

**Communicatie**= Proces waarbij een zender bedoeld/onbedoeld een bepaalde boodschap overbrengt aan een ontvanger en waarbij mensen de relaties die ze met elkaar hebben vorm en inhoud geven.

**Communicatieproces**: Zender stuurt boodschap via medium naar ontvanger, ontvanger geeft daar feedback (reactie) op.

Het **referentiekader**= Verzameling van al je persoonlijke waarden, normen, standpunten, kennis en ervaring, heeft invloed op de betekenis die de ontvanger/zender de boodschap geeft.

**Communicatieruis**= ontvanger interpreteert boodschap anders dan de zender bedoeld heeft, verstoring van communicatieproces.

#### Soorten communicatie:

- **Directe-indirecte communicatie**→ bij directe persoonlijk contact tussen zender en ontvanger, bij indirecte contact via technisch medium.
- **Eenzijdige-meerzijdige (wederkerigheid in communicatie) communicatie**→ bij eenzijdige geen sprake van feedback (films en radio), bij meerzijdige wel.
- **Verbale-non verbale communicatie**→ bij verbale gesproken/ geschreven, bij non-verbale symboliek, gebarentaal enz.
- **Interpersoonlijke-massacommunicatie**→ interpersoonlijke is directe, meerzijdige, verbale/non-verbale communicatie (gesprek met vrienden). Massacommunicatie is gericht op groot en vaak onbekend publiek, kan verbaal/ non-verbaal zijn en is meestal eenzijdig.

#### Kenmerken massacommunicatie:

- Gericht op breed, heterogeen en vaak onbekend publiek.
- Overgebrachte informatie is openbaar, voor iedereen beschikbaar.
- Het verzenden en bepalen van de inhoud gaat vaak via grote organisaties zoals omroeporganisaties (maar nu door persoonlijke websites en weblog kan iedereen informatie met publiek delen).
- Er wordt altijd gebruik gemaakt van technische hulpmiddelen.
- Vaak verloopt het eenzijdig→ zender kan niet controleren of iedereen boodschap heeft ontvangen (maar door internet wel meerzijdig, want je kunt reageren op social media).
- Ontvanger bepaalt zelf hoe hij een medium gebruikt.

**Massamedia**= Alle middelen die massacommunicatie mogelijk maken (kranten, tijdschriften, tv), soorten media:

- Gedrukte media (de pers= dagbladen en tijdschriften)
- Audiovisuele media (radio en tv= Publieke omroepen en commerciële zenders)
- Digitale (internet)

#### Functies massamedia:

| Individu                | samenleving                                   | politiek                                                                             |
|-------------------------|-----------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| Informatieve/educatieve | Informerende                                  | Opiniërende                                                                          |
| Opiniërende             | Socialiserende( normen en waarden overdragen) | Spreekbuis (standpunten en opvattingen van individuen wordt onder aandacht gebracht. |
| Sociale                 | Amuserende                                    | Commentaar (forums, columns)                                                         |
| Recreatieve             | Bindende (sociale cohesie)                    | Controle-waakhond                                                                    |
|                         |                                               | Agenda (maatschappelijke problemen komen onder publieke en politieke aandacht)       |

**Publieke opinie**= de mening van de meeste burgers over een bepaalde kwestie← Media spelen een rol bij de vorming hiervan.

**Socialisatie**= Proces waarbij iemand de waarden, normen en andere cultuurkenmerken van zijn samenleving/groep aanleert.

**Infotainment**= programma's die zowel educatief als amuserend zijn.

**Identiteit**= De kleur van een medium, gebaseerd op geloofsovertuiging, politieke voorkeur, intellectueel niveau en specifieke interessegebieden.

