



Massamedia

Leertekst



Maatschappijkunde.nl

Inhoudsopgave

Leerdoelen Checklist	2
1 De bekentenis voor de samenleving	
1.1 Soorten media	3
1.2 Functies media	3
1.3 Rol media	4
1.4 Technologische ontwikkelingen	4
2 De inhoud en programmering van massamedia	
2.1 Mediawetgeving	5
2.2 Commerciële belangen	6
2.3 Publieke en Commerciële omroeporganisaties	7
3 Nieuwsvoorzieningen kritisch beoordelen	
3.1 Selectieprocessen nieuwsvoorziening	8
3.2 Vergelijken berichtgeving	8
4 De beïnvloeding door Massamedia	
4.1 Nieuwsselectiecriteria	9
4.2 Beeldvorming	10
4.3 Beïnvloedingstheorieën	11

Leerdoelen Checklist

1 De betekenis voor de samenleving

- Onderscheid maken in verschillende soorten massamedia.
- Beschrijven welke functies massamedia vervullen.
- Voorbeelden herkennen/noemen van terreinen waarop massamedia een centrale rol spelen, zoals bij democratische besluitvorming, cultuuroverdracht en vrijetijdsbesteding.
- Uitleggen welke gevolgen technologische ontwikkelingen op (interactieve) massamedia hebben.

2 De inhoud en programmering van massamedia

- Herkennen/uitleggen dat het overheidsbeleid voor de media voortkomt uit het grondwettelijke recht van vrijheid van meningsuiting en van persvrijheid en op het belang van pluriformiteit van de pers voor de democratie.
- Herkennen welke invloed commerciële belangen kunnen hebben op de informatievoorziening, inhoud en programmering van de media.
- Verschillen in doelstellingen, financiering en programmering herkennen/ en uitleggen tussen (en binnen) publieke omroeporganisaties en commerciële omroeporganisaties.

3 Nieuwsvoorzieningen kritisch beoordelen

- Uitleggen dat de nieuwsvoorziening in de media het resultaat is van selectieprocessen.
- Verschillende (vormen van) berichtgeving vergelijken en kunnen uitleggen of deze meer of minder objectief (zijn) is.

4 De beïnvloeding door Massamedia

- (Her)Kennen welke criteria een rol spelen bij het selecteren van nieuws.
- Weten en kunnen uitleggen op welke manier de media onze beeldvorming kunnen beïnvloeden.
- (Her)Kennen hoe media volgens diverse beïnvloedingstheorieën invloed op ons heeft en de belangrijke woorden daarbij kennen.

1. De betekenis voor de samenleving

1.1 Soorten media

✓ *Onderscheid maken in verschillende soorten massamedia.*

Media: middel om informatie over te dragen.

Massamedia: middel om informatie over te dragen aan veel mensen (massa).

Er bestaan 3 soorten media (mediums):

- **Gedrukte media** (oude media): kranten, tijdschriften, boeken etc.
- **Audiovisuele media:** radio, televisie, film, video etc.
- **Interactieve media** (nieuwe media): games, internet, apps etc.

1.2 Functies media

✓ *Beschrijven welke functies massamedia vervullen.*

Media heeft verschillende functies in de samenleving:

1. Algemene functies (Cultuuroverdracht):

- **Amusementsfunctie:** Amuseren (vermaken), zoals series of games.
- **Bindende functie:** Verbinden van mensen, bv. door het WK uit te zenden.
- **Educatieve functie:** Educatie (leren), zoals klokhuis of schoolTV.
- **Informerende functie:** Leveren van nieuws aan de samenleving
- **Socialiserende functie:** Het aanleren van normen en waarden

2. Politieke functies (Democratische besluitvorming):

- **Agenda functie:** Maatschappelijke problemen onder de aandacht brengen.
Toelichting: de media zorgt ervoor dat maatschappelijke problemen onder de publieke en politieke aandacht komen. Journalisten gaan opzoek naar maatschappelijke vraagstukken of problemen om ze vervolgens onder de aandacht van de burgers te brengen.
- **Commentaar functie:** Een mening geven over gebeurtenissen, bijvoorbeeld via columns of blogs.
- **Controlerende functie:** Het controleren van de overheid en instanties; doen zij hun werk goed? Misstanden aan het licht brengen voor de samenleving.
- **Opiniërende functie:** Het helpen vormen van een mening, bv. een discussieprogramma wat de kijkers aan het denken zet.
- **Spreekbuisfunctie:** Mening onder de aandacht brengen.
Toelichting: door het direct contact met de burger kan de pers een spreekbuis vormen (spreekbuisfunctie) voor wat er leeft in de samenleving. In sommige gevallen kan de pers zoveel

aandacht geven aan een onderwerp dat het de publieke opinie beïnvloedt, en/ of dat het op de politieke agenda komt (agendafunctie).

