aantal geschikte voorbeelden voor uw klas.
 - o humor: [guerilla marketing](#)
 - o [zadelhoesjes](#)
 - o brochure: bekijk via [de beeldbank](#) onder het kopje 'brochure' en het subkopje 'consumers' de brochure *Centrum NL*.
 - o [stickers op lantarenpalen](#)
 - o lief: [hartjes in het verkeer](#)
 - o [Het Klokhuis: affiches](#) (kijk vanaf minuut 6 als je niet veel tijd hebt).
 - o een radiuitzending, bijvoorbeeld [Den Haag FM](#).
 - o een promotiefilm zoals uit de introductie op het thema
 9. Leerlingen zoeken met hun groepje nu zelf naar voorbeelden van promotie via internet of tijdschriften en plakken deze als woorden-en-beeldenweb rondom hun slogan.

Reflectievragen Onderzoek Promotie Den Haag

- Welke slogans kwamen in jullie brainstorm langs die eigenlijk niet kunnen?
- Om welke slogan moest je lachen?
- Waarom hebben jullie uiteindelijk voor deze slogan gekozen?
- Is wat jullie met je slogan beweren echt waar?
- Welke uitwerking van de slogan versterkt de tekst?

Uitvoeren

1. Ieder groepje bespreekt de gemaakte woorden-en-beeldenwebs en kiest één onderwerp dat ze gaan promoten.
2. Het groepje bedenkt samen op welke manier Den Haag met die slogan gepromoot wordt; denk aan de voorbeelden die ze eerder zagen en vonden.
3. Ieder groepje bereidt een pitch voor, waarin de medeleerlingen overtuigd worden van de kwaliteit van hun promotieactie. Een pitch is een korte presentatie van maximaal twee minuten. Ze denken na over de vorm en de rolverdeling binnen het groepje. Ze verwerken in hun pitch de slogan als yell.

Reflectievragen Uitvoeren Promotie Den Haag

- Welke promotievormen zijn afgefallen en waarom?
- Ben je door de promotieacties anders naar de stad gaan kijken? Licht toe.



- Hoe verliep het omzetten van jullie slogan tot een yell?
- Hoe heb je je laten inspireren door andere promoacties?
- Hoe is de keuze van de actie tot stand gekomen? Wat vind je van jullie uiteindelijke keuze?

Presenteren

- Ieder groepje filmt zijn pitch en zorgt ervoor dat deze maximaal twee minuten duurt.
- De filmpjes worden in de klas vertoond en van commentaar voorzien.
- Bepaal met de klas de top 3 van promotieactiviteiten en besluit met wie jullie deze delen: Den Haag Marketing, City Mondial of iets anders.
- Zet alle promotieactiviteiten op een website (zie handleiding), zodat ze kunnen worden gedeeld met anderen.

Reflectievragen Presenteren Promotie Den Haag

- Hoe verliep het maakproces van het filmpje? Licht toe.
- Waarin verschillen de pitches van elkaar?
- Ben je tevreden over de manier waarop de top 3 is samengesteld? Licht toe.

Evalueren

Bespreek met uw leerlingen het doorlopen proces aan de hand van onderstaande vragen:

- Waarom waren jullie een goed team?
- Maakt een goed team altijd een goede promotiecampagne?
- Werden sommige promotiecampagnes beter toen het op film stond?
- Op welke andere manier zou je Den Haag kunnen promoten? Denk aan de inzet van nieuwe media.
- Welke kwaliteiten moet een promotiemedewerker hebben? Is dat iets voor jou?

