**Tentamen maatschappijleer hoofdstuk 3 – media**

**Paragraaf 1 – communicatie en media**

De hele dag zijn mensen bezig met communicatie. Dit is het overbrengen en ontvangen van boodschappen. Communicatie met woorden noemen we verbale communicatie. Maar het kan ook met beelden of gebaren. Dat is non-verbale communicatie. Nieuws wordt meestal verspreid aan de hand van massacommunicatie. Veel mensen ontvangen dit. Je spreekt van miscommunicatie als de boodschap niet goed over komt. De reden hierdoor kan zijn dat mensen verschillende referentie kaders hebben. Op de meeste boodschappen die we sturen kan gereageerd worden. Deze meerzijdige communicatie kun je goed zien op WhatsApp. Wanneer mensen niet direct kunnen reageren is communicatie eenzijdig. Informatie wordt altijd verstuurd via communicatiemiddelen.

**Paragraaf 2 – in het nieuws**

Media overspoelt ons dagelijks met allerlei gebeurtenissen. Niet alles haalt de krant. Er vindt eerst een selectie plaats. Elke journalist selecteert op grond van nieuwswaarde. Een journalist vraagt zich af:

1. Is het nieuws actueel?
2. Wat is de doelgroep van de krant of het programma?
3. Is het nieuws bijzonder genoeg?
4. Gaat het over belangrijke personen?

Het nieuws wordt verspreid via massamedia. Kwaliteitskranten besteden veel aandacht aan de achtergronden van het nieuws. Voor populariteitskranten is amusement een belangrijk thema. Bij hoor en wederhoor worden verschillende kanten van de gebeurtenis bekeken. Op deze manier wordt het nieuws zo onpartijdig mogelijk.

**Paragraaf 3 – jij en media**

Media hebben verschillende functies. De eerste is communiceren. Hierbij wordt veel gebruik gemaakt van media en past bij onze huidige netwerksamenleving, waar individuen door digitale netwerken met elkaar verbonden zijn. Ten tweede gebruiken mensen media om zich te ontspannen. Amusementsprogramma’s zijn populair en worden vooral uitgezonden bij de commerciële omroepen. Zij zijn afhankelijk van kijkcijfers om aan inkomsten te komen. De derde functie van media is informeren. Publieke omroepen richten zich op achtergronden van het nieuws. Hoe iemand met de media omgaat heeft te maken met hoe iemand naar de wereld kijkt. Mensen met een humanistisch wereldbeeld leggen veel nadruk op de vrije keuze van de mens. Het Christelijke wereldbeeld legt nadruk op de verantwoordelijkheid die mensen hebben tegenover God.

**Paragraaf 4 – reclame**

Reclame is overal om ons heen. Bedrijven besteden veel geld aan reclame maken. Reclamemakers zijn getraind om mensen te verleiden. Vaak wordt een ideale wereld getoond. Minder mooie kanten worden weggelaten; dat noemen we manipulatie. Reclamemakers spelen in op de behoeften van mensen. De derde reclame techniek is aantrekkelijkheid. Mooie en beroemde mensen trekken meer de aandacht dan onaantrekkelijke personen. Sluikreclame is een verborgen verleider. We leven in een consumptie maatschappij waarin we veel waarde hechten aan ons bezit. Dat word ook wel materialisme genoemd. Materialisme staat op gespannen voet met de Bijbel.

**Paragraaf 5 – macht van de media**

Media heeft veel invloed op mensen. De injectienaaldtheorie stelt dat mensen alles geloven wat de media voorschotelt. Soms wordt een bepaalde mening vaak herhaald. Dan is er sprake van indoctrinatie. De meeste mensen denken niet zo negatief over de media. Zij zeggen dat selectieve waarneming ervoor zorgt dat mensen alleen de boodschappen tot zich nemen die bij hen passen. Dat de media in ons land hun mening mogen uiten noemen we persvrijheid. Maar er zijn ook regels nodig en daarom is er een kijkwijzer ontwikkeld. De beeldcultuur heeft grote gevolgen voor de samenleving:

1. Het kijken naar beeld heeft grote impact.
2. Krachtige boodschappen worden overgebracht
3. Ons zelfbeeld wordt beïnvloed.