Als media berichten over een maatschappelijk vraagstuk dan gaat het vooral om de informatieve en opiniërende functie. Wel wordt informatie vaker luchtiger gebracht (bijv. door een animatie bij het nieuws), dan gaat het ook om de amusementsfunctie.

1.3 Rol media

- ✓ *Voorbeelden herkennen/noemen van terreinen waarop massamedia een centrale rol spelen, zoals bij democratische besluitvorming, cultuuroverdracht en vrijetijdsbesteding.*

Media speelt een belangrijke bij voorbeeld (zie Functies Media):

- **Cultuuroverdracht:** het overbrengen van normen, waarden, cultuurkenmerken etc.
- **Democratische besluitvorming:** het ondersteunen van de democratie.
- **Vrijetijdsbesteding:** het vermaken van mensen.

1.4 Technologische ontwikkelingen

- ✓ *Uitleggen welke gevolgen technologische ontwikkelingen op (interactieve) massamedia hebben.*

Technologische ontwikkelingen hebben gevolgen voor de massamedia:

- De verkoop van gedrukte (oude) media neemt af, omdat vrijwel alles digitaal of via het internet te lezen is, wat vaak ook meer up-to-date is.
- Audiovisuele media wordt meer interactief, bijvoorbeeld doordat je met je tablet kunt stemmen bij bepaalde programma's die op televisie worden uitgezonden.
- Er ontstaat een sterke individualisering. Mensen komen steeds meer in aanraking met andere groepen waardoor zij zelf ook veranderen en andere keuzes maken. Hierdoor verdwijnen bepaalde groepen uit de samenleving (ontzuiling).

2. De inhoud en programmering van massamedia

2.1 Mediawetgeving

- ✓ *Herkennen/uitleggen dat het overheidsbeleid voor de media voortkomt uit het grondwettelijke recht van vrijheid van meningsuiting en van persvrijheid en op het belang van pluriformiteit van de pers voor de democratie.*

De volgende dingen spelen een sterke rol bij de mediawetgeving:

Pluriformiteit: Dingen vanuit verschillende invalshoeken bekijken (variatie, diversiteit). De overheid vindt het voor de democratische besluitvorming belangrijk dat er verschillende soorten programma's worden aangeboden, zodat mensen goed hun eigen mening kunnen vormen. Ook krijgen allerlei maatschappelijke, religieuze en politieke stromingen een kans in de media. Dit alles is belangrijk voor onze democratie: zo krijgen mensen hun eigen mening en kunnen ze zelf keuzes maken. Om bij dit alles te ondersteunen is er de publieke omroep: een omroep die (deels) wordt betaald uit publieke middelen o.a. belasting; de publieke omroep verzorgt programma's zonder winstoogmerk (is dus niet commercieel).

Vrijheid van pers: Persvrijheid is belangrijk, omdat zo eerlijk, objectief door de pers kan worden getoond wat er gebeurt in de wereld. De pers heeft in Nederland dan ook veel vrijheid (zij zijn onafhankelijk): zij mogen in principe artikelen en items maken over wat zij willen en hoe zij dat willen. Ook dit draagt bij aan de democratische besluitvorming.

Vrijheid van meningsuiting: Je mening kunnen uiten is belangrijk, ook voor de pers. De pers mag in Nederland vrij hun mening uiten, waardoor zij bijvoorbeeld de commentaar functie kunnen vervullen. Ook dit draagt bij aan de democratische besluitvorming.

2.2 Commerciële belangen



Herkennen welke invloed commerciële belangen kunnen hebben op de informatievoorziening, inhoud en programmering van de media.

Alle media proberen met hun aanbod rekening te houden met de vraag of interesse van het publiek. Het doel van commerciële media is het verkrijgen van zoveel mogelijk kijkers, luisteraars, leden en lezers of abonnees: zij willen winst maken. Zij krijgen vooral inkomsten door het uitzenden van reclames. Zij richten zich zoveel mogelijk naar de markt: wat willen mensen zien/horen? Welke programma's leveren een hoge kijkdichtheid op? Want: veel kijkers/luisteraars betekent veel publiek voor reclameboodschappen, dus hogere inkomsten. Door de invloed van commercie en het bedrijfsleven kan de maatschappelijke functie van de media voor de democratische besluitvorming onder druk komen te staan

Commerciële belangen van media hebben invloed op het volgende:

Informatievoorziening: is soms minder betrouwbaar.

Commerciële media zullen eerder dingen overdrijven (sensatie) om veel publiek te trekken om zo geld te verdienen. Dat is anders bij bijvoorbeeld NPO 2, waarbij het hoofddoel van een programma kan zijn om te informeren, waardoor zij minder snel sensatie zullen maken.

Inhoud: bestaat vaker uit amuserende programma's.

