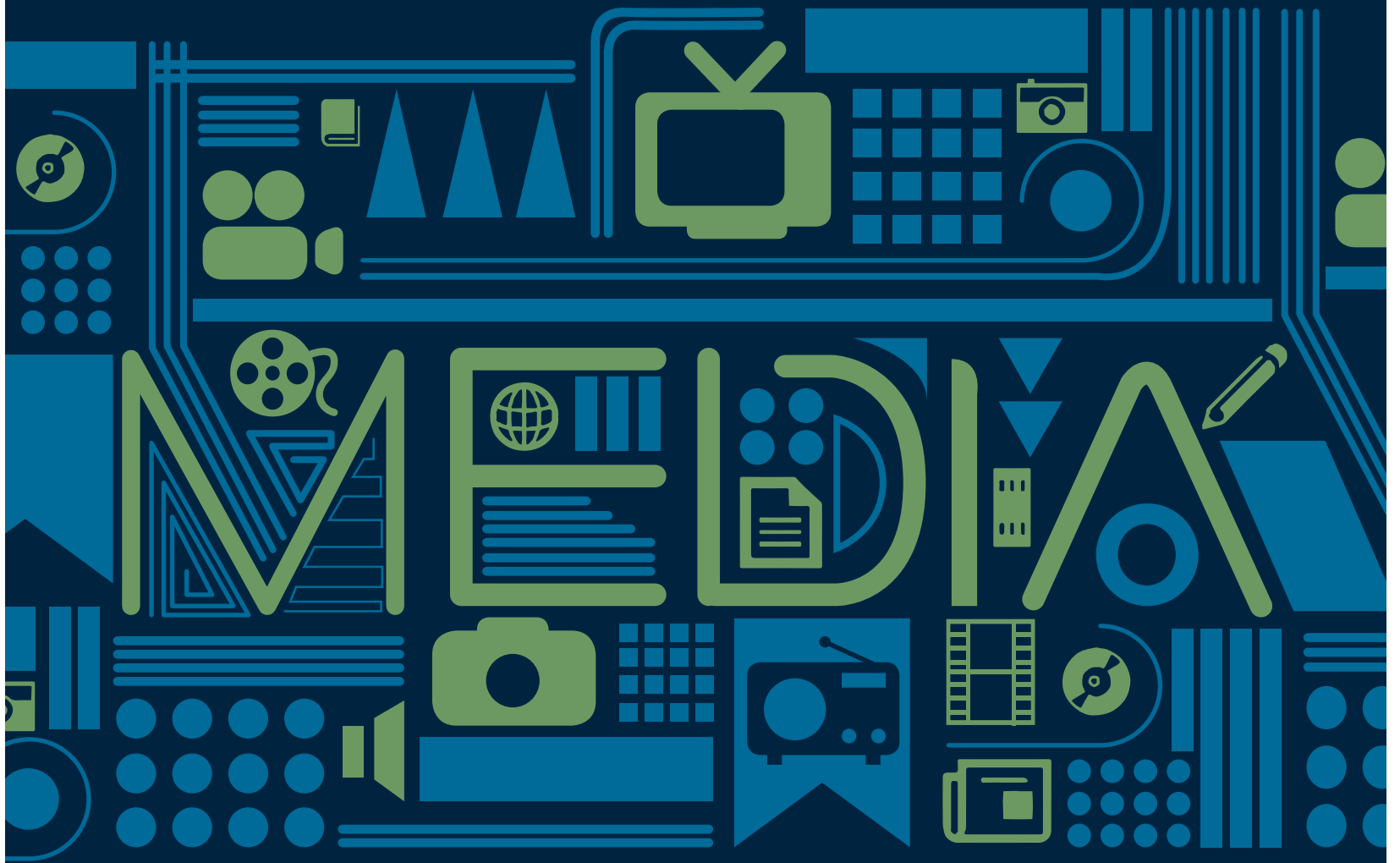


Kritisch omgaan met beelden in de klassieke media



**WORKSHOP VOOR SECUNDAIR
ONDERWIJS
DE TWEEDE GRAAD TSO**

	03	1. DOELSTELLINGEN VAN DEZE WORKSHOP
	03	1.1. Eindtermen en leerplandoelen
	03	1.2. Workshopdoelen
2. INLEIDING	04	
2.1. Hoe zit deze handleiding ineen?	04	
2.2. Start van de workshop	03	
	06	3. TELEVISIE
	07	3.1. Reality-tv
	08	3.2. Reclame: Quiz me quick-quiz
	10	3.3. Reality in Vlaanderen
4. FILM	11	
4.1. Gebaseerd op een waargebeurd verhaal	11	
4.2. De reclamecarrousel	12	
4.3. Kritische blik verwerven tegenover media dankzij film	12	
	14	5. UITSMIJTER
6. BIJLAGES	16	
Bijlage 1: samenvatting artikel 'Catfish'	16	
Bijlage 2: artikel Vlaamse reality	17	
Bijlage 3: infobundel 'A beautiful mind'	21	
Bijlage 4: infobundel 'Titanic'	23	
Bijlage 5: infobundel 'Anastasia'	25	
Bijlage 6: infobundel 'Pocahontas'	26	
Bijlage 7: naamkaartjes raadspel	27	
Bijlage 8: quizbordjes	28	
Bijlage 9: samenvatting voor leerlingen	32	
Bijlage 10: bronvermelding	33	

1. Doelstellingen van deze workshop

1.1. Eindtermen en leerplandoelen

Mediawijsheid speelt zowel in gemeenschapsonderwijs als onder de katholieke koepel een rol. Dit blijkt uit de leerplandoelen en uit de te bereiken eindtermen. Hieronder staan de doelen opgesomd die dienen als basis voor deze workshop rond klassieke media.

a Uit leerplan VKSO

Doelen taalvaardigheden

3 De leerlingen kunnen de OVUR-strategie toepassen:

- media en beeldtaal begrijpen en er kritisch mee omgaan: (uitvoeren/reflecteren)
- begrijpen hoe beelden betekenis krijgen
- begrijpen hoe die betekenissen invloed hebben op personen

(VKSO, 2012, blz. 12)

ICT-integratie

Mediawijsheid wordt hier opgevat in de zin van een bewuste en kritische houding ten opzichte van klassieke (televisie, radio, pers ...) media (...).

(VKSO, 2012, blz. 84)

b Uit leerplan GO!

Vakoverschrijdend

Het bespreekbaar stellen van reclame in de multimedia kan bijvoorbeeld een middel zijn om de kritische zin van de leerlingen te bevorderen. Op die manier geeft een vakoverschrijdende aanpak leerlingen de kansen om een volwaardige en constructieve rol te spelen in een multiculturele samenleving. Door hen te leren omgaan met nieuwe informatie- en communicatietechnologieën, helpen we de leerlingen om hun weg te vinden in een steeds vlugger en complexer evoluerende samenleving.

(GO!-onderwijs, 2012, blz. 8)

c Uit Vakoverschrijdende Eindtermen

gemeenschappelijk stam

11. kritisch denken: de leerlingen kunnen gegevens, handelwijzen en redeneringen ter discussie stellen aan de hand van relevante criteria;
12. Kritisch denken: de leerlingen zijn bekwaam om alternatieven af te wegen en een bewuste keuze te maken;
14. Mediawijsheid: de leerlingen gaan alert om met media.

Context 2: mentale gezondheid

8. Herkennen de impact van de cultuur- en kunstbeleving op het eigen gevoelsleven en gedrag en dat van anderen
(Vlaamse Overheid, 2010)

1.2. Workshopdoelen

Een workshop creëren, vergt echter meer dan basisdoelstellingen. Hieronder ziet u een opsomming van specifieke workshopdoelen. Deze lijst omvat de doelstellingen die u aan het eind van de workshop bereikt heeft, de zaken die de leerlingen moeten kennen en kunnen.





- De leerlingen plaatsen film en televisie onder de noemer klassieke media.
- De leerlingen uiten zich kritisch tegenover het waarheidsgehalte in waargebeurde films.
- De leerlingen bedenken na het bekijken van The Truman Show wat andere mogelijk gevaarlijke mediafenomenen zijn.
- De leerlingen leggen in eigen woorden uit waarom reality-tv minder echt is dan men denkt.
- De leerlingen geven aan dat er een strenge regelgeving rond reclame bestaat vanuit de Vlaamse Overheid na het spelen van de Quiz me quick-reclamequiz.
- De leerlingen vertellen waarom reclame hen al dan niet kan beïnvloeden.

2. Inleiding

2.1. Hoe zit deze handleiding ineen?

Hieronder vindt u meer uitleg terug over de opbouw van deze workshop. Er worden verschillende iconen en letterkleuren gebruikt om het geheel meer overzichtelijk te maken.

2.1.1. iconen

-  De leerlingen maken een opdracht.
-  De leerlingen zijn aan het woord, overleggen of discussiëren.
-  De leerlingen quizen.
-  De leerlingen brengen een opdracht voor hun medeleerlingen.

2.1.2. Lettertype

Wat in het blauw staat, zijn vragen of opdrachten die aan de leerlingen gericht zijn.

Wat in het fuchsia staat, zijn de antwoorden die de leerlingen zouden moeten geven.

Theoretische begrippen staan in het vet en kunnen extra nadruk gebruiken.

Wat schuin staat, is achtergrondinformatie voor de leerkracht.

Alles wat in normaal lettertype staat, is uitleg voor de leerkracht om de workshop in goede banen te leiden.

Opdrachten staan meestal in dit lettertype uitgetypt zodat u deze zelf kunt organiseren en overbrengen naar de leerlingen toe.

De klasschikking kiest u zelf. Deze workshop is perfect uitvoerbaar zonder banken en stoelen. Een groenbord of smartboard en beamer zijn wenselijk voor de opdrachten waarbij veel tekst gemoeid is, zoals bij de quiz.

2.2. Start van de workshop

Opdracht: Raadsel in duo's

Alle leerlingen krijgen bij het binnenkomen van het lokaal een naamkaartje (*zie bijlage*) opgespeld op de rug. Op dat naamkaartje staat de naam te lezen van een bekend mediafiguur, ze mogen niet weten wiens naam op hun rug staat. De kaartjes komen in vier verschillende kleuren, die later van pas komen tijdens groepsopdrachten. Onder de mediafiguren bevinden zich bekende radiofiguren, acteurs, redacteurs van dagbladen, fotografen... Aan de leerlingen om erachter te komen wie ze zijn door om de beurt gerichte vragen te stellen.

Geef de leerlingen de opdracht duo's te vormen. Ze mogen weten welke naam er op de rug van hun partner staat, maar niet wie op de eigen rug staat. Op het naamkaartje staat telkens extra info over de persoon voor het geval de leerlingen deze niet kennen. Om de beurt stellen de leerlingen elkaar een vraag over wie ze zijn. Dit doen ze tot beide leerlingen geraden hebben wie op hun ruggen staan.

Enmaal iedereen even heeft kunnen raden en een paar groepjes klaar zijn, roept u alle studenten samen.

U stelt hen vragen over hun personage.

Wie staan er op jullie naamkaartjes? Wat is hun beroep? In welke sector zijn ze werkzaam?

Het zijn stuk voor stuk figuren die werkzaam zijn in de media.

Zo komen de leerlingen tot het thema van de workshop: media.

Vandaag gaat het specifiek over klassieke media.


Wat zijn de klassieke media?

Tip: herinner de leerlingen aan hun naamkaartjes, welke sectoren kwamen aan bod?

Onder '**klassieke media**' verstaan we radio, tv en de pers (dag- en weekbladen), film en fotografie.

Nieuwe media daarentegen zijn de digitale media. Deze komen uitgebreid aan bod in een andere workshop.

Opdracht: sorteren van mediavormen in groepen

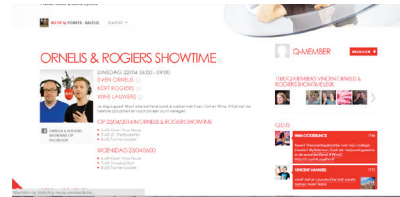
 Laat de leerlingen de verschillende vertakkingen van de hierboven opgesomde mediavormen sorteren van 'echt' naar 'onecht' aan de hand van kaartjes. Wat vinden zij geloofwaardig en wat net niet? De leerlingen gaan in vier groepen zitten, ingedeeld op basis van de kleur van hun naamkaartje. Elke groep krijgt een stapeltje met onderstaande afbeeldingen, aan hen om ze van echt (links) naar onecht (rechts) te sorteren.

