

Vrijheid van reclamevoeren

In deze opdracht verkennen studenten aan de hand van een zelfgekozen praktijkvoorbeeld wat de grenzen zijn aan vrijheid van reclamevoeren. De opdracht stimuleert de student om de reclame vanuit verschillende perspectieven te bekijken.

Doel

De student kan van een reclame bepalen of deze grenzen overschrijdt, en dit beargumenteren vanuit verschillende perspectieven.

Omschrijving

De docent geeft de studenten onderstaande opdracht ter voorbereiding op een presentatie:

1) Wat zijn de grenzen aan de vrijheid van reclamevoeren?

Reclame is niet gericht op het communiceren van waarheid maar om te verleiden tot gedrag waar men anders niet voor zou kiezen. De uiteindelijke keuze tot het gedrag blijft altijd bij de consument zelf. Nu zijn er vele manieren om iemand te verleiden. Is dan alles toegestaan of waar ligt de grens?

2) Opdracht

Zoek een reclame (lieft een filmpje) en geef aan waarom hier een grens wordt overschreden. De onderstaande opzet werk je uit op papier en presenteer je aan de groep.

3) Opzet:

- De afbeelding zelf laten zien (het filmpje) en de bron aangeven.
- Beschrijving van de reclame: wat zie je, wat betekent het? Welk product of dienst wordt hier aangeboden?
- Waar wordt naar verwezen in de afbeelding/film? Wat wordt er verondersteld?
- Wat is de relatie tussen de afbeelding/film en de dienst of het product zelf?
- Waarom wordt hier een grens overschreden?
- Worden hier principes geschaad? Welke dan? Welke waarden liggen ten grondslag aan het product?
- Welke groep wordt benadeeld met deze reclame? Beargumenteer dit.
- Hoe zou jij de reclame willen opzetten? Geef advies op welke wijze een wenselijk deel van de uitvoering behouden kan worden maar met welke aanpassing de film wel toelaatbaar zou zijn.

Benodigdheden

Tijd

2 lessen

Materiaal

-

Begeleiding

De docent begeleidt de studenten bij het voorbereiden van de presentaties, stelt naar aanleiding van de presentaties vragen en stimuleert de overige studenten ook vragen te stellen.

Externen

-

Kosten

-

Overig

-

Burgerschapsdimensie

Sociaal-maatschappelijk

Thema

Reclame

Onderdeel kritisch denken

Verzamelen/ beoordelen/ analyseren/ concluderen/houding

Niveau

Mbo niveau 4

Download

-

Organisatie

MBO Utrecht