Vaak kijken mensen graag naar amuserende programma's of gebruiken amuserende apps (games), wat voor commerciële media veel geld oplevert door de reclame. Zij zullen dan ook minder snel informerende programma's uitzenden, omdat dit veel minder geld oplevert. Zo bieden zenders als RTL 4 en SBS 6 een stuk meer amuserende programma's als bijvoorbeeld NPO 1, die niet als hoofddoel heeft geld te verdienen.

Programmering: is vaker op één doelgroep gericht.

Zo richt de zender RLT 7 zich op mannen, waardoor de zender veel actiefilms uitzendt en reclames over bijvoorbeeld scheerschuim laat zien, terwijl een zender als TLC zich meer op vrouwen richt en veel kledingprogramma's uitzendt en reclames over bijvoorbeeld huidverzorging laat zien. Zij proberen dus meer winst te maken door zich op één doelgroep te richten.

2.3 Publieke en Commerciële omroeporganisaties



Verschillen in doelstellingen, financiering en programmering herkennen / en uitleggen tussen (en binnen) publieke omroeporganisaties en commerciële omroeporganisaties.

Een paar belangrijke verschillen tussen publieke media en commerciële media zijn:

Publieke media	Commerciële media
NPO 1, 2, 3, lokale zenders (bv. RTV Utrecht)	Bijvoorbeeld: RTL, SBS 6, Veronica
Hoofddoel: informatievoorziening	Hoofddoel: amusement (winst maken)
Voor een groot deel betaald door de overheid	Betaald door reclame-inkomsten
Weinig reclame, niet tijdens programma's	Veel reclame, tijdens programma's
Voor alle doelgroepen	Vaak voor een bepaalde doelgroep
Zenders bepalen programmering, maar de overheid stelt wel eisen.	Zenders bepalen programmering

3. Nieuwsvoorzieningen kritisch beoordelen

3.1 Selectieprocessen nieuwsvoorziening

✔ Uitleggen dat de nieuwsvoorziening in de media het resultaat is van selectieprocessen.

Het nieuws wat in de media komt wordt geselecteerd (gekozen). Er zijn meerdere momenten waarop een keuze wordt gemaakt:

1. Selectief gebruik van bronnen

Op basis van de **selectieve perceptie** (mensen nemen niet alles waar en wat ze waarnemen, vaak gekleurd; ze stellen zich niet voor alle informatie open, maar kiezen/ selecteren.) van de journalist.

2. Selectie om bericht op te nemen

Op basis van onder andere de nieuwswaarde en de identiteit van het medium (zie kerndoel 4 voor alle *nieuwsselectiecriteria*). De **redactie** bepaalt wat er wel/niet in het nieuws komt.

3. Selectie bij de presentatie van het nieuws: hoe presenteren we het?

Op basis van het **referentiekader** (normen en waarden die je hebt meegekregen in je leven. De manier waarop je naar de wereld kijkt oftewel over dingen denkt) van de journalist en de identiteit van het medium. De **eindredacteur** bepaalt uiteindelijk wat in het nieuws komt en hoe dit in wordt neergezet.

De keuzes worden dus in verschillende stappen genomen: journalisten → redactie → eindredacteur.

3.2 Vergelijken berichtgeving

✔ *Verschillende (vormen van) berichtgeving vergelijken en kunnen uitleggen of deze meer of minder objectief (zijn) is.*

Berichtgeving kan **objectief** of **subjectief** zijn.

Objectieve berichtgeving kun je op de volgende herkennen:

- In de tekst komen geen meningen óf meningen van beide kanten voor (dit noemen we hoor en wederhoor)
- Alle feiten in de tekst zijn controleerbaar

Voldoet een tekst niet aan de bovenstaande feiten? Dan is het een subjectieve tekst. In een subjectieve tekst staat vaak één mening en deze is vaak bedoeld om mensen over te halen.

4. De beïnvloeding door Massamedia

4.1 Nieuwsselectie

✓ (Her)Kennen welke criteria een rol spelen bij het selecteren van nieuws.

Bij de selectie van nieuws/ informatie spelen bewust of onbewust de volgende criteria een rol:

Nieuwsselectiecriteria:

- Eigen waarden en normen van de journalisten
- Actualiteit
- Uitzonderlijkheid
- De nabijheid (hoe dichtbij voelt het?)
- De doelgroep (wat wilt de doelgroep van het medium graag zien, lezen of horen)
- Commerciële belangen (levert het geld op)
- De belangstelling van (een groot) / het publiek
- Identiteit / doelstelling van het medium (wat voor nieuws past bij ons?)

Deze selectie kan tot gevolg hebben dat er onder het publiek een bepaalde (onjuiste) beeldvorming ontstaat.