Wat hebben jullie helemaal links (echt) geplaatst?

Wat vonden jullie dan weer het meest onecht?



Avondprogramma 'Gunther D.'
op Studio Brussel
(Studio Brussel, 2014)



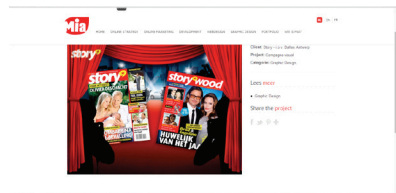
Ochtendprogramma 'Ornelis & Rogiers Showtime' op Q-Music
(Q-Music, 2014)



Dagelijkse nieuwsrubriek
'het Journaal' op één
(één, 2014)



Bekende soap 'Familie' op vtm
(vtm, 2014)



Weekblad Story met bijlage Storywood
(artikels over Hollywoodsterren)
(mia, 2014)



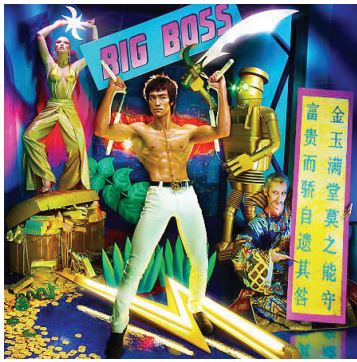
Interview met Regine Beer in weekblad Knack
(Knack, 2014)



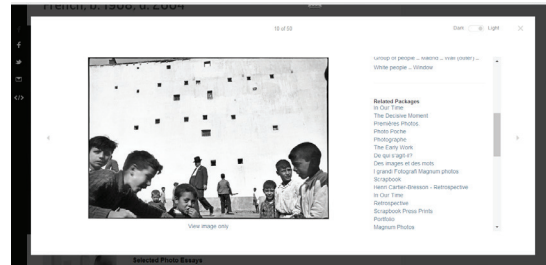
Kaskraker 'Titanic', gebaseerd op de
historie van het gelijknamig schip
(Forbes, 2012)



Populaire film 'High School Musical'
(Iron on Stickers, 2014)



'Bruce Lee' door Hollywoodfotograaf David LaChapelle (LaChapelle)



Titelloze foto van Henri Cartier-Bresson (Cartier-Bresson, H.)

3. Televisie

Een eindeloos aanbod om uit te kiezen

Opdracht: Wat is reality?



De leerlingen zitten nog steeds in groepjes volgens het kleur van hun opgespeld personage. Elke groep krijgt een A3-blad en een balpen.

Welke televisiestations in België kennen jullie? Noteer ze op het blad. Hoeveel hebben jullie er gevonden?

2BE	Jim	studio 100 tv
Acht	MTV	Vier
regionale zenders (ATV, WTV, AVS)	op12	VTM
Canvas	TMF	Vijf
één	Prime	Vitaya

Dit is slechts een greep uit het (grotendeels ook digitale) aanbod.

Op welk van de zenders die jullie hebben opgeschreven, kan je ook reality-programma's bekijken? Omcirkel deze zenders. U zult merken dat zo goed als elke zender zal worden omcirkeld.



Omschrijf nu in drie woorden wat reality-tv precies inhoudt.

Reality-tv is: niet geregisseerd, een televisieprogramma, een mix van soap en documentaire, menselijke interactie staat centraal, er zijn (soms verborgen) camera's aanwezig...

Is er een regisseur nodig om aanwijzingen te geven tijdens het maken van een reality-serie?

Nee, want als er iemand is die de boel stuurt en aanwijzingen geeft, is het niet meer 'real'.

Waar ergens in de verschillende vertakkingen van de mediavormen gesorteerd van 'echt' naar 'onecht' zouden jullie reality-tv plaatsen?

De leerlingen schuiven de twee kaartjes (bijvoorbeeld tussen 'Familie' en het Knack-interview in) waartussen ze reality-tv plaatsen duidelijk uit elkaar.

3.1. Reality-tv

Hoe kritisch staan jongeren tegenover reality?

3.1.1. MTV: Jersey Shore

Het reilen en zeilen van acht Amerikanen van Italiaanse afkomst



Wie van jullie kent 'Jersey Shore' of 'Geordie Shore'? Vertel er wat over voor wie het niet kent.

Een achttal mensen, vier jongens en vier meisjes, worden samen in een huis geplaatst. De jongeren gaan elke avond uit en beleven de meest marginale momenten live voor de camera.

Bekijk het introductiefilmpje op het programma (in de fuchsia kader hieronder). Na het bekijken: [is dit volgens jullie reality-tv of fake tv?](#)

Toon na het antwoord ook het tweede filmpje: 'waarom 'Jersey Shore' fake is'.

Na het bekijken: [waarom is dit geen reality meer?](#)

Er is een **regisseur** aanwezig die de boel **manipuleert**. Een voorwaarde voor reality-tv is de afwezigheid van een regisseur. Wanneer iemand de gebeurtenissen stuurt, kijk je niet langer naar oprechte menselijke interacties en gebeurtenissen.

Elk mediaproduct heeft drie verschillende spelers in het proces waarmee het rekening moet worden gehouden: de **opdrachtgever**, de **maker** en de **kijker**. Welke speler zou moeten worden uitgeschakeld bij 'echte' reality?

De maker zou niet aanwezig mogen zijn. Een opdrachtgever kan het concept bedenken en uitvoeren. Kijkers zijn natuurlijk ook cruciaal. Er mag echter geen maker zijn die de boel stuurt.

Duiding met filmpje
Wat is Geordie Shore?

<http://www.youtube.com/watch?v=rsKdjh6FtfQ>

Waarom Jersey Shore fake is.

<http://1079ishot.com/jersey-shore-exposed-video-proof-shows-the-mtv-reality-show-is-a-sham-video/>

3.1.2. MTV: Catfish

Gebaseerd op een documentaire ('Catfish') en met echte verhalen in de hoofdrol dus wel real?

Indien u het programma zelf niet kent, lees dan eerst 'Catfish: wat?' op de volgende pagina.



Wie kent het televisieprogramma 'Catfish'? Steek je hand in de lucht als je het programma kent.

Opdracht: Beeld het verloop van televisieprogramma 'Catfish' uit

Selecteer drie leerlingen die het concept kennen. Deze drie leerlingen krijgen vijf minuten de tijd om in maximum drie korte scènes aan te tonen hoe een aflevering van het tv programma verloopt. Neem de leerlingen mee naar een apart lokaal (of de gang) en vertel hen dat zij in twee of drie korte taferelen moeten uitbeelden hoe 'Catfish' in zijn werk gaat.

Een mogelijk verloop zou kunnen zijn:

1. Een jongen vraagt zich af of het meisje waarmee hij al twee jaar chat echt zou bestaan of het een fake profiel is. Hij schakelt de hulp van Nev in.
2. Neve gaat online op zoek naar antwoorden.
3. De jongen wordt geconfronteerd met een dertigjarige man in plaats van het twintigjarige meisje waarmee hij dacht te chatten.

Terwijl de leerlingen hun stuk voorbereiden, houdt u een klasgesprek met de andere leerlingen.

U informeert naar welke andere reality-programma's ze kennen.

Welke reality-programma's kennen jullie? Wat vinden jullie leuk aan reality-programma's?
Welke volgen jullie op de voet?

Hou het klassengesprek aan de gang tot de leerlingen die uitbeelden klaar zijn.
Daarna tonen zij via korte taferelen de essentie van 'Cattfish' aan hun medestudenten.
Wat hebben jullie gezien? Wie vertelt nu waarover 'Cattfish' gaat?

Indien het enkele leerlingen nog steeds niet goed weten waarover het gaat, kunt het introductiefilmpje (zie fuchsia kader) tonen. Is ook dit niet duidelijk genoeg, dan legt u woordelijk uit waarover dit programma gaat.



Cattfish: wat?

Mensen die al enkele jaren online daten, willen weten of ze met een oprecht persoon of vals profiel te maken hebben. Vaak worden ze wantrouwig wanneer de andere nooit in real life wil of kan afspreken. Het werkwoord 'to catfish' betekent iemand via valse verhalen online proberen te strikken. Nev Schulman en Max Joseph worden gecontacteerd door mensen die de waarheid achter hun online relatie of vriendschap willen achterhalen. Eerst verrichten ze onderzoek en daarna proberen ze een face-to-face meeting te regelen. De reality-serie werd gelanceerd na het uitbrengen van de gelijknamige documentaire waarin Nev zelf onderzoekt of zijn chatlief echt bestaat.

Opdracht: artikel lezen en essentie aanduiden als basis voor klasgesprek

U heeft de samenvatting van een artikel over 'Cattfish' mee (zie bijlage). Die deelt u uit aan de leerlingen. Elke student leest de tekst en onderstreept daarbij de belangrijkste gedachten.




Doet dit af aan de geloofwaardigheid van het programma? Zouden jullie het programma nog steeds willen zien na het lezen van deze tekst?



Bekijk nu opnieuw de volgorde waarin jullie de mediavormen hebben gesorteerd van echt naar onecht. Zouden jullie reality-tv nu een andere plaats toekennen in het rijtje? Waarom?

3.2. Dan is het nu tijd voor... Reclame!

Opdracht: Quiz me quick-reclamequiz

 De jongeren zitten nog steeds gegroepeerd volgens het kleur van hun naamkaartje. Elk team kiest een groepsnaam uit die te maken heeft met media. Dit kan een tv-programma zijn, een bekende fotograaf, de naam van een krant... De teamnamen worden aan bord geplaatst om de tussenstand bij te kunnen houden. Elke groep krijgt vier bordjes met daarop de afbeeldingen van een radio-, televisie-, filmfiguur en een fotograaf. In plaats van de gewoonlijke a, b, c en d gebruiken we hier de noemers film, tv, radio en foto. De leerlingen steken het bordje van de figuur die bij het juiste antwoord hoort in de lucht. (Bijvoorbeeld wanneer het juiste antwoord bij tv staat, dan houden ze het bordje met de televisiefiguur op omhoog.) De quiz telt twee rondes. De groep die aan het einde de hoogste score heeft behaald, wint.

Ronde één: HOU JE AAN DE REGELS!

Hoeveel reclame mag een televisiezender uitzenden per uur?

- ✗ film: Televisiezenders mogen per uur maximaal 6 minuten reclame uitzenden.
- ✓ tv: Televisiezenders mogen per uur maximaal 12 minuten reclame uitzenden.
- ✗ radio: Televisiezenders mogen per uur maximaal 18 minuten reclame uitzenden.
- ✗ foto: Televisiezenders mogen per uur maximaal 22 minuten reclame uitzenden.

Hoeveel reclame mag de openbare omroep uitzenden per uur?

- ✓ film: De openbare omroep mag geen reclame uitzenden op tv.
- ✗ tv: De openbare omroep heeft geen regels opgelegd gekregen in verband met reclame.
- ✗ radio: De openbare omroep mag per uur maximaal 6 minuten reclame uitzenden.
- ✗ foto: De openbare omroep mag per uur maximaal 12 minuten reclame uitzenden.

Hoe vaak en wanneer mag een televisieprogramma onderbroken worden voor reclame?

- ✗ film: De zenders mogen de programma's slechts één maal onderbreken, net in de helft van het programma.
- ✗ tv: De zenders mogen de programma's tweemaal onderbreken. Wanneer precies, dat kiezen ze zelf.
- ✗ radio: De zenders mogen de programma's driemaal onderbreken, met evenredig verdeelde kijktijd tussen de reclames door.
- ✓ foto: De zenders beslissen zelf hoe vaak en wanneer ze de programma's onderbreken.

Wanneer mogen films en nieuwsprogramma's onderbroken worden voor reclame?