#### Soorten dagbladen:

- **Regionale- landelijke kranten**→ Landelijke kranten zijn bijv. de Telegraaf, het AD en de Volkskrant.
- **Ochtend- avondkranten**
- Gratis kranten- abonnementskranten
- **Populaire/massakranten-kwaliteits/kaderkranten**→ massakranten richten zich vooral op groot publiek, gebruikt sensationele koppen en korte artikelen. Kaderkranten worden vooral door hoogopgeleiden gelezen. Ze bevatten langere teksten en zien er zakelijker uit.
- **Algemene kranten-richtingskranten**→ Algemene krant niet gebonden aan een levensbeschouwelijke richting. Richtingskranten wel (Trouw en het Reformatorisch dagblad).
- **Linkse-rechtse kranten**→ Volkskrant is een linkse krant en het AD en De Telegraaf zijn rechtse kranten.

**Opiniebladen**= Tijdschriften die dieper ingaan op het actuele nieuws. Het doel is dat de lezer hiermee een eigen mening kan vormen.

**Duaal omroepbestel**= Zowel publieke omroepen als commerciële zender zijn actief.

**Publieke omroepen**: Zijn zendgemachtigden, want hebben van de overheid toestemming gekregen om landelijke programma's uit te zenden.

**Ledengebonden omroepen**= De grote landelijke zendgemachtigden met leden.

**Niet-ledengebonden omroepen**= De kleine zendgemachtigden zonder leden (Humanistische Omroep, Joods Omroep, Organisatie Hindoe Media).

**Taakomroepen**= NOS en NTR, zij worden niet gekenmerkt door een politieke kleur/ geloofsovertuiging en hebben een algemene functie.

**Het world wide web**= Internet (nieuws, amusement, internetbankieren, shoppen enz.)

**Crossmediale toepassingen**: Verschillende mediavormen zijn niet meer afhankelijk van één enkel apparaat. Zo is de krant op je mobiel te bekijken.

**Usergenerated content**= Informatie die individuele gebruikers zelf kunnen uploaden en delen= Social Media.

#### Uitgangspunten van het mediabeleid:

- **Vrijheid van meningsuiting**→ Beperkingen:
  - **Censuur**= De overheid oefent controle uit op de informatievoorziening
  - Aanzetten tot haat/discriminatie
  - Gevaar opleveren voor openbare orde/nationale veiligheid
  - In strijd met publiek fatsoen
  - Beledigend/opruiend
  - Iemands goede naam en eer aantasten door onjuiste beschuldiging
- **Democratie**→ Burgers recht op goede publieke informatievoorziening om te kunnen participeren in de politiek.
- **Pluriformiteit**→
  - **Externe pluriformiteit**= Maatschappelijke, religieuze en politieke stromingen zijn herkenbaar aanwezig in de media.
  - **Interne pluriformiteit**= Massamedium biedt ruimte aan verschillende opinies en opvattingen.

**Principe van de vrije markt**= Iedereen mag een massamedium beginnen. Nadeel: Iedereen heeft gelijke toegang tot de media en daardoor is er sprake van sociale ongelijkheid.

**Zendmachtiging**= De bevoegdheid voor het uitzenden van radio-en televisieprogramma's.

**Netprofilering**= Het afstemmen van tv-programma's op een duidelijke doelgroep per televisienet.  
Doel: Kwalitatief aanbod en concurrentie.

**Belangrijke bepalingen in de mediawet:**

- Publieke omroep moet een maatschappelijke/geestelijke stroming vertegenwoordigen. De omroep moet vanuit eigen identiteit gericht zijn op zowel een breed publiek als op specifieke bevolkings- en leeftijdsgroepen.
- In de consessiewet staat dat een publieke omroep minimaal 50.000 leden moet hebben om de mogen uitzenden. Volledige erkenning in publieke bestel bij 300.000 leden.
- Publieke omroep recht op financiële bijdrage van overheid en geld uit Ster reclame wordt over de omroepen verdeeld.
- De totale televisiezendtijd van de publieke zenders moet een compleet aanbod aan programma's bevatten.
- Publieke omroepen mogen maximaal 6,5 % van hun zendtijd besteden aan reclame en ze mogen alleen tussen programma's door reclame zenden.
- Commerciële zenders mogen maximaal 15 % van hun zendtijd besteden aan reclame en ze mogen programma's onderbreken met reclame.