Extra toelichting: *eigen waarden en normen van de journalist*

Bij het tot stand komen van nieuws en andere mediaboodschappen spelen selectieve perceptie en het referentiekader van journalisten een rol:

Selectieve perceptie: mensen nemen niet alles waar en wat ze waarnemen, vaak gekleurd; ze stellen zich niet voor alle informatie open, maar kiezen/ selecteren.

Referentiekader: mensen nemen waar vanuit hun eigen 'achtergrond': waarden, normen, opvattingen, maatschappelijke positie en ervaringen.

Journalisten selecteren dus (onbewust) nieuws op basis van hun eigen perceptie en referentiekader. Zo zijn er kanttekeningen te plaatsen bij de vraag of 'het' nieuws' een compleet en objectief mogelijk beeld geeft van de werkelijkheid.

4.2 Beeldvorming

✓ *Weten en kunnen uitleggen op welke manier de media onze beeldvorming kunnen beïnvloeden.*

De media bepalen voor een belangrijk deel wat we weten en hoe we denken over dingen. Deze beeldvorming komt niet altijd overeen met de werkelijkheid. Media-informatie/ nieuws is altijd het resultaat van selectieprocessen. Mensen hebben vaak een beperkt beeld van de werkelijkheid. Het krijgen van een beperkt beeld heeft mede te maken met de selectiecriteria (zie 3.1).

Voorbeeld: het beeld bestaat bijvoorbeeld dat het aandeel van de agressieve criminaliteit in het totaal van de criminaliteit hoger is dan het werkelijk aandeel.

Door deze beeldvorming kunnen vooroordelen en stereotypen ontstaan: mensen delen anderen in groepen in, bijvoorbeeld in mannen en vrouwen, jongeren en ouderen, hoger en lager opgeleiden, autochtonen en allochtonen. Door deze indeling proberen mensen meer greep te krijgen op de grote hoeveelheid informatie die op hen afkomt. Stereotypen en vooroordelen maken het makkelijker de wereld te begrijpen.

De inhoud van de media is nooit eenzijdig stereotiep. Juist omdat media weergeven wat in een samenleving gebeurt, kom je ook beelden/ informatie tegen die bestaande stereotypen en vooroordelen doorbreekt of afwijkt van gangbare waarden en normen.

Voorbeeld: bijvoorbeeld vrouwenprogramma's, series waarin vrouwen een onafhankelijke rol spelen, reclames waarin mannen ook koken en voor kinderen zorgen.

4.3 Beïnvloedingstheorieën



Weten en kunnen uitleggen op welke manier de media onze beeldvorming kunnen beïnvloeden.

Er zijn verschillende theorieën over hoeveel invloed massamedia heeft op mensen:

Injectienaaldtheorie:

Deze theorie gaat er vanuit dat media mensen 'volspuiten' met bepaalde ideeën. Mensen zouden deze ideeën makkelijk overnemen. De media zijn volgens deze theorie in staat tot **indoctrinatie** (iemand brainwashen door continue dezelfde informatie te laten zien) en **manipulatie** (waarheid verdraaien).

Voorbeelden zijn: gewelddadige films en games die kunnen aanzetten tot agressie, het ontstaan van rages (hypes) en het beïnvloeden van de **publieke opinie** (algemene mening van de bevolking) tijdens de vluchtelingencrisis.

Multi-step-flow theorie:

Volgens deze theorie verloopt communicatie en informatie in stappen. Eerst is er een kleine groep gezaghebbende opinieleiders (bv. bekende Nederlanders) die worden beïnvloed en die vervolgens bepaalde informatie of een bepaalde mening uitdragen; daarna wordt deze overgenomen door een iets grotere groep en tot slot door het grote publiek.

De theorie van de media als betekenisverlener:

Niet zozeer als middel is een massamedium effectief, maar vooral voor de ontvangers en gebruikers bieden de media betekenis. De media hebben voor mensen diverse betekenissen zoals informatie en amusement. Op langere termijn hebben de media invloed omdat ze via informatie en amusement waarden en normen overdragen.

Theorie van selectieve perceptie:

Mensen nemen waar op basis van hun **referentiekader** (normen en waarden die je hebt meegekregen in je leven). Informatie die daar niet bij past, wordt niet waargenomen. Sommige communicatiedeskundigen zijn dan ook van mening dat de media alleen die mensen kan bereiken, die ervoor open staan

Agendatheorie:

Massamedia selecteert uit de hoeveelheid beschikbare informatie onderwerpen die veel en andere die weinig aandacht krijgen. Daardoor bepalen zij de onderwerpen die aandacht krijgen van het grote publiek. De agendafunctie van de massamedia houdt in dat media bepalen waarover veel mensen praten. Ze bepalen de gespreksagenda. Ook op de politieke agenda hebben de media veel invloed: de politici zien, horen en lezen dingen waar ze iets mee willen.