- ✗ film: Films en nieuwsprogramma's mogen slechts één keer per geprogrammeerde tijdsduur van 20 minuten onderbroken worden.
- ✓ tv: Films en nieuwsprogramma's mogen slechts één keer per geprogrammeerde tijdsduur van 30 minuten onderbroken worden.
- ✗ radio: Films en nieuwsprogramma's mogen twee keer per geprogrammeerde tijdsduur van 40 minuten onderbroken worden.
- ✗ foto: Er bestaan hier geen regels over.

Mag reclame rond kinderprogramma's?

- ✗ film: Reclame en kinderprogramma's geen niet samen: hier is reclame volledig verboden.
- ✗ tv: Kinderprogramma's mogen worden onderbroken voor reclame. Dezelfde regels gelden hier als voor andere tv-programma's.
- ✓ radio: Kinderprogramma's mogen niet worden onderbroken voor reclame, voor en na de kinderprogramma's mag wel reclame worden uitgezonden.
- ✗ foto: Kinderprogramma's mogen worden onderbroken voor reclame, voor en na de kinderprogramma's mag echter geen reclame worden uitgezonden.

Mag reclame op Ketnet?

- ✓ film: Op Ketnet mag geen reclame worden uitgezonden.
- ✗ tv: Op Ketnet mag enkel reclame voor gezonde producten om de kinderen een goede levensstijl mee te geven.
- ✗ radio: Op Ketnet bestaan geen regels rond reclame omdat ze deel uitmaken van de openbare omroepzenders.
- ✗ foto: Ook hier mogen kinderprogramma's niet worden onderbroken voor reclame, voor en na de kinderprogramma's mag wel reclame worden uitgezonden.

Is productplaatsing toegestaan voor alle producten?

- ✗ film: Ja
- ✗ tv: Ja, maar dit geldt enkel voor de commerciële zenders
- ✗ radio: Neen, merken mogen sowieso niet in beeld komen tijdens een serie omdat dit de kijkers kan beïnvloeden
- ✓ foto: Neen, programma's mogen in geen geval productplaatsing bevatten voor:
 - tabaksproducten of sigaretten
 - specifieke geneesmiddelen op voorschrift

Kan er reclame gemaakt worden voor religies?

- ✓ film: Ja
- ✗ tv: Ja, maar enkel voor de in België erkende godsdiensten
- ✗ radio: Ja, maar enkel voor godsdiensten die minder dan 5000 leden tellen om de populariteit omhoog te helpen
- ✗ foto: Neen, dit is verboden

Ronde twee: VERTEL ME IETS WAT IK NOG NIET WEET

In deze ronde mag elk team een vraag opstellen over iets wat zij weten op mediagebied, maar waarvan ze denken dat hun klasgenoten het niet zullen weten. Ze stellen een vraag en vier mogelijke antwoorden op. Daarna overlopen we alle vragen. Zo zal elk team in deze ronde zeker één punt scoren.

Einde van deze reclameonderbreking!

3.3. Reality in Vlaanderen

Is alles echter en authentiek op eigen bodem?

Opdracht: artikel lezen en tableau vivant uitvoeren op basis van het gelezene

U gebruikt het Humo-artikel 'Demasqué van de *reality-tv*' om aan te tonen dat reality ook in België niet zo real is als we denken. Het artikel is in verschillende delen geknipt. De leerlingen krijgen per groepje één deel van dit artikel. Hieruit halen ze negatieve aspecten van het fenomeen reality-tv en ondersteunen dit met voorbeelden uit de tekst.



Indien u een grote klasgroep heeft, kunt u de fragmenten meerdere malen afdrukken en hetzelfde fragment twee keer uitdelen. Bij groepen die taalonzeker zijn, kunt u ervoor kiezen grotere groepen te maken die het fragment bespreken.

Eenmaal de tekst gelezen is, kiezen de leerlingen de essentie uit hun fragment, het stukje tekst dat hen het meest verbaasde of aansprak. Vervolgens beelden ze dit uit in een tableau vivant. Het tableau vivant of levend schilderij is een theatervorm waarbij men een situatie uitbeeldt zonder woorden, noch beweging. Het lijkt als het ware alsof u naar een schilderij kijkt.



Iedereen krijgt genoeg tijd om dit tableau vivant voor te bereiden. Daarna komt elk groepje om de beurt vooraan uitbeelden. De medeleerlingen raden telkens waarover het tableau (en dus het fragment) ging. Na het raden, krijgen ze meer uitleg over het artikel van de leerlingen vooraan. Fragmenten van het artikel vindt u in bijlage.

4. Film

4.1. Gebaseerd op een waargebeurd verhaal

Hoe kritisch staan jongeren tegenover films?

Hebben jullie ooit de zin 'based on a true story' zien verschijnen wanneer je naar een film kijkt?

Bij welke films? Wat betekent die zin eigenlijk, 'based on a true story'?

De film is een mix van feiten en fantasie. Soms wordt de waarheid wat aangedikt zodat de kijkers voortdurend geprikkeld worden. Dit is vooral het geval bij Hollywood-films waarbij actie centraal staat.

Opdracht: debat met als centrale vraag 'Hoe true moet een true story zijn?'



Een vijftal leerlingen worden willekeurig geselecteerd uit de groep. Dit worden de deelnemers van het klasdebat. Eén van de vijf deelnemers zal het debat modereren. De moderator krijgt briefjes met daarop de discussievragen. Hij of zij beslist wanneer er wordt overgegaan naar de volgende vraag en wie aan het woord komt tijdens het debat. De vier anderen debatteren over de discussievragen.

Wanneer discussie vastloopt of iemand uit het publiek het absoluut niet eens is met wat vooraan wordt gezegd, kunnen de toeschouwers het woord nemen door hun hand in de lucht te steken.

Loopt de discussie vaak vast, dan kan u na de eerste twee discussievragen vijf andere leerlingen naar voor laten komen.

Discussievragen:

- Kan een film **objectief** zijn?
- Mag een gebeurtenis uit een 'waargebeurde' film compleet verzonnen zijn?
- Mag het verhaal rond een bestaand personage verzonnen zijn?
- Mag de pointe (het einde, de clue) van deze film compleet verzonnen zijn?
- Bijvraag: kan een Disneyfilm gebaseerd zijn op een waargebeurd verhaal?

Eerst houden we een debat met deze vragen als houvast. Aan het einde gaan we even terug naar de eerste vraag. 'Kan een film **objectief** zijn?'. Het antwoord op deze vraag is 'nee'. Weet iemand waarom?

Een film wordt steeds gemaakt door iemand, het is iemands visie en is daarom automatisch **subjectief**. Films zijn dus nooit objectief.

Opdracht: Jigsaw met expertgroepen

De leerlingen worden opgedeeld in vier groepen (los van hun kleur): de jarigen in januari-maart vormen één groep, april-juni vormt groep twee, de derde groep bestaat uit leerlingen die verjaren in juli-september en de laatste groep zijn diegenen die jarig zijn in oktober-december.

Elk groepje krijgt een infobundel (zie bijlage) over één van de vier onderstaande onderwerpen.

Hieronder staat de informatie over elke infobundel kort samengevat voor de leerkracht.

1. Soms neemt de regisseur een loopje met de gebeurtenissen of erger nog: met iemands leven. In 'A beautiful mind' (Ron Howard, 2001) wordt het hoofdpersonage als hallucinerende halve gek, volgepompt met medicatie, afgeschilderd. Dat hoewel hij helemaal geen hallucinaties had en na korte tijd stopte met het nemen van pillen.

2. In 'Titanic' (James Cameron, 1997) slaat een crewlid compleet door wanneer het schip op zinken staat. Hij vermoordt twee mensen vooraleer hij zichzelf neerschiet. In het echte leven was Murdoch echter een held die talloze mensen op het schip heeft gered. Terwijl hij zijn medepassagiers van de dood redde, verdrong Murdoch.

3. Veel Disneyfilms zijn gebaseerd op sprookjes of verzonnen verhalen, soms halen de makers echter hun mosterd bij een waargebeurd verhaal. Neem bijvoorbeeld de Indiaanse prinses Pocahontas (Eric Goldberg, 1995). Zij bestond niet enkel in het echte leven, ze ontmoette als kind ook wel degelijk John Smith. Smith vertrok opnieuw richting Engeland en liet Pocahontas achter, net als in de film. Na hem kwamen andere Engelsmannen die de prinses op haar zeventiende ontvoerden naar hun thuisbasis. Daar huwde ze plantageigenaar John Rolfe en stierf kort na de geboorte van hun eerste kind.

4. Misschien zag je als kind de tekenfilm 'Anastasia' (Garry Goldman, 1997). Ook hier diende de werkelijkheid als basis voor de kindersfilm. De Romanovs behoorden tot de tsarenfamilie die leefde in grote weelde aan het begin van de 20ste eeuw. Na opstanden van de communistische beweging in Rusland werd het gezin ontvoerd en geëxecuteerd. In het massagraf ontbrak één lijk, niet dat van de jongste dochter Anastasia, maar dat van haar zus Maria. Sindsdien meldden zich tal van mogelijke erfgenamen aan die claimden Maria of Anastasia te zijn. De echte meisjes zijn hoogstwaarschijnlijk samen met hun familie gestorven.

Na het doornemen van de bundel, vatten de leerlingen in enkele woorden samen wat er eigenlijk wordt gezegd. [Waarom verschilt de filmversie van het echte leven? Overleg in groep wat je te weten bent gekomen na het lezen van de bundel.](#)



Van zodra de teksten woordelijk zijn samengevat, haalt u de groepen opnieuw dooreen. Elke groep telt nu vier leden: uit elk van de originele groepen zit er één lid in deze nieuwe groep. Deze vier experts vertellen elkaar om de beurt wat ze te weten zijn gekomen, vertellen elkaar het ware verhaal achter de film. De groepen die sneller klaar zijn, bediscussiëren de vraag of het spelen met geschiedenis om een film te maken al dan niet door de beugel kan.

4.2. Dan is het nu tijd voor... Reclame!

De commerciële zenders geven steeds reclamepauzes tussen de film in. Wat vinden leerlingen eigenlijk van reclame?

Opdracht: carroussel met als centrale vraag 'is reclame beïnvloedbaar?'



De leerlingen staan in twee cirkels: een binnencirkel en daarrond een buitencirkel met telkens een gelijk aantal leerlingen. De studenten van de binnencirkel staan met hun gezicht naar de buitenzijde, de leerlingen uit de buitencirkel doen het omgekeerde. Zo staan de twee cirkels met gezicht naar elkaar gericht. De leerkracht stelt een aantal vragen, na het bespreken van de vraag met zijn of haar voorbuur, schuift de leerling uit de buitencirkel één stapje op zodat de volgende discussie met een andere medeleerling kan worden gevoerd.

Vragen over reclame

1. Denk je dat spullen je kunnen helpen om een betere (sterkere, stoerdere, leukere, mooiere...) versie te worden van jezelf?
2. Wie heeft ooit al iets gekocht omdat hij of zij er reclame voor zag?
3. Waaraan ligt dat, dat reclamemakers je hiervan kunnen overtuigen?
4. Welke spot vinden jullie goed? Waarom?
5. Is er een merk dat altijd met goeie reclames komt?
6. Kan reclame mensen beïnvloeden?

Einde van deze reclameonderbreking!

4.3. Een kritische blik verwerven tegenover media dankzij film

4.3.1. Welcome to The Truman Show

Wat als blijkt dat niets in jouw leven echt is?

Toon het begin van de 'The Truman Show' tot aan 19:25.

[Waarover gaat deze film?](#)

Een verzekeraar ontdekt dat zijn complete leven een in scène gezette tv-show is die de mensen uit de echte wereld kunnen volgen.

[Iedereen neemt pen en papier en beantwoordt de volgende vragen individueel.](#)



1. Hoe zou jij reageren wanneer je plots doorhebt dat je hele leven opgezet spel is?
2. Vanuit welke kritiek zou de maker deze film hebben bedacht en gemaakt?
3. In welke film of serie zou jij graag de hoofdrol spelen (ervan uitgaande dat het geen serie is maar echt jouw leven)?
4. Bedenk nu elk een fenomeen in de media dat jullie stoort. Of wat kan er gebeuren als je bepaalde zaken verder zou uitvergrooten naar de toekomst toe?