**Taken van het Commissariaat voor de Media:**

- Het uitgeven en controleren van zendmachtiging aan publieke en commerciële omroepen.
- Naleving van reclame- en sponsorregels.
- Naleving van programmavoorschriften voor de publieke omroep.

**Stimuleringsfonds voor de Pers**= Een door de overheid ingesteld bestuursorgaan dat de pluriformiteit van de persmedia moet beschermen. Kranten en tijdschriften die bijdragen aan pluriformiteit kunnen beroep doen op tijdelijke financiële steun van dit fonds.

De overheid zorgt ervoor dat het Internet toegankelijk wordt voor iedereen en houdt zich bezig met het tegengaan van cybercriminaliteit.

**Politieke visies op de rol van de overheid:**

- **Liberalen**→ vrije markt, tegen subsidiëring van de media, concurrentie.
- **Sociaaldemocraten**→ overheid moet kwaliteit controleren en pluriformiteit bewaken, iedereen moet gelijke toegang hebben tot de media, subsidiëring publieke omroepen goed.
- **Christendemocraten**→ zowel regulerend optreden overheid als eigen verantwoordelijkheid media.

**Visies van belangengroepen op inrichting van omroepbestel:**

- **Publieke omroepen**→ Pluriformiteit, tegen commercialisering, voor educatieve- opvoedende en informatieve functie.
- **Commerciële zenders**→ Kijker kan zelf beslissen en moet daarom keuze hebben uit groot aanbod.
- **Bedrijfsleven**→ commercialisering leidt tot vergroting van keuzemogelijkheden voor consument, kunnen extra aandacht vragen voor hun producten door media.
- **Mediaconsumenten**→ Willen weinig reclame.

- **Overheid**→ Publieke omroepen moeten zorgen voor evenwichtige maatschappelijke communicatie in onze democratische en pluriforme samenleving, zorgen voor kwalitatief goede en hoog gewaardeerde programma's.

#### **Maatschappelijke ontwikkelingen en gevolgen ervan:**

- **Individualisering en ontzuiling**→ publieke omroepen hebben hierdoor geen duidelijke achterban meer.
- **Liberalisering economie**→ zou in de toekomst ook kunnen leiden tot liberalisering van de media.
- **Verdwijning kwalitatief goede programma's voor kleine doelgroepen**
- **Dubbele financiering (overheidssubsidie en reclamegeld)**→ zorgt voor oneerlijke concurrentie tussen publieke omroepen en commerciële zenders.
- **Groeiend consumentisme**→ Kijkers willen liever vermaakt worden.
- **Verdwijning identiteiten van de omroepen door samenwerking.**

#### **Trends die van invloed zijn op de ontwikkeling van moderne massamedia**

- **Technologische innovatie**→
  - **Informatietechnologie**= Het vakgebied waarbinnen computersystemen en digitale communicatietoepassingen worden ontworpen en gebouwd.
  - **Digitalisering**= Niet-digitale/analoge informatie wordt omgezet naar digitale informatie. Hierdoor kun je informatie efficiënter gebruiken en door Internet makkelijker verspreiden.
  - **Convergentie**= De samenkomst van verschillende mediatypen op één apparaat/gedeeld kanaal. (tv op Iphone).
- **Economische groei en internationalisering**→ Door toegenomen welvaart is het mediagebruik toegenomen. Communicatie via Internet heeft de internationale samenwerking en handel gestimuleerd. We kijken series en films uit het buitenland.  
**Mediaconglomeraat**= Kleine mediabedrijven worden overgenomen door grote organisaties.
- **Uitbreiding van de informatiemaatschappij**= technologische, hoogontwikkelde samenleving waarbij communicatie en informatieoverdracht de basis van de meeste economische activiteiten vormen. Kenmerken:
  - Constante informatiestroom.
  - Niet geboden aan één plaats, want overal toegang tot Internet.
  - Vervaging van nationale grenzen.
  - Snelle verandering van informatiemaatschappij zelf (iets wat gister in was is morgen weer verleden tijd)

