**Begrippen hoofdstuk 3**

**Paragraaf 1**

|  |  |
| --- | --- |
| **Communicatie** | Een boodschap overbrengen en ontvangen. |
| **Verbale communicatie** | Een boodschap overbrengen door middel van gesproken of geschreven tekst. |
| **Non-verbale communicatie** | Een boodschap overbrengen zonder woorden. |
| **Massacommunicatie** | Communicatie waarbij de boodschap verspreid wordt onder een grote groep ontvangers. |
| **Referentiekader** | De interesses, normen en waarden die bepalen hoe je iets beoordeelt. |
| **Meerzijdige communicatie** | Je bent tegelijk zender en ontvanger, je kunt gelijk reageren op de boodschap. |
| **Eenzijdige communicatie** | Je bent alleen ontvanger en je kunt niet gelijk reageren op de boodschap. |
| **Communicatiemiddel** | Middel om een boodschap over te brengen naar een ontvanger. |

**Paragraaf 2**

|  |  |
| --- | --- |
| **Selectie** | Het selecteren van het nieuws door journalisten |
| **Nieuwswaarde** | Redenen waarom een gebeurtenis zo belangrijk is dat deze in het nieuws komt. |
| **Actueel** | Een gebeurtenis die net heeft plaatsgevonden. |
| **Doelgroep** | Een groep mensen waar een krant of een tv-programma voor bedoeld is. |
| **Massamedia** | Middelen waarmee veel ontvangers bereikt worden. Voorbeelden zijn: kranten, tv en internet. |
| **Populariteitskranten** | Kranten die veel aandacht hebben voor amusement en sport. |
| **Kwaliteitskranten** | Kranten die veel aandacht hebben voor de achtergronden van het nieuws. |
| **Objectief** | Onpartijdige berichtgeving waarbij de feiten centraal staan. |
| **Beeldvorming** | Mensen krijgen door de media bepaalde gedachten over andere mensen of gebeurtenissen. |
| **Hoor en wederhoor** | Beide partijen moeten gehoord worden om eerlijk verslag te kunnen doen van een gebeurtenis. |

**Paragraaf 3**

|  |  |
| --- | --- |
| **Netwerksamenleving** | Samenleving waarin mensen door (digitale) netwerken met elkaar verbonden zijn. |
| **Commerciële omroepen** | Zenders die vooral geld willen verdienen en gericht zijn op amusement. |
| **Kijkcijfers** | Het aantal mensen dat naar een tv-programma kijkt. |
| **Publieke omroepen** | Zenders die geld krijgen van de overheid om zelf programma’s te maken. Deze omroepen zijn gericht op het verspreiden van informatie en nieuws. |
| **Humanistisch wereldbeeld** | Levensbeschouwing waarbij de mens en de menselijke vrijheid centraal staan. De mens is in staat om te kiezen tussen goed en kwaad. |
| **Censuur** | Het bewust weglaten of veranderen van informatie. |
| **Christelijk wereldbeeld** | Levensbeschouwing waarbij de zondigheid van de mens en de naastenliefde belangrijk zijn. De mens is verantwoording schuldig aan God. |

**Paragraaf 4**

|  |  |
| --- | --- |
| **Reclame** | Het aanprijzen van producten |
| **Manipulatie** | Met opzet beelden of feiten weglaten of veranderen om mensen te beïnvloeden. |
| **Sluikreclame** | Reclame die onopvallend wordt getoond. |
| **Consumptiemaatschappij** | Samenleving waarin mensen voortdurend nieuwe spullen kopen en daarmee hun positie en aanzien in de maatschappij proberen te vergroten. |
| **Materialisme** | Een levenshouding waarbij veel waarde gehecht wordt aan het hebben van geld en bezit |
| **Vreemdelingschap** | Christelijke levensvisie waarbij het leven niet gericht is op de aarde, maar op het eeuwige leven. |

**Paragraaf 5**

|  |  |
| --- | --- |
| **Injectienaaldtheorie** | Een theorie die ervan uitgaat dat de media veel macht en invloed hebben over en op mensen. De media zijn als een injectienaald die mensen ‘druppeltje voor druppeltje’ vol spuit met informatie. |
| **Indoctrinatie** | Het voortdurend opdringen van een bepaalde mening. |
| **Selectieve waarneming** | Het alleen oppikken van zaken die bij je mening, interesses en kennis passen. |
| **Persvrijheid** | De vrijheid om je mening via de media kenbaar te maken. |
| **Kijkwijzer symbolen** | Symbolen waarmee wordt aangegeven voor welke leeftijd een programma geschikt is en welke schadelijke zaken er in een film zitten. |
| **Beeldcultuur** | Cultuur waarin beelden (verspreid via tv en internet) een groten invloed hebben. |