**5 De overheid en de gedrukte media**

**5.1 VRIJHEID VAN MENINGSUITING**

***VRAGEN***blz. 57

1. Tijdens de **Tweede Wereldoorlog** heeft Nederlandmet censuur te maken gehad.

2 *Eigen uitwerking leerling.*

*Voorbeelduitwerking:*

- **Discriminatie**, bijvoorbeeld over ‘criminele’ asielzoekers.

- **Onzedelijke informatie**, bijvoorbeeld een kalender met nep-naaktfoto’s van koningin Máxima.

- **Onwaarheden**, bijvoorbeeld over een bekende Nederlander die een affaire zou hebben.

- **Opruiende uitspraken**, bijvoorbeeld het aanzetten tot geweld tegen homoseksuelen.

3. Er is **geen** sprake van censuur, want de redactie besluit zelf om het artikel niet te plaatsen.

*Er is* ***wel*** *sprake van censuur als de schooldirectie de redactie verbiedt om het artikel te plaatsen.*

4. **Geenstijl.nl** wordt vooral door mensen aangeklaagd die zich gekwetst voelen door de site, dus niet door de overheid. Het is voor de overheid haast onmogelijk om alle media te controleren op leugens en laster.

*Houd een discussie over de stelling “****Het is zonde van je tijd om geenstijl.nl te bezoeken. Het is alleen maar schelden en beledigen.****”*

**5.2 PLURIFORMITEIT EN PERSCONCENTRATIE**

***VRAGEN***blz. 59

5. In landen als China en Iran is geen democratie. De machthebbers willen niet dat verschillende maatschappelijke groepen de kans krijgen hun stem te laten horen (*= pluriformiteit*). Dat brengt de positie van de machthebbers in gevaar.

6. De overheid doet dit om zo de pluriformiteit van de media te behouden.

7. Uitgeverijen in financiële nood kunnen overheidssteun krijgen door subsidie aan te vragen bij het Stimuleringsfonds voor de Pers.

*Het gaat hier vooral om kleine uitgeverijen die door de grote uitgeverijen weggeconcurreerd worden.*

8. *Eigen uitwerking leerling.*

*Voorbeelduitwerking:*

Het Stimuleringsfonds voor de Pers geeft tijdelijke financiële steun aan uitgevers zodat de **pluriformiteit** van de media in Nederland behouden blijft.

9 ***JUIST OF ONJUIST?***  blz. 60

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Juist** |  | **Onjuist** |
|  |  |  |  |
| 1. In Nederland mag iedereen een eigen tijdschrift beginnen. | X |  |  |
|  |  |  |  |
| 2. Vrijheid van meningsuiting en censuur kunnen niet samengaan. | X |  |  |
|  |  |  |  |
| 3. Persconcentratie kan gevolgen hebben voor de pluriformiteit. | X |  |  |
|  |  |  |  |
| 4. Op internet zijn opruiende teksten verboden. | X |  |  |
|  |  |  |  |
| 5. Kranten en tijdschriften die in financiële problemen komen, krijgen steun van de overheid. |  |  | X |
|  |  |  |  |
| 6. Een roddelblad dat schrijft over de scheiding van een bekend echtpaar, wordt aangeklaagd. |  |  | X |

Zin **5** is onjuist, omdat alleen kranten en tijdschriften financiële steun krijgen wanneer zij duidelijk bijdragen aan de pluriformiteit.

*Daarom kreeg het Friesch Dagblad wel steun, maar als bijvoorbeeld Panorama of Nieuwe Revu aanklopt, krijgt het waarschijnlijk geen steun omdat er veel vergelijkbare tijdschriften zijn. Daarbij maken de bladen deel uit van een groter mediabedrijf (Sanoma) dat financieel verantwoordelijk voor de bladen is.*

Zin **6** is onjuist, omdat een roddelblad alleen kan worden aangeklaagd wanneer het blad onwaarheden schrijft.