#### **Sociaal-culturele gevolgen van de bovenstaande ontwikkelingen:**

- **Diversificatie van het media-aanbod**
- **Informalisering van de samenleving**→ verhoudingen tussen mensen zijn minder formeel.
- **Vervaging van grens tussen massacommunicatie en interpersoonlijke communicatie.**
- **Intensivering**→ consument heeft steeds meer behoefte aan extremere media.
- **Internationalisering van het media-aanbod**→ Wij kijken bijv. Amerikaanse programma's.  
**Cultuurimperialisme**= Het geleidelijk opdringen van de eigen cultuur aan andere landen/volken.
- **Ontstaan globale cultuur.**

#### **Sociaaleconomische gevolgen van de bovenstaande ontwikkelingen:**

- **Toenemende internationale concurrentie.**
- **Ontstaan mediaconglomeraten heeft risico voor de vrije informatievoorziening.**
- **Tweedeling in de samenleving.**

**Politiek-juridische gevolgen van de bovenstaande ontwikkelingen:**

- **Burgers krijgen informatie over mediabeleid/standpunten van politieke partijen.**
- **Informatiemaatschappij gevolgen voor privacy.**
- **Overtreden op het Internet ongrijpbaar.**

**Financiële middelen van de pers:**

- Abonnementen
- Vrije verkoop
- Advertenties

**Redactiestatuut**→ Is er om belangenconflicten bij tijdschriften en kranten te voorkomen.

**Financiële middelen radio en televisie:**

- Overheidssubsidie (publieke)
- Inkomsten uit Ster-reclame (Publieke)
- Lidmaatschaps- en abonnementsgelden (publieke)
- Sponsoring door bedrijven (publieke en commerciële)
- Opbrengsten omroepbladen en verkoop merchandise (publieke)
- Reclame-inkomsten (commerciële)
- Programmabladen (commerciële)

**Ontwikkelingen als gevolgen van de toegenomen concurrentie in de media:**

- **Marktgerichtheid en commercialisering**→ minder kwaliteit meer entertainment.
- **Marktsegmentering en stijging van aantal producten**→ Bepaald doelgroep/segment beheren.
- **Doelgroepenmedia en netprofilering**→ Commerciële omroepen stemmen hun zenders en programma's af op specifieke doelgroepen.
- **Persconcentratie**→ leidt tot eenzijdige berichtgeving. Soorten persconcentratie:
  - Redactionele concentratie, redacteurs schrijven voor verschillende kranten/tijdschriften tegelijk.
  - Publiekconcentratie, publiek verdeeld zich eenzijdiger over dagbladen.
  - Aanbiederconcentratie, dagbladuitgever geeft meerdere kranten uit.
- **Mediaconcentratie**→ leidt tot eenzijdige berichtgeving en gevaar van monopolievorming.

**Diagonale concentratie**= concentratie omvat meerdere producten.

**Horizontale concentratie**= concentratie van hetzelfde product.

**Verticale concentratie**= Bedrijf bezit een gehele bedrijfskolom.

**Verschraling/vertrossing**= Proces waarbij amusement andere maatschappelijke functies van de media verdringt.

**Mediahype**= Nieuws dat zichzelf versterkt zonder dat zich nieuwe feiten voordoen. Ontstaat als journalisten bijv. allemaal op hetzelfde nieuws duiken.

**Mediaframe**= Berichtgeving over een onderwerp die steeds vanuit hetzelfde perspectief plaatsvindt.

**Medialogica**= Situatie waarin de manier van politiek bedrijven gestuurd wordt door de media.

Het belangrijkste selectie criterium van het nieuws is de **nieuws waarde**: Hoe belangrijk is het nieuws?