Net zoals de makers hier het concept 'Big Brother' hebben uitvergroot door een geheel eigen wereld te creëren waarin Truman geboren wordt.



De leerkracht haalt de papieren op en deelt ze opnieuw, lukraak, uit.

Iedere leerling gaat nu aan de slag met het antwoord op de laatste vraag.

Bekijk het antwoord op de laatste vraag. Bedenk nu een verhaal dat kan dienen als basis voor een film waarin dit potentieel gevaarlijk mediafenomeen centraal staat. Jullie tekst moet kunnen dienen als achterflap van een dvd. Maak de tekst dus spannend genoeg zodat je kijkers kunt overtuigen deze film te bekijken. Naast een verhaal, bedenk je natuurlijk ook een passende titel voor je film. De tekst is tussen de vier en acht regels lang.

Snelle werkers kunnen een meer uitgebreide tekst schrijven of voorflap designen.

Eenmaal geschreven, worden de achterflapteksten door twee verschillende leerlingen gelezen. U kunt dit via hun klasnummer doen: nummer één geeft zijn tekst door aan nummer twee, nummer twee aan nummer drie...

Zij kunnen, indien nodig, zaken aanpassen om het verhaal nog spannender te maken.

Nadat alles tweemaal werd doorgegeven, vraagt u of iemand de film zou willen bekijken waarvan hij de achterflap heeft gelezen. Laat de leerlingen die hun hand opsteken, vertellen waarover het verhaal ging.

Wie zou een film willen bekijken op basis van de achterflap die je las? Lees voor. Vinden de anderen dit ook een potentieel gevaarlijk mediafenomeen?

4.3.2. Truman en de hyperrealiteit

De makers van 'The Truman Show' hebben het concept 'Big Brother' uitvergroot door een geheel eigen wereld te creëren waarin Truman geboren wordt. De media vormen Trumans leven en zijn gehele beleving. Franse filosoof Jean Baudrillard vreest dat ons hetzelfde aan het overkomen is, hij noemt het **'hyperrealiteit'**. Wat zou dit willen zeggen?

De leerlingen zullen waarschijnlijk niet zelf tot een definitie komen, u zult hen moeten sturen of het zelf vertellen.

Men spreekt van hyperrealiteit wanneer belevingen in het echte leven gebaseerd worden op media: televisie, reclame... Het contact met de werkelijke wereld gaat verloren en we baseren ons op wat we uit valse en gemanipuleerde beelden (alles in de media is iemands visie en dus subjectief) halen.

Zo wandelde een kind nooit door een echt bos, maar zag wel reclame van shampoo met de geur van natuur op televisie. Wanneer ze het bos doorwandelt, zegt het meisje dat het bos naar shampoo ruikt.

Iedereen weet hoe Afrika eruit ziet en heeft een duidelijk beeld van hongerige kindjes en lemen hutjes voor zich.

Afrika is veel meer en op veel plaatsen ook veel meer ontwikkeld dan het beeld dat de media ons geven.

Kunnen jullie zelf een voorbeeld bedenken van hyperrealiteit? Hadden jullie ooit al een moment waarop je het gevoel had dat je iets herkende, enkel door het in de media gezien te hebben?

Leerlingen geven eigen voorbeelden.

5. Uitsmijter



Aan het einde van de workshop houdt u een klassengesprek om te zien in hoeverre de workshop een impact heeft gehad op de leerlingen. Laat de leerlingen in een kring zitten zodat u een gemoedelijke sfeer bereikt. Is het doel, de jongeren kritischer te laten kijken naar media en reclame, bereikt? We stellen bij elk doel een passende vraag om te zien of dat bereikt werd.

1. Heeft de workshop jullie visie op tv en reality veranderd?

De leerlingen leggen in eigen woorden uit waarom reality-tv minder echt is dan men denkt.

2. Weten jullie wat de klassieke media precies inhouden?

De leerlingen plaatsen film en televisie onder de noemer klassieke media.

3. Wat denken jullie vanaf nu bij het zien van de zin 'based on a true story'?

De leerlingen uiten zich kritisch tegenover het waarheidsgehalte in waargebeurde films.

4. Waarover ging The Truman Show?

De leerlingen bedenken na het bekijken van The Truman Show wat andere mogelijk gevaarlijke mediafenomenen zijn.

5. Is de regelgeving in België rond reclame strenger of net minder streng dan gedacht?

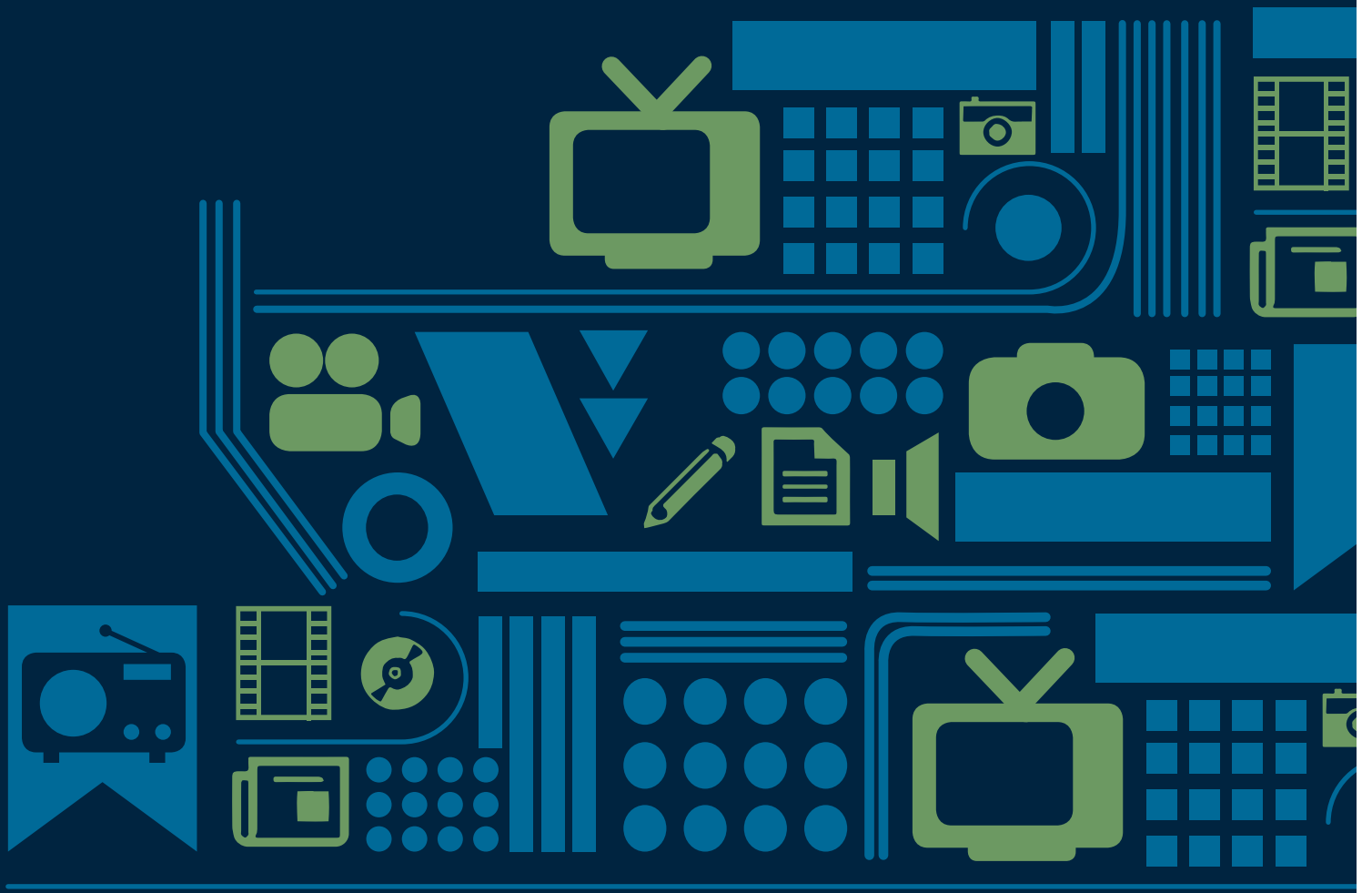
De leerlingen geven aan dat er een strenge regelgeving rond reclame bestaat vanuit de Vlaamse Overheid na het spelen van de Quiz me quick-reclamequiz.

6. Slagen reclamecampagnes erin jullie te beïnvloeden? (Als je bijvoorbeeld een aandoenlijke spot ziet om te storten op de rekening van Unicef.)

De leerlingen vertellen waarom reclame hen al dan niet kan beïnvloeden.

Aan het einde van de workshop overloopt u samen met hen het samenvattingsblad 'de 7 pijlers van klassieke media: televisie en film'. Zo krijgen de leerlingen de theoretische essentie van deze workshop mee naar huis.

Het ingevulde samenvattingsblad vindt u terug in bijlage.



6. Bijlage

Bijlage 1: Samenvatting artikel 'Catfish'

Hoe echt is Catfish?

De serie wordt opgebouwd volgens een vaste structuur waarbij de 'onschuldige' aan het begin van de aflevering hulp vraagt aan Nev en Max. Na contact met meerdere personen uit het eerste seizoen blijkt echter dat de producers worden gecontacteerd door de persoon die achter het vals profiel schuilt. Bijgevolg weten zij meteen hoe de vork aan de steel zit.

Het wordt nog een tikkeltje erger: de producers werden niet enkel gecontacteerd door de 'valse' persoon, ze hebben op voorhand ook al met alle betrokken partijen samengezeten. Zowel de *catfisher* als *catfishee* weten op voorhand dat ze zullen worden gecontacteerd en er sowieso een tweede ontmoeting volgt. Dat maakt alles al een heel pak minder spannend.

Nev en Max, die op speurtocht naar de waarheid gaan, weten op voorhand niet hoe de situatie ineenzit. Het speurgedeelte blijft onvervalste televisie. Nog iets vreemds aan *Catfish* is de noodzaak die de makers voelen om de twee centrale personen steeds als koppel te portretteren. Iets wat de twee dames, waarvan één van beide niet eens lesbisch geaard was, minder konden appreciëren bij het zien van hun aflevering.

Aan het einde van de aflevering achterhalen Nev en Max steeds de psychologische redenen die de persoon achter het vals profiel dreven, waardoor je als kijker beter snapt waarom hij of zij dat valse profiel heeft aangemaakt. Deze redenen overtuigen de kijkers echter niet altijd. Getuige hiervan is een *catfisher* die sinds de uitzending tonnen haatmail krijgt. De ware redenen van zijn gedrag werden zorgvuldig uit de aflevering geknipt, waardoor het publiek een compleet vertekend beeld heeft verkregen van die persoon. Psychologe Tamyra Pierce zegt dat dit gevoel van onmacht grote wonden kan slaan in het zelfbeeld van de participanten.

Mensen die zich kandidaat stellen voor reality-tv willen graag op tv komen en zetten bepaalde karaktertrekken extra in de verf om zeker gecast te worden. Als de mensen die gecast worden helemaal niet echt zijn, hoe kan een show waarin enkel zulke mensen meedoen dan wel echt lijken?

Sarah Greyson, zelf deelgenomen aan realityshow, zegt dat kijkers maar al te goed weten dat 'reality-tv' in scène is gezet. We zijn kritische kijkers geworden die genieten van een serie, maar terzelfdertijd goed beseffen dat we alles met een flinke korrel zout moeten nemen.

Een positieve noot is dat de deelnemers het kijkend tienerpubliek willen aanmoedigen zelf gewoon hun eigen echte leven te leiden, in plaats van zich online anders voor te doen. *Catfish* is veel echter dan andere programma's uit de MTV-stal, dus met *Catfish* gaan we voorzichtig weer de meer authentieke kant op.

(Lutes, A., 2013)

Bijlage 2: Artikel bij tableau vivant-opdracht Vlaamse reality

Van het kastje naar de muur: demasqué van de reality-tv

Maandag 30 januari 2012 - 10u18, door (ps)

'Expeditie Robinson', 'Big Brother', 'Boek zkt vrouw', 'Peking Express': de voorbije vijftien jaar overheersten realityshows wereldwijd de kijkcijfertabellen.