*Wanneer er géén sprake is van een scheiding, kan het echtpaar een aanklacht indienen.*

10 ***OPGEPAKT***  blz. 60

a. D Censuur.

b. **Ja**, omdat dit valt onder de vrijheid van meningsuiting.

*Maar als het beledigen overgaat in discriminatie, opruiende uitspraken doen, onzedelijke informatie of onwaarheden verspreiden, dan is het wel verboden.*

11 ***TERECHT AANGEHOUDEN?***  blz. 61

Opruiende uitspraken vallen niet onder het recht op vrijheid van meningsuiting en zijn dus strafbaar. De politie heeft het recht van de man niet geschonden, want de man heeft met zijn uitspraken de wet overtreden.

12 ***ZOEK DE ZINSDELEN BIJ ELKAAR***blz. 61

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1. De pluriformiteit kan in gevaar komen | e. | omdat de grote uitgevers weinig concurrenten hebben en vooral commercieel zijn. |
|  |  |
|  |  |  |
| 2. De overheid wil de pluriformiteit behouden | a. | omdat dat goed is voor de democratie. |
|  |  |  |
| 3. Het Friesch Dagblad maakte gebruik van overheidssubsidies | b. | via het Stimuleringsfonds voor de Pers. |
|  |  |  |
| 4. De uitgevers hoeven niet aan speciale regels te voldoen om | d. | de pluriformiteit te behouden. |
|  |  |  |
| 5. Grote uitgevers als Uitgeverij Wegener en TMG | c. | zorgen voor persconcentratie. |

13 ***STELLINGEN*** blz. 61

*Het is de bedoeling dat de leerling* ***één*** *stelling uitkiest.*

*Eigen uitwerking leerling.*

*Voorbeelden van argumenten:*

A. *“****Als je niet iemand mag beledigen, dan betekent het dat er geen vrijheid van meningsuiting is.****”*

Argumenten **voor**:

- Je moet alles kunnen zeggen, ook al is het beledigend. Zolang de ander zich maar kan verdedigen.

- Als je iets niet mag, dan is er geen vrijheid.

Argumenten **tegen**:

- Dat je vrijheid van meningsuiting hebt, wil niet zeggen dat je onfatsoenlijk mag zijn. Je kunt op een nette manier je mening geven over een (gevoelig) onderwerp.

- Vrijheid van meningsuiting kan alleen bestaan als er voorwaarden zijn, anders ontstaan er ruzies en rellen.

B. *“****De overheid moet geen subsidie geven aan een krant met financiële problemen.****”*

Argumenten **voor**:

- Ik vind niet dat kranten geld mogen krijgen, want als ze het zelf niet redden, is er blijkbaar geen behoefte aan die bladen.

- De overheid moet zich niet bemoeien met de media, anders lijkt het net of sommige media voorgetrokken worden (vriendjespolitiek).

Argumenten **tegen**:

- Ik vind dat kranten geld mogen krijgen omdat anders de pluriformiteit in gevaar komt.

- Mediabedrijfjes voor kleine maatschappelijke groepen redden het niet zonder hulp van de overheid.

C. *“****Door persconcentratie gaat de kwaliteit van kranten en tijdschriften achteruit.****”*

Argumenten **voor**:

- Door persconcentratie gaan tijdschriften en kranten steeds meer op elkaar lijken, daarmee verliezen ze kwaliteit.

- Door persconcentratie verdwijnen de kleine uitgeverijen en daarmee ook bijzondere uitgaven.

Argumenten **tegen**:

- De uitgever zorgt ervoor dat de kwaliteit goed blijft, want anders kopen mensen de kranten en tijdschriften niet. Persconcentratie heeft dus geen slechte invloed.

- Door persconcentratie is er meer geld dat gebruikt kan worden om de producten zo mooi mogelijk te maken.

*U kunt ook één of meerdere stellingen gebruiken voor een discussie in de klas.*

14 ***PLURIFORMITEIT*** blz. 62

De verschillende kranten hebben ieder een eigen **identiteit** waardoor zij bijdragen aan de pluriformiteit van de media.