**Een bericht heeft een nieuws waarde als het voldoet aan de volgende criteria:**

- Het is actueel (afhankelijk van het medium).
- Het is opvallend, onverwacht en verassend/schokkend.
- Het is cultureel/geografisch dichtbij.

- Het gaat over belangrijke, bekende personen.
- Er is een '**human-interest aspect**'= drama, emotie, conflict.
- Het is afwijkend.
- Het is ondubbelzinnig en begrijpelijk.
- Er is beeldmateriaal van beschikbaar.
- Het is interessant voor de doelgroep.
- Het is gerelateerd aan politieke, sociaaleconomische, financiële en/of culturele ontwikkelingen en kwesties.
- Het past binnen de identiteit van het medium.

#### **Nieuwsbronnen:**

- De aanbieders van persberichten (primaire nieuwsbronnen) beoordelen of een gebeurtenis interessant genoeg is, hierbij is sprake van **selectieve perceptie**= de nieuwskeuze en de berichtgeving worden gestuurd door het persoonlijke referentiekader van de redacteur/verslaggever.
- Personen, bedrijven of instellingen sturen persberichten.
- Voorlichters van overheidsorganen geven informatie door aan journalisten d.m.v. persconferenties en rapporten. De overheid heeft een **actieve informatieplicht**= overheid moet op eigen initiatief belangrijke informatie bekend maken.
- Correspondenten in binnen-en buitenland.
- Freelancejournalisten, deze schrijven over gespecialiseerde onderwerpen (onderwijs, klimaat, religie enz.)
- Persbureaus, publiceren nieuws.
- Persdiensten, gebruikmaken van buitenlandse kranten.
- Beeldmateriaal.

De westerse media heeft weinig steunpunten in de derde wereld, waardoor het nieuws over ontwikkelingslanden vanuit een westerse kijk wordt gemaakt: weinig aandacht voor ontwikkelingsprocessen en veel voor oorlogen, rampen, hongersnood enz. De bevolking uit ontwikkelingslanden krijgen zelf ook een westers beeld want berichtgeving verloopt hier vaak via westerse persbureaus.

#### **5 journalistieke normen waar journalisten zich aan moeten houden:**

- Het scheiden van feiten en meningen.
- Hoor en wederhoor toepassen.
- Controleren van de feiten.
- Meerde informatiebronnen raadplegen.
- Juiste weergave van de feiten.

**Onbewuste kleuring**= Journalisten werken altijd vanuit hun eigen referentiekader en selectieve perceptie of ze dat nu willen of niet.

**Bewuste kleuring**= Media laten hun standpunten en opvatting bewust doorschemeren om hun identiteit herkenbaar te maken.

#### **De volgende factoren bepalen de identiteit van een massamedium:**

- Keuze van onderwerpen.
- Volgorde van berichten.
- De presentatie.
- Eigen commentaar.
- Het woordgebruik.

- Gebruik van gastschrijvers (freelancespecialisten/columnisten).

**Manipulatie**= Het vervormen van het nieuws door het opzettelijk weglaten/verdraaien van feiten.

**Indoctrinatie**= Het systematisch opdringen van opvattingen door meningen als feiten te presenteren.

#### **Soorten mediaframes:**

- Conflictframe
- Human-impactframe, de menselijke kant van het verhaald, de emotionele kant.
- Economische-gevolgenframe
- Machteloosheidsframe, onmacht en onveranderlijkheid van de situatie.
- Moraliteitsframe

**Cultuur**= Alle waarden, normen en andere aangeleerde kenmerken die de leden van een groep of samenleving met elkaar gemeen hebben en die zijn min of meer als vanzelfsprekend beschouwen.

**Normen**= Specifieke regels in een groep/samenleving waarmee mensen hun eigen gedrag en het gedrag van anderen beoordelen.