Meer dan eens zijn de grenzen van het genre al verlegd én overschreden. Steeds vaker duiken verhalen op over zogenoemde wurgcontracten. Steeds weer laten kandidaten weten dat ze zich misbruikt voelen. En steeds meer lijken psychologen achter de schermen hun boekje te buiten te gaan. Hoe zit het nu eigenlijk? Op die prangende vraag geeft Humo vanaf deze week het niet zelden verbijsterende antwoord.



'Het zijn kandidaten, geen mensen.'

Beginnen doen we met het reilen en zeilen achter de schermen van de realitytelevisie. Want op het scherm mogen we misschien genieten van de schone schijn, de werkelijkheid is niet altijd even fraai. (...)

De term 'reality-tv' werd begin jaren negentig internationaal populair dankzij de docusoap. In tegenstelling tot traditionele documentaires, die de wereld laten zien om hem te kunnen verbeteren, wilde de docusoap niet analyseren of interpreteren. Het was: observeren wat er gebeurde en er eventueel een commentaarstem overheen zetten. Voorbeelden van zulke programma's waren vanaf eind jaren negentig bij ons te zien in de VRT-reeks 'Het leven zoals het is', die zich onder meer afspeelde op een camping, in een autorijkschool, een kinderziekenhuis, een luchthaven.

Leo De Bock was in 1997 verantwoordelijk voor de documentaires van de VRT en klom in de daaropvolgende jaren op tot netmanager van Canvas/Ketnet en hoofd van de televisienieuwsdienst. **Leo De Bock** «'Het leven zoals het is': die titel was soms bedrieglijk, omdat men net níét het leven toonde zoals het was. Zo wou de VRT een bijsturing van een reeks over inspecteurs. Er zaten te veel allochtonen in, vonden ze - terwijl dat een dagelijkse realiteit was voor die inspecteurs. Zo'n bijsturing is natuurlijk een verregaande vorm van manipulatie en misleiding. Maar de moeilijkheid is dat je buiten het kader van de journalistiek geen codes hebt. Bij infotainment hebben omroepen en productiehuisen vrij spel. Alles kan. Of toch veel te veel.»

In 1992 werd door MTV een razend populaire docusoap gedraaid die een stapje verder ging dan andere docusoaps: 'The Real World'. Daarin werd er een eigen wereld gecreëerd voor de deelnemers, jongeren die samenwoonden in een loft in Manhattan. Ze werden nog niet, zoals later zou gebeuren, van de buitenwereld afgesloten, maar gingen werken en hadden contact met vrienden en familie. In de volgende seizoenen werd de casting al verfijnd om conflicten uit te lokken: een homo met hiv en een jonge Republikein werden bijvoorbeeld in hetzelfde huis gezet. 'The Real World' werkte ook met een videodagboek, waarbij de deelnemers tegen de camera hun emoties kwijt konden, iets wat de meeste realityreeksen later hebben overgenomen. (ps, 2012)

De eerste succesvolle realityshow zoals we die nu kennen, was 'Expeditie Robinson' (in sommige landen ook 'Survivor' genoemd). In de jaren negentig probeerde de Engelse uitvinder van het format, Charlie Parsons, het te verkopen aan de BBC, maar die waren niet enthousiast. 'Te extreem,' luide het. Ook in de VS liepen de tv-networks er niet warm voor. Daarom kwam het programma voor het eerst tot stand in Zweden, in 1997. Maar nog voor de eerste aflevering was uitgezonden, had er al een weggestemde deelnemer zelfmoord gepleegd. Hij had zich tijdens de opnames gebruikt gevoeld en was bang dat ze hem als een idioot zouden voorstellen.

'Expeditie Robinson' werd in Zweden de grootste tv-hit van het jaar. Nadien zouden de VS, het Verenigd Koninkrijk en de rest van de wereld volgen. En het format is nog altijd een wereldwijd succes, in meer dan vijftig landen komt het op tv. De rechten zijn al die tijd in handen gebleven van Parsons en zijn businesspartners, onder wie zanger en liefdadigheidsgoeroe Bob Geldof.

(...)

HUMO Hebben programmakers weleens medelijden met kandidaten?

Journaliste Barbara Kuipers «Goh, er zijn er die zeggen dat de kandidaten toch koste wat het kost met hun kop op tv willen. Een veelgehoord adagium in de realitywereld is: 'Het zijn kandidaten, geen mensen.' Dat zegt alles, toch? »De manier waarop er soms met kandidaten wordt omgegaan, is ronduit stuitend. Ik heb een keer meegemaakt dat de vrouwelijke singles in 'Temptation Island' te weinig hun best deden om de mannen te versieren. De eindredacteur riep hen bij elkaar en brieste dat dit hun enige kans was om beroemd te worden en wat van hun leven te maken. Anders zouden ze over vijf jaar allemaal met hun uitgezakte kut op een armoedige bank naast één of andere loser zitten. Echt, zo zei hij het. En die meisjes waren heel gevoelig voor dat soort preken. Velen van hen zagen hun deelname werkelijk als een kans om beroemd te worden. Iemand met een hoge rang kreeg dus veel van hen gedaan.»

Anonieme programmaker «Je hebt kandidaten die proberen alleen het beste van zichzelf te laten zien, die zich op bepaalde momenten zelfs verstoppen of weigeren geïnterviewd te worden. Maar ik moet wel mijn werk kunnen doen. Het is nu eenmaal mijn taak hen te filmen! »In het algemeen vind ik dat wij onze kandidaten met respect behandelen. Veel erger zijn de roddelbladen, zoals Dag Allemaal. Die zoeken naar sensatie achter de verhalen die je op tv ziet. Goede kandidaten staan tegenwoordig huiverachtig tegenover een deelname, omdat ze weten dat ze in de boekskes met de grond gelijk gemaakt kunnen worden, iets wat wijzelf nooit zouden doen. Die bladen gaan spitten in het verleden van de kandidaten, enkel en alleen om meer te kunnen verkopen. Tja, dat gaat te ver, hè.» (ps, 2012)

Demasqué van de reality-tv (deel 2)

Maandag 6 februari 2012 - 10u20, door (ps)

Psycholoog Philip Zimbardo voert in 1971 een experiment uit aan Stanford University in Californië. Met behulp van vrijwilligers simuleert hij het leven in de gevangenis. Enkele van zijn belangrijkste onderzoeksvragen: wat gebeurt er als je goede mensen in een soort hel dropt?



De speeltuin van de psychologen

Het experiment moet al na zes van de voorziene veertien dagen worden afgebroken. In de gesimuleerde gevangenis heerst dan een fascistisch regime dat aan de concentratiekampen doet denken: de cipiers zijn echte sadisten geworden, en de gevangenen vertonen tekenen van depressie en extreme stress. Beide groepen gaan volledig in hun rol op, ook al weet iedereen dat ze vrijwillig aan een experiment deelnemen.

'Eerst maken ze je ziek, en daarna proberen ze te vermijden dat het slecht afloopt'

Zimbardo toonde aan dat wie volledig van de buitenwereld wordt afgesloten en in een gecontroleerde omgeving wordt geplaatst, zich schikt in zijn rol, daar ook echt in begint te geloven, en psychologisch totaal afhankelijk wordt van die nieuwe realiteit met eigen regels en rituelen. De gevangenen lieten zich tot hun eigen verbazing vernederen en mishandelen, omdat dat soort gedrag tot hun enige realiteit was gaan behoren.

TEMPTATION ISLAND

De werkelijkheid van reality-tv is een artificiële werkelijkheid (een huis, eiland, kostschool, restaurant) waar gewone mensen samen zijn – dus geen acteurs met uitgeschreven dialogen. Maar dat betekent niet dat er geen script is: de deelnemers zijn er zich gewoon niet van bewust. 'Alles wat er in reality-tv gebeurt, is voorbereid,' zegt de Nederlandse journaliste Barbara Kuipers, die aan verschillende realityprogramma's meewerkte en haar belevenissen enkele maanden geleden in de vorm van een roman ('Niet te filmen') uitbracht.

Barbara Kuipers «Bij 'Temptation Island', bijvoorbeeld, wordt van tevoren ingeschat wie er zal vreemdgaan, en met wie. De programmakers kennen de zwakke plekken van de deelnemers en weten hoe hun ideale man of vrouw eruitziet. Wees er maar zeker van dat er zo eentje op het eiland zit, met wie de kandidaat zo vaak mogelijk in aanraking zal komen.»

MIJN RESTAURANT

Dat deelnemen aan een realityprogramma ook zwaar kan tegenvallen, bewijst het tragische verhaal van Chris Aerts (op de openingsfoto samen met Peter Goossens). Als ervaren kok nam hij in 2009 deel aan 'Mijn restaurant!', samen met zijn vrouw Wendy. Hij werd hard aangepakt door de jury. Ze kraakten zijn kookkunsten – zijn passie – helemaal af. De roddelbladen smulden ervan. Na afloop bleef hij werkloos achter met een gebroken relatie en een schuldenberg van minstens 25.000 euro. In september 2010 stapte hij uit het leven. Hij was vierendertig.

In een afscheidsbrief schreef Chris dat hij en Wendy nooit aan dat 'kutprogramma' hadden mogen meedoen.

(ps, 2012)

Reality-tv (3): Uw contract of uw leven

Maandag 13 februari 2012 - 07u00, door (ps)

Ze duiken slechts sporadisch in de pers op: kritische of ontevreden deelnemers van realityprogramma's. De tv-zenders en productiehuisen onthouden zich dan meestal van commentaar, maar laten niet na te wijzen op het geringe aantal ontevredenen.



Wat ze er nooit bij vertellen, is dat hun kandidaten niet durven te praten, uit schrik voor torenhoge boetes. We verzamelden in het grootste geheim een aantal deelnemerscontracten en legden die voor aan emeritus hoogleraar Roger Blanpain, gespecialiseerd in arbeidsrecht, die alle overeenkomsten en bijlagen uitploos: 'Deze contracten behoren tot de meest mensonterende en rechteloze overeenkomsten die men zich in een rechtsstaat kan indenken.'

'Die contracten zijn strijdig met de rechten van de mens'

Enkele quotes

We konden de hand leggen op contracten die de voorbije jaren in onze contreien werden getekend voor 'Expeditie Robinson' (eerst op VT4, later op de VMMA-zenders, gemaakt door o.a. Kanakna, Talpa en SBS-Broadcasting), 'Boer zkt vrouw' (vtm, productiehuis FremantleMedia), 'Idool' (vtm, FremantleMedia) en 'Domino – De zoektocht' (vtm, productiehuis Eyeworks). De ondertekenaars die ons hun contracten lieten zien, riskeren wel een flinke duit, want daarin staat dat de inhoud niet bekendgemaakt mag worden, op straffe van boetes van 10.000 tot 50.000 euro. In een contract van 'Expeditie Robinson', staat ook hoelang de kandidaten hun mond moeten houden: 'De geheimhoudingsplichten hebben een duur van dertig jaar.'

[...]

HUMO Bij rechtszaken in Frankrijk en Nederland werden deelnemers aan de realityprogramma's 'De gouden kooi' en 'Temptation Island' door de rechter als werknemers beschouwd. En dus hebben ze wél recht op een vergoeding.

Blanpain «Partijen kunnen nooit om het arbeidsrecht heen. Die overeenkomsten maken deel uit van een economisch gebeuren met winstbejag. Er zijn sponsors bij betrokken, en in die contracten staan instructies in verband met sponsors. Het is dus duidelijk dat het voor de productiehuisen om een beroepsactiviteit gaat. Is dat ook zo voor de deelnemers? Veel hangt af van de aard van hun prestaties. In gevallen waar het gaat om een 'zware prestatie' die het 'plezier' overstijgt, zoals hier wel degelijk het geval is, geldt het arbeidsrecht. Met andere woorden: dan moet er een vergoeding zijn.»

HUMO Dus proberen te overleven op een onbewoond eiland of een restaurant uitbaten terwijl ze je dag en nacht filmen, beschouwt u als arbeid?