15 ***MEDIA EN RECLAME*** blz. 62

a. De **televisie**: ruim 3,1 miljard euro.

b. Internet: de inkomsten zijn in 2012 ruim 12 keer zo hoog als in 2005.

*Hoewel de inkomsten voor de televisie in euro’s flink zijn gestegen (2,3 miljard), zijn de inkomsten in 2012 in verhouding slechts vier keer zo hoog als in 2005.*

c. Vakbladen: de inkomsten zijn in 2012 nog maar 32 procent van die in 2005.

*Hoewel de inkomsten voor de dagbladen in euro’s flink zijn gedaald (514 miljoen), zijn de inkomsten in 2012 35 procent van die in 2005. Iets meer dan de vakbladen.*

d. *Eigen uitwerking leerling.*

*Voorbeelduitwerking:*

De reclame-inkomsten van televisie en internet zijn sterk gestegen, terwijl de inkomsten bij de gedrukte pers sterk zijn gedaald.

**Verklaring**: steeds minder mensen lezen papieren kranten en tijdschriften.

16 ***INVALSHOEKEN*** blz. 63

a. Vooral de **sociaal-economische** invalshoek.

*Voorbeelden uit de tekst:*

- “De Gay Krant maakt een doorstart.”

- “Voor sommige redacteuren is er werk maar niet voor allemaal.”

b. De **veranderings- en vergelijkende** invalshoek, omdat de tekst ook ingaat op de ontwikkeling die de Gay Krant heeft doorgemaakt en de bijdrage van de krant aan de acceptatie van homoseksualiteit.

c. *Eigen uitwerking leerling.*

*Voorbeelduitwerking:*

- **WEL**, omdat een eigen blad voor homo’s een unieke plaats in het media-aanbod inneemt.

- **NIET**, omdat er genoeg andere media zijn die geregeld allerlei onderwerpen over homoseksualiteit brengen.

**BEGRIPPEN HOOFDSTUK 5** blz. 64

**Persvrijheid**: *de media mogen bijna alles schrijven en laten zien wat ze willen.*

**Vrijheid van meningsuiting**: *een grondrecht dat stelt dat* *iedereen mag zeggen, schrijven en openbaar maken wat hij of zij wil (zolang dit binnen de wettelijke normen valt).*

**Censuur**: *artikelen van journalisten worden vóóraf gecontroleerd.*

**Pluriformiteit**: *de aanwezigheid van veel verschillende soorten media.*

**Stimuleringsfonds voor de Pers**: *organisatie van de overheid die steun kan bieden aan uitgevers die financiële problemen hebben.*

**Persconcentratie**: *uitgeverijen die niet één maar een aantal kranten of tijdschriften uitgeven.*

**SAMENVATTING HOOFDSTUK 5** blz. 65

In de Nederlandse grondwet staat dat iedereen **vrijheid van meningsuiting** heeft en dat er persvrijheid is. Als de overheid journalisten die vrijheid niet geeft, dan is er sprake van **censuur**.

Maar persvrijheid betekent niet dat journalisten alles mogen publiceren. Er zijn vier dingen die niet mogen:

1. discrimineren; 2. **onwaarheden** vertellen; 3. **onzedelijke** dingen schrijven; 4. **aanzetten** tot haat en/of geweld.

Als je denkt dat een krant of tijdschrift zo’n regel heeft overtreden, kun je naar de **rechter** stappen.

De overheid vindt **pluriformiteit** van de media heel belangrijk omdat burgers zo breed mogelijk geïnformeerd moeten worden.

Kranten en tijdschriften zijn commerciële bedrijven en moeten daarom winst maken. Als een blad in financiële nood verkeert, beoordeelt het **Stimuleringsfonds voor de Pers** of het voor de **pluriformiteit** belangrijk is dat het blad blijft bestaan. Als dit zo is kan het blad tijdelijk **subsidie** ontvangen.

Grote uitgeverijen kopen vaak kleine uitgeverijen op. Dit noem je **persconcentratie**.