**Waarden**= Principes die mensen belangrijk vinden om na te streven.

**Nature-nurture**= aangeboren-aangeleerd.

**Dominante cultuur**= De cultuurkenmerken binnen een samenleving worden gedragen door een groep die overheersend is en veel invloed heeft op het economische en politieke leven.

**Subcultuur**= Een groep die waarden, normen en andere cultuurkenmerken heeft die deels afwijken van de dominante cultuur.

#### **drie dimensies van cultuuruitingen:**

- **Ideële dimensie**→ Mensen wisselen voortdurend opvatting en ideeën met elkaar uit die te maken hebben met de visie op de mens/samenleving, religie en maatschappelijke waarden.
- **Normerende dimensie**→ regels, wetten, straffen en gewoontes die voortvloeien uit waarden.
- **Materiële dimensie**→ inrichting stad, kleding, kunst enz.

#### **Functies van cultuur:**

- Het geeft betekenis aan ons gedrag.
- Het bepaalt wel gedrag wel/niet aanvaardbaar is.
- Het biedt de mogelijkheid tot identificatie.

#### **Socialiserende instituties:**

- Gezin
- School
- Werk
- Maatschappelijke groeperingen (sportclubs, geloofsinrichtingen enz.)
- Overheid
- Media

**Sociale controle**= De wijze waarop mensen andere mensen stimuleren/dwingen zich aan de geldende normen te houden.

**Stereotype**= Een sterk generaliseerd, versimpeld en vertekend beeld van het gedrag en de mentaliteit van een specifieke groep.

**Vooroordeel**= Een mening/houden die niet of onvoldoende op feiten/ervaring is gebaseerd.

**Discriminatie**= Mensen van een bepaalde groep worden anders behandeld op grond van kenmerken die in de gegeven situatie niet van belang zijn.

Cultuur is dynamisch, want normen, waarden, gewoontes enz. veranderen voortdurend.

#### **Klassieke beïnvloedingstheorieën:**

- **Injectienaaldtheorie**→ De media is een grote injectienaald, waarmee ze kijkers en luisteraars met ideeën en overtuigingen kunnen inspuiten, waarna alle informatie klakkeloos wordt overgenomen en als waar wordt beschouwd.
- **Selectieve perceptie van het publiek**→ de invloed van de media is beperk doordat het publiek nu een veel actievere rol speelt. Een boodschap door het medium komt door verschillende selectiemechanismen niet/vervormd aan bij de mediagebruiker:
  - Selectieve keuze→ alleen datgene lezen/kijken wat bij ons referentiekader past.
  - Selectie perceptie.
  - Selectief geheugen→ we onthouden maar een klein deel van de informatie.
  - Selectief geloven→ we vertrouwen bijv. eerder het NOS Journaal dan RTL nieuws.

#### **Moderne beïnvloedingstheorieën:**

- **Cultivatietheorie**→ Media dragen normen en waarden over. Als mensen meer TV kijken, gaan ze het beeld van de werkelijkheid en de televisiewerkelijkheid meer in elkaar overlopen.
- **Agendasettingtheorie**→ Media hebben weinig invloed op denken en gedrag van mensen, maar ze bepalen wel de overwerpen waar mensen zich mee bezighouden.
- **Framingtheorie**→ De manier waarop iets wordt gepresenteerd in de media heeft invloed op hoe wij bijv. het nieuws interpreteren.
- **Theorie van zwijgspiraal**→ Mensen zijn onzeker over hun mening en zijn bang voor uitsluiting. Ze conformeren zich dus aan de heersende opvatting.
- **Uses and gratifications**→ Mensen gebruiken media om hun behoeftes te bevredigen.
- **Media-afhankelijkheidstheorie**→ Mensen hebben informatie nodig om doelen in hun leven te bereiken. Maar media is ook afhankelijk van het publiek. Dus bij deze theorie sprake van een wederzijdse afhankelijkheidsrelatie.