Blanpain «Inderdaad. En die arbeid moet betaald worden. Dan spreek ik nog niet over sociale bijdragen. In ieder geval geldt de sociale wetgeving, ook op het vlak van veiligheid, gezondheid en welzijn van de werknemer.» De VMMA dekt zich bij 'Domino – De zoektocht' op een kurkdroge manier in als het over vergoedingen gaat: 'Voor zover wettelijk een vergoeding dient bepaald te worden, wordt die door de partijen op 0 (nul) euro bepaald.'

(ps, 2012)

Om het arbeidsrecht te omzeilen, wordt er in de overeenkomst van 'Boer zkt vrouw', een programma van vtm, expliciet verwezen naar het plezier waar professor Blanpain het over heeft: 'Ik wil aan het programma deelnemen voor het plezier en/of omdat het mij de kans kan bieden om mijn talenten te profileren. Het is niet mijn bedoeling om voor mijn deelname enig loon of andere vergoeding te ontvangen.'

Dat deelnemen aan een realityprogramma het plezier wel degelijk overstijgt, mag blijken uit de volgende clausule: 'Het verblijf zal gepaard gaan met bijzonder zware lasten, gevaren en risico's: onder meer ernstige fysieke ontberingen, een hard klimaat, de volledige afwezigheid van enig comfort (stromend water, elektriciteit, radio en telefoon, vast onderdak, etc.), een volledig isolement van de buitenwereld en naar alle waarschijnlijkheid extreem zware psychische spanningen.' ('Expeditie Robinson')

Ook op het vlak van veiligheid, gezondheid en welzijn zou volgens professor Blanpain de sociale wetgeving moeten gelden, maar dat zien de makers van 'Expeditie Robinson' anders: 'De aansprakelijkheid van SBS BROADCASTING B.V. met betrekking tot de veiligheid van de deelnemer beperkt zich tot het geven van inlichtingen en de levering van materiaal (...) De deelnemer draagt het volledige risico voor eigen schade ingevolge de deelname aan het programma.' ('Expeditie Robinson') 'Onder geen beding strekt de aansprakelijkheid van Talpa zich verder uit dan deze die gedekt is door de verzekering (...) De deelnemer is zich bewust van het risico op eventuele materiële en/of lichamelijke schade verbonden aan het programma.' ('Expeditie Robinson')

[...]

Sommige contracten, zoals dat van 'Domino – De zoektocht', vermelden dat als 'één of meerdere bepalingen (...) nietig of niet-uitvoerbaar zou blijken te zijn omwille van wettelijke of reglementaire bepalingen', de rest van het contract nog steeds geldt. Met andere woorden: er zitten onwettelijke clausules in het contract, maar de deelnemers moeten die zelf maar zien te vinden. En ze moeten zich sowieso aan alle andere clausules houden. Wat opvalt bij het lezen van de contracten, is hoe onevenwichtig ze zijn opgesteld: alle afspraken zijn volledig in het voordeel van de producenten.

Een voor de hand liggend voorbeeld is het 'Idool'-contract. De laatste tien overblijvers bij 'Idool' zijn de finalisten. Die moeten een contract ondertekenen waarin staat dat 'ik (a) een overeenkomst afsluit met SONY Music Entertainment Belgium NV voor mijn exclusieve diensten als een artiest voor opnames; (b) een overeenkomst afsluit met Starway NV voor het gebruik van mijn naam, afbeelding, beeltenis en biografie in verband met reclame, aanprijzing, merchandising en sponsoring; en (c) een overeenkomst afsluit met Starway voor het management van mijn artiestencarrière.' De winnaar van 'Idool' heeft geen andere keuze dan alles te aanvaarden wat de producenten van hem of haar eisen.

[...]

Met andere woorden: de producenten doen met de kandidaten wat ze willen. Maar een deelnemer die uit een reeks wil stappen omdat hij zich misbruikt voelt of zich in een rol gedwongen voelt, moet een schadevergoeding betalen die duizenden euro's kan bedragen. Blanpain «Dat kan allemaal niet! Eenzijdige wijzigingen van essentiële werkvoorwaarden zijn verboden. Een werknemer moet een overeenkomst ook altijd zelf kunnen beëindigen. Je kunt zoiets niet verbieden. De boetes die de producenten opleggen, zijn bijgevolg totaál onwettelijk.»

[...]

HUMO De deelnemers mogen niet weigeren om gefilmd of geïnterviewd te worden. Hoe zit het met het gebrek aan privacy in veel realityprogramma's?

Blanpain «Iederéén heeft recht op privacy. Je kunt dat recht niet afstaan, ook niet voor een tv-programma. Het wordt elke mens gegarandeerd door de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens, door het Handvest van de Grondrechten van de Europese Unie én door de Belgische grondwet. Een inbreuk op de privacy kan enkel voor zover dat echt nodig is voor de arbeidsprestatie, en die inbreuken zijn beperkend te interpreteren. Iemand dag en nacht dat recht ontnemen, wat de fysieke of mentale staat van de deelnemer ook moge zijn, kan niet door de beugel. »De fundamentele mensenrechten worden in deze contracten op schandelijke en onaanvaardbare wijze overschreden. En dan heb ik het over de menselijke waardigheid, vernederingen, slavernij.»

(ps, 2012)

Bijlage 3: info over de film 'A Beautiful Mind'

A Beautiful Mind



De Hollywoodversie:

John Forbes Nash was heel erg slim. Hij was ook helemaal gek. Wanneer hij niet werkte aan zijn concept van 'de dynamica van de regering', had hij hallucinaties over Paul Bettany. Hij zag verborgen berichten in kranten en werd door Ed Harris gerekruteerd om codes te kraken voor de regering, dit alles terwijl hij op de vlucht was voor Russische spionnen. Het wordt alleen maar gekker wanneer je beseft dat dit allemaal enkel en alleen in zijn hoofd gebeurde.



"On your mark. Get set. Crazy!"

De hallucinaties kwamen steeds vaker voor en, zoals dat nu eenmaal gaat met hallucinaties, zorgden ervoor dat hij helemaal gek werd. Gelukkig bleef zijn toegewijde vrouw hem steeds steunen en leerde hij met behulp van medicatie de hallucinaties te onderdrukken. Hij was net op tijd aan de betere hand om de Nobelprijs voor Economie en Gekeheid te winnen in 1994.

In de realiteit:

Er bestaat geen twijfel over het feit dat Nash inderdaad zeer intelligent en tegelijkertijd ook behoorlijk gek was. Ron Howard werd echter wereldwijd bekritiseerd omdat hij het leven van Nash had verbloemd en het hele "mensen-zien-terwijl-die-er-niet-echt-zijn" uit zijn duim had gezogen. Nash hoorde inderdaad wel stemmen, maar dat was het – zijn hallucinaties beperkten zich enkel tot het auditieve-



"Mr. Howard, 'auditory' doesn't mean he put shoes on his hands, it- OK, you don't care."

De film negeert ook het feit dat John en zijn vrouw scheidden in 1963 na slechts zes jaar huwelijk en pas in 2001 hertrouwden (want naast John zijn hallucinaties hielp zijn stiekeme voorkeur voor mannen zijn huwelijk ook niet echt vooruit). De film slaagt er ook in om zijn antisemitische houding niet te vermelden, iets wat volgens de echte Nash een neveneffect van zijn ziekte was.

Aan het einde van de film vertelt Nash een vriend dat hij nieuwe medicatie inneemt en houdt hij een ontroerende speech voor zijn vrouw wanneer hij de Nobelprijs in ontvangst mag nemen. Geen van die dingen zijn echter waar. Nash stopt met het nemen van medicatie in 1970 en zijn aanhoudende instabiliteit (wellicht net omdat hij die medicatie niet meer nam) zorgde ervoor dat hij helemaal geen speech kon geven toen hij de Nobelprijs ontving, uit vrees dat hij zelf ongepaste dingen zou zeggen of doen.

De echte Nash zou dus wellicht niet zo'n goede hoofdrolspeler geweest zijn voor de film van Ron Howard, maar wij voegen hem in elk geval toe aan de lijst van "Bekenden die een Twitteraccount moeten aanmaken".

(Kelly, 2009, eigen vertaling naar het Nederlands)

Bijlage 4: info over de film 'Titanic'

Het gekke bemanningslid in Titanic was eigenlijk een echte held



Wat je zag in de film:

In Titanic, de film van James Cameron, is de Eerste Officier, William Murdoch, een bemanningslid met een wezelachtig gezicht. Hij accepteert zwijggeld van de slechterik in de film, vermoordt twee mensen en schiet zichzelf door het hoofd. Dit alles kan je eigenlijk al zien aankomen van bij het begin, enkel en alleen door naar de man zijn gezicht te kijken:



And afterward, he's going to steal Christmas.

Wanneer het schip begint te zinken na zijn aanvaring met de ijsberg, zien we dat Murdoch geld aanneemt van de rijke, slechte vriend van Kate Winslet (Billy Zane) om een plekje te kunnen bemachtigen in een reddingsboot. Later gooit Murdoch nog het geld in het gezicht van Zane, maar toch, een eerlijk man zou het in de eerste plaats niet eens hebben aangenomen. Later proberen de bemanningsleden koortsachtig de passagiers tegen te houden wanneer ze naar de reddingsloepen snellen, op dat moment probeert iemand toch voorbij te glijpen... en Murdoch vermoordt hem.



"You'll all get your turn! Well, not you, obviously."

Tegelijkertijd wordt een andere passagier per ongeluk naar voren geduwd. In al de verwarring vermoordt Murdoch deze passagier. Uit pure schaamte richt Murdoch het geweer op zijn eigen hoofd en schiet zijn hersenen aan flarden (als hij nu eens vijf minuutjes langer had gewacht, had de oceaan dat klusje wel voor hem opgeknapt).

Maar in het echte leven...

Hoewel James Cameron ongelooflijk zijn best heeft gedaan om het schip zo correct mogelijk voor te stellen, leek het hem weinig te schelen hoe hij de mensen zou portretteren. William Murdoch was wel echt de naam van de Eerste Officier van de Titanic, maar de twee Murdochs zijn twee compleet verschillende mensen: hij was niet alleen géén lafaard en géén moordenaar, maar hij heeft zelfs mensenlevens gered. In zijn geboortestad in Schotland is zelfs een gedenksteen opgesteld: hij wordt er herdacht als een held.



Notice how nowhere in there does it say "shooting poor people."

Volgens historici deed Murdoch al het mogelijke om mensen te redden: hij hielp hen op reddingsloepen en wierp hen stoelen toe vanop het dek zodat ze zich daaraan konden vastklampen. Hij pleegde helemaal geen zelfmoord – hij verdronk terwijl hij zijn plicht deed. Als hij ooit met een pistool zou geschoten hebben (en we weten helemaal niet zeker of dat wel gebeurd is), dan was het in de lucht en alleen om een mogelijke opstand te stoppen. Wat betreft het zwijggeld: dat is niet eens een uitvergroting van iets kleins, het is gewoon helemaal verzonnen. De afbeelding van Murdoch in de film zorgde voor grote verontwaardiging in zijn geboortestad.



The movie version wasn't worthy of that mustache.

De producers van Titanic verontschuldigen zich door 8000 dollar te schenken aan het Murdoch Memorial Fund (een zware som, want de film bracht slechts 2,1 miljard dollar op wereldwijd). De vicepresident van 20th Century Fox bracht een bezoek aan Schotland om zich persoonlijk te verontschuldigen tegenover de familie van Murdoch, maar zelfs dan hield hij vol dat zij de film gewoon verkeerd hadden geïnterpreteerd: "Ik vind dat hij als een held werd afgebeeld in de film.". Uiteindelijk heeft James Cameron wel degelijk veranderingen aangebracht voor de 3D –versie van Titanic die in 2012 uitkwam zodat de film beter zou kloppen: hij veranderde de sterren aan de hemel.

(Ciscell, 2012, eigen vertaling naar het Nederlands)

Bijlage 5: info over de film 'Anastasia'

Anastasia

Anastasia Nikolaevna Romanova, dochter van de laatste Russische Tsaar, Nicholas II. De geruchten gaan de ronde dat zij overleefde wanneer zij en haar familie werden geëxecuteerd.



Het begin

Anastasia werd geboren als Anastasia Nikolaevna (of Anastasiya Nikolayevna) in Petrodvorets, Rusland—een stad nabij St. Petersburg dat eerder Peterhof heette—op 18 juni 1901.