Ook onlinemedia zijn in handen van particuliere bedrijven. De **overheid** bemoeit zich daar niet mee, maar ziet het wel als haar taak om te zorgen dat iedereen in Nederland toegang heeft tot **informatie**.

**6 Kijkcijfers en overheidsregels**

**6.1 DE STRIJD OM DE KIJKER**

***VRAGEN***blz. 67

1. Bij **zenderkleuring** richt een zender zich op een speciale doelgroep.

**Horizontale programmering** betekent dat zenders bijna alle programma’s op vaste tijdstippen uitzenden.

2. Radio 538 doet aan zenderkleuring door zich als enige zender specifiek te richten op scholieren.

3. Door horizontale programmering ontstaat een vaste groep kijkers. Dat is interessant voor adverteerders.

4. a. Amusementsprogramma’s trekken veel kijkers; als zenders alleen kijkcijfers belangrijk vinden, zullen andere soorten programma’s minder worden uitgezonden.

b. Door de publieke omroepen te verplichten om ook informerende, educatieve en culturele programma’s uit te zenden.

*De publieke omroepen krijgen subsidie voor dit soort programma’s.*

**6.2 INVLOED VAN DE OVERHEID**

***VRAGEN***blz. 69

5. Met de regel dat publieke omroepen een eigen **identiteit** moeten hebben. Dit zorgt ervoor dat er veel verschillende media zijn.

6. a. De NOS en NTR maken vooral informatieve, educatieve en culturele programma’s.

b. Omdat dit soort programma’s maar weinig op andere zenders uitgezonden worden.

*Commerciële zenders richten zich bijna alleen maar op amusement.*

7. a. **Sluikreclame** is verborgen reclame die verweven is in het programma, zonder dat duidelijk is dat het om reclame gaat. Zoals het laten zien van het merk van een boormachine in een klusprogramma.

*Als het niet duidelijk is dat het om reclame gaat, spreken we van sluikreclame. Wanneer er bijvoorbeeld PP (‘product placement’) in beeld verschijnt tijdens het tonen van een merknaam, dan mag het wel.*

b. *Eigen uitwerking leerling.*

*Voorbeelduitwerking:*

De kijker wordt misleid bij sluikreclame, omdat het niet duidelijk is dat het om reclame gaat.

*Onderzoek heeft aangetoond dat sluikreclame zeer effectief is.*

8 ***WEL OF NIET TOEGESTAAN?*** blz. 70

1. Ik geef **wel** een boete, omdat de publieke omroepen van de Mediawet geen programma’s mogen onderbreken voor reclame.

2. Ik geef **wel** een boete, omdat sluikreclame verboden is.

3. Ik geef **geen** boete, omdat MTV commercieel is en dus reclame mag uitzenden.

*Ze mogen alleen niet meer dan 15 procent van de zendtijd aan reclame besteden.*

4. Ik geef **geen** boete, omdat het hier om het nieuws gaat en niet om reclame.

9 ***JUIST OF ONJUIST?*** blz. 70

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | **Juist** |  | **Onjuist** |
|  |  |  |  |
| 1. De NOS en de NTR maken geen deel uit van het publieke bestel. |  |  | X |
|  |  |  |  |
| 2. Door de zenderkleuring weet je dat BNN vaak op Nederland 3 uitzendt. | X |  |  |
|  |  |  |  |
| 3. De publieke omroepen krijgen ook geld van hun leden. | X |  |  |
|  |  |  |  |
| 4. Sinds er commerciële zenders zijn, is de pluriformiteit op televisie en radio gegarandeerd. |  |  | X |
|  |  |  |  |
| 5. Sponsoring is hetzelfde als sluikreclame. |  |  | X |
|  |  |  |  |
| 6. Verlies van pluriformiteit op televisie en radio noemt men ook wel ‘verschraling’. | X |  |  |

*Eigen uitwerking leerling.*

*Voorbeelduitwerking:*

Zin **1** is onjuist, omdat de NOS en NTR organisaties van de overheid zijn en uitzenden op de publieke zenders. Bovendien moeten zij voldoen aan de regels van de Mediawet.