De moeder van Anastasia was prinses Alix van Hesse-Darmstadt, ook bekend als Alexandra Feodorovna, die bekend werd als Keizerin Alexandra na haar huwelijk. Anastasia's vader, Nicholas II, was de laatste tsaar van Rusland en nog deel van het Romanov koningshuis dat al drie eeuwen aan de macht was. Anastasia's ouders huwden in 1894, kort nadat haar grootvader, Tsaar Alexander III, overleden was aan de gevolgen van een nierziekte en haar vader de troon had geërfd. Anastasia had drie oudere zussen genaamd Olga, Tatiana en Maria, en een jongere broer genaamd Alexei, die troonopvolger was.

De executie van de familie

De hechte Romanovfamilie woonde vreedzaam in het Tsarskoepaleis tot Nicholas II verhoogde publieke vijandigheid voortbracht tijdens de Eerste Wereldoorlog. In maart 1917, toen soldaten een muiterij lanceerden en koninklijke eigendommen in beslag begonnen te nemen, stemde Nicholas II in met een troonsafstand, in de hoop een Russische burgeroorlog te voorkomen. Anastasia en haar familie werden verbannen naar het Oeralgebergte en onder huisarrest geplaatst.

Helaas kon een burgeroorlog niet voorkomen worden. Op 16 juli 1918, terwijl de Bolsjewieken onder leiding van Vladimir Lenin vchten om het keizerrijk te vervangen door een communistisch regime, werd de Romanovfamilie in het midden van de nacht wakker gemaakt en werd hen opgedragen hun kleren aan te trekken. Op het bevel van het hoogste Sovjetraadslid van Rusland, Yakov Yurovsky, werden Anastasia en haar familie naar een kelder gebracht onder de voorwendselen dat ze beschermd zouden worden tegen de groeiende chaos van de oprukkende contra-revolutionairen. De familie werd echter opgewacht door een groep beulen die het vuur openden op Anastasia, haar ouders, broers en zussen, enkele van de overgebleven dienaars van de familie en op Anastasia's hond. Het nalatenschap van de Romanovs werd in die koude kelder in Rusland voor eeuwig het zwijgen opgelegd.

Mysterie

Enkele jaren na de moord op de Romanovs ontstonden speculaties over het feit dat Anastasia en haar broer de executie misschien overleefd zouden hebben. Geruchten gingen de ronde dat ze tegen de kogels beschermd waren geweest door familiejuwelen die ze in hun kleren hadden genaaid als beveiliging.

Voor het lot van Anastasia was het onderwerp van deze gissingen, want enkele vrouwen beweerden dat ze de groothertogin af en toe hadden gezien. Eén van de bekendste van deze vrouwen was Anna Anderson, die zichzelf aan het begin van de jaren 1920 naar voren schoof als de rechthebbende op de erfenis van Anastasia. Andersons aanzoek werd afgewezen in 1970 en het mysterie over groothertogin Anastasia bleef onopgelost.

De onzekerheid over de verblijfplaats van Anastasia heeft boeken, toneelstukken en films geïnspireerd, waaronder een film met de legendarische actrice Ingrid Bergman die een Academy Award heeft gewonnen.

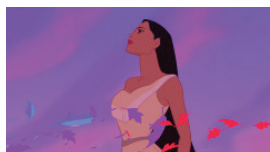
In 1970 vond een amateurarcheoloog een ondiep graf met daarin de goed bewaarde lijken van zes volwassenen en drie kinderen. Hij hield zijn vondsten verborgen voor het publiek tot de Sovjetunie in elkaar stortte aan het begin van de jaren 90. Een forensisch onderzoek identificeerde in 1991 de negen lichamen als familieleden en bedienden van de familie van Anastasia, maar de lichamen van Anastasia en haar broer bleken nog steeds vermist.

In 2007 werden de lichamen van Anastasia en Alexei geïdentificeerd door een nieuwe DNA-analyse op lijken die werden gevonden in een ander graf, dichtbij het eerste. Dit sloot bijna 90 jaar aan mysterie en speculaties uiteindelijk af. (Bio, 2014, eigen vertaling naar het Nederlands)

Bijlage 6: info over de film 'Pocahontas'

Pocahontas

Disney version



Pocahontas is de lievelingsdochter van het opperhoofd van de Powhatan. Ze is speels, spiritueel en houdt ervan om van gevaarlijk hoge watervallen te springen (en te overleven). Ze is nieuwsgierig en vrij van geest, zo vrij zelfs dat ze geen scrupules heeft om elke dag tegen een boom te praten of om mee te gaan met een groepje kolonisten dat graag hier en daar wat dingen opblaast. Ze toont ook dat ze veel wijsheid bezit voor haar leeftijd door out-of-the-box te denken en heel nobel kijkend op de kliftoppen staat.



Onze hoekig-ogende held is kapitein John Smith, een beroemde ontdekkingsreiziger en "injun-moordenaar", die ook graag levensgevaarlijke duiken in het water neemt, althans om het leven van zijn bemanningsleden te redden. Hoewel hij er eerst van overtuigd is dat de indianen "wilden" zijn wiens levens "verbeterd" kunnen worden door de Engelse manier van leven, laat hij zichzelf uiteindelijk toch toe om door Pocahontas op zijn plaats te worden gezet en probeert zelfs voor haar volk te vechten. Hij veegt gevaar en serieuze verwondingen net zo gemakkelijk weg als de kolibrie van Pocahontas.



Gouverneur Ratcliffe is onze slechterik, wat betekent dat hij een authentiek Engels accent moet hebben. Hij is verantwoordelijk voor het zoeken naar goud en andere rijkdommen in Virginia. Hij geniet schaamteloos van heerlijk eten en voortreffelijke slaapplaatsen, terwijl de andere kolonisten (of "boeren") het land omploegen en vechten met de inboorlingen. De kolonie is Ratcliffes laatste kans om zichzelf te verlossen en zo mogelijk nog rijker te worden, zodat niets hem nog in de weg staat, ook al betekent dit oorlog met de Indianen.

Historische versie

Pocahontas, of Matoaka, was inderdaad de lievelingsdochter van het opperhoofd van de Powhatan. Ze was inderdaad onstuimig en speels. Maar de gravure hierboven uit 1616 (toen had ze ongeveer dezelfde leeftijd als in de Disneyversie) toont een gekerstende (bekeerd tot christendom) Pocahontas.

Rountree (historisch schrijver) zegt dat ze ook nog eens klein en gezet was, net zoals de meeste Powhatanvrouwen toen, doordat ze op het veld werkten en dansten (niet per se tegelijkertijd). Het eerste belangrijke verschil tussen de twee versies is dat Pocahontas ongeveer 10 jaar zou geweest zijn toen de gebeurtenissen uit de film plaatsvonden. Wat kapitein John Smith betreft is Price de enige die ons een fysieke beschrijving heeft gegeven: "... ongeveer iets kleiner dan de gemiddelde lengte van mannen uit zijn tijd, misschien 1m60 of 1h65, en hij was gezet en stevig. Hij had zwart haar en een dikke baard..."

Dus hij leek waarschijnlijk meer op deze man:



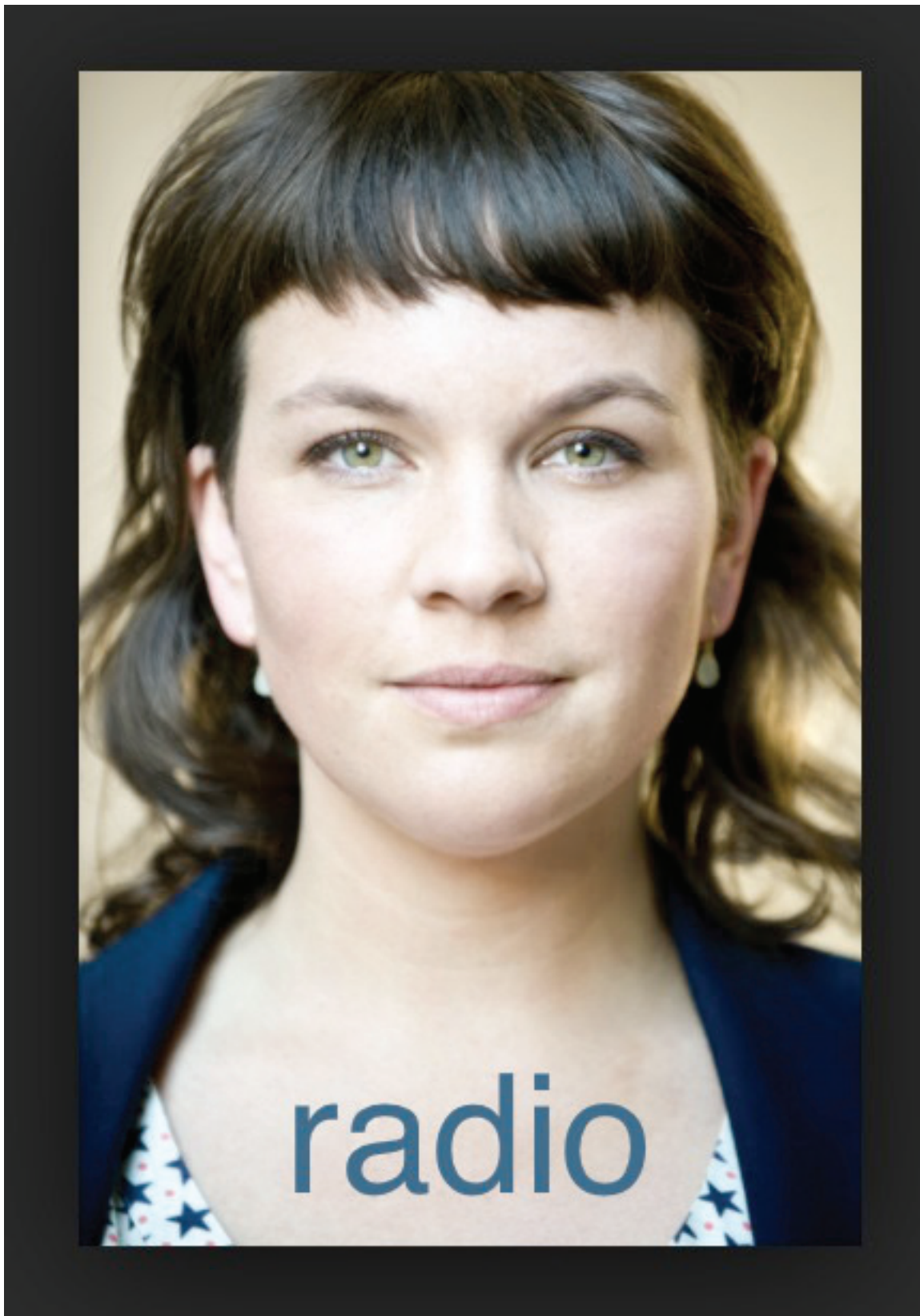
De hoofdrolspelers aantrekkelijk genoeg maken voor Hollywood, Pocahontas tien jaar ouder maken en de status van Ratcliffe opkrikken tot slechterik: dat was zowat het enige, want verder dwaalde Disney niet zo ver af van de echte karaktertrekken van de personages. Smith is een goede leider en is toch tenminste bereid om te communiceren met de "wilden", Pocahontas is speels en de oogappel van haar vader en de Powhatan willen niet meteen oorlog wanneer de Engelsen aankomen. Ratcliffe hunkert naar succes om zichzelf op te werken in de Engelse samenleving. In 1613, nadat ze al getrouwd was met Kocoum (en ook al een kind had, volgens Custalow & Daniel), werd Pocahontas ontvoerd door kapitein Argall die haar wilde gebruiken als machtsmiddel tegen Wahunsenaca. Op die manier wilde hij zijn wapens terugkrijgen die de mannen hadden gestolen, enkele Engelse gevangenen vrijlaten en ook nog wat voedsel bemachtigen. Wahunsenaca willigde hun eisen in tot op een bepaald punt en er waren een tijdlang geen aanslagen meer op de Engelsen. Het gevangenschap van Pocahontas duurde officieel tot 1614, tot ze omgedoopt werd tot "Rebecca" en een Engelse kolonist genaamd John Rolfe huwde. Kort na de geboorte van haar eerste kind, Thomas, stierf Pocahontas.

(Okapina, 2013, eigen vertaling naar het Nederlands) of their first child, Thomas, Pocahontas died.

(Okapina, 2013)

Leonardo DiCaprio acteerde in Titanic, the Beach, the Great Gatsby...	Herman Brusselmans schrijft column in Humo.	Lieve Blancquaert is een mediafotografe.	Otto-Jan Ham is een Studio Brussel- en televisiepresentator.
Kirsten Stewart acteerde in de Twilight-saga, On the road...	Jeroom maakt de cartoons voor Humo.	David LaChapelle is een Hollywoodfotograaf.	Sven Ornelis is een radiopresentator op Q-Music.
Jennifer Lawrence acteert in de Hunger Games-films.	Jonas Geirnaert is de geestelijke vader van Kabouter Wesley en maakt cartoons voor Humo	Steven Spielberg regisseerde talloze films waaronder E.T., Jaws, Jurassic Park...	Siska Schoeters is een Studio Brussel-presentatrice.
Catherine Harwicke regisseerde de eerste Twilight-film.	Sylvia Van Driessche was tot voor kort hoofdredactrice van Joepie.	James Cameron regisseerde Titanic en Avatar.	Charlie Chaplin regisseerde The Great Dictator, The Kid en Modern Times.
Loes Van den Heuvel speelt Carmen in FC de Kampioenen.	Pol Goossens is ook wel bekend als Frank uit Thuis.	Topmodel Tyra Banks presenteert America's Next Top Model.	Andrea Croonenberg presenteert de programma's aaneen op tv-zender één.
Ed Westwick speelt de rol van de onweerstaanbare Chuck in Gossip Girl.	Miley Cyrus speelde jarenlang Hannah Montana in de gelijknamige tv-reeks.	Selena Gomez acteerde in de serie Wizard of Waverly Place en in de film Spring Breakers.	Brad Pitt is acteur in Twelve Years a slave, Troy, Inglourious Basterds...

Bijlage 7: Lijst bekende personen voor intro raadspel



(Debrouwere, 2009)



(Globe Entertainment, 2014)



(Kane, 2013)



(Abrahams, 2012)

Bijlage 8: Bordjes voor quiz

Bijlage 9: Samenvattingsblad voor leerlingen

Klassieke media: de 7 pijlers van film en televisie Wat te onthouden over...?

1. Klassieke media

Onder 'klassieke media' verstaan we radio, tv en de pers (dag-en weekbladen), film en fotografie.

2. Reality-tv

Reality-tv is: niet geregisseerd, een televisieprogramma, een mix van soap en documentaire, menselijke interactie staat centraal, er zijn (soms verborgen) camera's aanwezig...

Vaak is er echter wel een regisseur aanwezig die de boel stuurt. Reality is bijgevolg minder real dan we denken.

3. Drie spelers in het mediaveld

De **opdrachtgever** geeft de opdracht en start het productieproces op. De **maker** houdt zich bezig met de ontwikkeling van het product. De **kijker** geniet van het eindproduct.

4. *Based on a true story*

De film is een mix van feiten en fantasie. Soms wordt de waarheid wat aangedikt zodat de kijkers voortdurend geprikkeld worden. Dit is vooral het geval bij Hollywood-films waarbij actie centraal staat.

5. objectiviteit van films

Films zijn niet objectief. Een film wordt gemaakt door iemand die een bepaalde visie meegeeft aan de film is bijgevolg steeds subjectief.

6. Hyperrealiteit

Men spreekt van hyperrealiteit wanneer belevingen in het echte leven gebaseerd worden op media: televisie, reclame... Het contact met de werkelijke wereld gaat verloren en we baseren ons op wat we uit valse en gemanipuleerde beelden (alles in de media is iemands visie en dus subjectief) halen.

Zo wandelde een kind nooit door een echt bos, maar zag wel reclame van shampoo met de geur van natuur op televisie. Wanneer ze het bos doorwandelt, zegt het meisje dat het bos naar shampoo ruikt.

7. Reclame in België

Vanuit de Vlaamse Overheid bestaat een strenge regelgeving rond reclame. Leven de tv-zenders deze regels niet na, dan krijgen die een zware boete op hun bord.

Bijlage 10: Bronnen

Abrahams, K. (2012, november 27). *DAVID LACHAPELLE: STILL LIFE*. Opgeroepen op mei 10, 2014, van Musée Magazine: <http://museemagazine.com/culture/art-out/david-lachapelle-still-life/>

Biography. (sd). *Anastasia*. Opgeroepen op april 24, 2014, van BIO.: <http://www.biography.com/people/anastasia-9184008#awesm=~oCokSRRwdglcU2>

Cartier-Bresson, H. Madrid, Spanje.

Ceulaer, J. D. (2014, maart 24). *Het laatste Knack-interview met Regine Beer: 'Mensen beseffen niet hoe gevaarlijk haat is'*. Opgeroepen op april 24, 2014, van Knack: <http://www.knack.be/nieuws/mensen/het-laatste-knack-interview-met-regine-beer-mensen-beseffen-niet-hoe-gevaarlijk-haat-is/article-normal-135031.html>

Ciscell, J. (2012, juni 10). *5 Real People Who Got Screwed by Famous Movies Based on Them*. Opgeroepen op april 24, 2014, van Cracked: http://www.cracked.com/article_19851_5-real-people-who-got-screwed-by-famous-movies-based-them.html

Debrouwere, L. (2009, december 24). *Waarom niemand betaalt voor de borsten van Siska Schoeters*. Opgeroepen op mei 10, 2014, van Het Nieuwsblad: http://www.nieuwsblad.be/article/detail.aspx?articleid=DMA24122009_001

Disney – the Dettol of Storytelling? (sd). *Pocahontas vs. The Story of Pocahontas*. Opgeroepen op april 24, 2014, van Disney – the Dettol of Storytelling?: <http://dettoldisney.wordpress.com/2013/07/03/pocahontas-vs-the-story-of-pocahontas/>

DJDigital. (2011, november 2). *Jersey Shore Exposed! Video Proof Shows The MTV Reality Show Is A Sham [VIDEO]*. Opgeroepen op april 24, 2014, van HOT107.9: <http://1079ishot.com/jersey-shore-exposed-video-proof-shows-the-mtv-reality-show-is-a-sham-video/>

één. (2014, april 24). *Videozone Het Journaal*. Opgeroepen op april 24, 2014, van één: <http://www.deredactie.be/cm/vrtnieuws/videozone/programmas/journaal>

Forbes, A. (2012, april 25). *Titanic 3D (2012)*. Opgeroepen op april 24, 2014, van Andrew Forbes: <http://andrewgforbes.wordpress.com/2012/04/25/titanic-3d-2012/>

Frotcast, F. (2011, januari 9). *A Brief History of Conspicuous Product Placement in Movies*. Opgeroepen op april 24, 2014, van YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=wACBAu9coUU>

Globe Entertainment. (2014). *BIOGRAFIE SHOWBIZZ BART*. Opgeroepen op mei 10, 2014, van Globe Entertainment: <http://www.globe-entertainment.be/entertainment/nl/performers/Showbizz-Bart>

Hollenkamp, S. (2012, december 6). *Final report on project 13*. Opgeroepen op april 24, 2014, van Samantha Hollenkamp's EDM310 Class Blog: <http://hollenkampsamanthaedm310.blogspot.com/>

Icon Archive. (sd). *User Group Icon*. Opgeroepen op april 24, 2014, van Icon Archive: <http://www.iconarchive.com/show/sleek-xp-basic-icons-by-hopstarter/User-Group-icon.html>

Kane, J. (2013, augustus 15). *Celebrating Jennifer Lawrence's Birthday With Her 23 Most Perfectly Inappropriate Moments*. Opgeroepen op mei 10, 2014, van Huffington Post: http://www.huffingtonpost.com/2013/08/15/jennifer-lawrence-birthday_n_3745153.html

Leerplan secundair onderwijs, Nederlands, VVKSO, tweede graad ASO-KSO-TSO, Brussel, 2012

Leerplan secundair onderwijs, AV Nederlands, GO!-onderwijs, tweede graad ASO-KSO-TSO, Brussel, 2012

- Vlaamse Overheid. (2010). *VOET@2010*. Opgeroepen op oktober 13, 2013, van Onderwijs Vlaanderen: <http://www.ond.vlaanderen.be/curriculum/publicaties/voet/voet2010.pdf>
- Icon Finder. (sd). *Games, quiz icon*. Opgeroepen op april 24, 2014, van Icon Finder: https://www.iconfinder.com/icons/190314/games_quiz_icon
- Iron on stickers. (sd). *High School Musical iron-ons*. Opgeroepen op april 24, 2014, van Iron on stickers: https://www.irononsticker.com/cartoon-movie-ironons-high-school-musical-ironons-c-17_23_261.html
- Joseph, M. (2012, oktober 26). *CATFISH: THE TV SHOW TRAILER*. Opgeroepen op april 24, 2014, van YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=CMA4x7aXJTO>
- Kelly, J. (2009, mei 12). *6 Movies Based on a True Story (That Are Also Full of Shit)*. Opgeroepen op april 24, 2014, van Cracked: http://www.cracked.com/article_17326_6-movies-based-true-story-that-are-also-full-shit.html
- LaChapelle, D. *Bruce Lee*.
- Leenaert, S., & Bollaert, T. (2013). *Cursus beeldvorming*. Gent: Arteveldehogeschool.
- Lutes, A. (2013, februari 19). *Is catfish catfishing America?* Opgeroepen op april 24, 2014, van HOLLYWOOD: <http://www.hollywood.com/news/tv/55001491/catfish-mtv-catfishing-america>
- Mia. (sd). *STORYWOOD*. Opgeroepen op april 24, 2014, van mia: <http://www.mia.be/portfolio/storywood>
- MTVUKOFFICIAL. (2013, juni 18). *MTVUK - Geordie Shore - EXCLUSIVE SERIES 6 TRAILER*. Opgeroepen op april 24, 2014, van YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=rsKdjh6FtfQ>
- p.s. (2012, februari 6). *Demasqué van de reality-tv (deel 2)*. Opgeroepen op april 24, 2014, van HUMO: <http://www.humo.be/humo-archief/71628/demasque-van-de-reality-tv-deel-2>
- p.s. (2012, februari 13). *Reality-tv (3): Uw contract of uw leven*. Opgeroepen op april 24, 2014, van HUMO: <http://www.humo.be/humo-archief/72052/reality-tv-3-uw-contract-of-uw-leven>
- p.s. (2012, januari 30). *Van het kastje naar de muur: demasqué van de reality-tv*. Opgeroepen op april 24, 2014, van HUMO: <http://www.humo.be/humo-archief/71243/van-het-kastje-naar-de-muur-demasque-van-de-reality-tv>
- Q-Music. (2014). *ORNELIS & ROGIERS SHOWTIME*. Opgeroepen op april 24, 2014, van Q-Music: <http://q-music.be/ornelis-rogiers-showtime>
- RuwayneNell. (2011, april 20). *Shameless Product Placement on TV*. Opgeroepen op april 24, 2014, van YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=PrPV9o8HXvs>
- Studio Brussel. (2014). *Gunther D*. Opgeroepen op april 24, 2014, van Studio Brussel: <http://www.stubru.be/programmas/guntherd>
- TotallyADD. (2011, juli). *Welcome to the TotallyADD Blog*. Opgeroepen op april 24, 2014, van TotallyADD Blog: <http://totallyadd.com/2011/07/>
- Vlaamse Regulator voor de Media. (sd). *Algemene vragen*. Opgeroepen op april 23, 2014, van Vlaamse Regulator voor de Media: <http://www.vlaamseregulatormedia.be/nl/veelgestelde-vragen/vragen-over-het-mediadecreet.aspx>
- vtm. (2014, februari 12). *video familie: Bloopers Rita vindt een nieuw spreekwoord uit*. Opgeroepen op april 24, 2014, van vtm: <http://vtm.be/familie/blooper-rita-vindt-een-nieuw-spreekwoord-uit>



ontwerp Eva Mestdagh