*De NOS en de NTR hebben alleen geen leden, zoals de andere publieke omroepen.*

Zin **4** is onjuist, omdat de commerciële zenders de pluriformiteit juist **niet** garanderen. Zij zenden namelijk veel amusement uit en weinig andere soorten programma’s.

Zin **5** is onjuist, omdat sponsoring herkenbaar is als reclame en door de Mediawet is toegestaan. Sluikreclame is niet als reclame herkenbaar en is door de Mediawet verboden.

10 ***REALITY*** blz. 71

a. B RTL hoopte op veel kijkers en veel reclame-inkomsten.

b. **Nee**, want het programma is niet verboden door de overheid, maar door de rechter. Die oordeelde dat het programma in strijd was met het recht op privacy.

*Als RTL aan de patiënten vooraf toestemming had gevraagd en gekregen, dan zou het programma gewoon op de tv te zien zijn geweest.*

11 ***KIJKCIJFERS*** blz. 71

a. De commerciële zenders trekken meer kijkers, namelijk 42,4 procent. De publieke omroepen komen tot 33,1 procent.

*Commerciële zenders: 15,5 (RTL 4), 7,5 (SBS6), 4,4 (RTL 7), 3,7 (Net5), 3,3 (Veronica), 2,3 (RTL 5), 1,8 (RTL 8), 1,9 (Nickelodeon), 2,0 (Discovery Channel). Samen 42,4 procent.*

*Publieke omroepen: 19,5 (Nederland 1), 6,8 (Nederland 2), 6,8 (Nederland 3). Samen 33,1 procent.*

b. Nederland 1 zendt veel populaire programma’s en sport uit.

*Zoals het achtuurjournaal, Lingo, Pauw & Witteman, Studio Sport en Champions League-wedstrijden.*

c. *Eigen uitwerking leerling.*

*Voorbeelden van argumenten:*

**Waar**, want de commerciële zenders zenden allemaal veel vergelijkbare programma’s, series en films uit.

**Niet waar**, want iedere commerciële zender richt zich met andere soorten programma’s op een eigen doelgroep, bijvoorbeeld programma’s speciaal voor vrouwen, mannen, families of muziekliefhebbers.

12 ***VARA NIET BLIJ*** blz. 72

a. **Sluikreclame**, want Axe maakt op een verborgen manier reclame voor haar product.

b. De Wereld Draait Door wordt op **primetime** uitgezonden. Het programma trekt dus veel kijkers.

c. Het Commissariaat voor de Media kan een boete opleggen. Dat is niet gebeurd omdat de VARA niet zelf de reclame heeft bedacht. De omroep was juist slachtoffer.

13 ***HERVORMING*** blz. 72

a. Het begrip **omroepbestel**.

b. De minister wil bezuinigen op de publieke omroepen. Minder omroepen houdt in: minder subsidie.

c. *Eigen uitwerking leerling.*

*Voorbeelden van argumenten:*

**Ja**, omdat enkele omroepen met een eigen identiteit zullen verdwijnen.

**Nee**, omdat de publieke zenders gezamenlijk veel verschillende programma’s moeten blijven maken.

14 ***INVALSHOEKEN*** blz. 73

a. De **politiek-juridische** invalshoek: de overheid legt regels op om schelden en vloeken op tv te beperken.

*Dit levert spanningen op met de vrijheid van meningsuiting en de persvrijheid.*

b. De **sociaal-culturele** invalshoek: verschillende groepen mensen hanteren andere normen en waarden over fatsoen, beleefdheid en respect.

c. *Eigen uitwerking leerling.*

*Voorbeelden van argumenten:*

**Ja**, omdat het de kijkers bewust maakt van hoeveel er op tv wordt gevloekt.

**Nee**, omdat je met het wegpiepen juist de scheldwoorden en vloeken benadrukt. Hierdoor neemt het vloeken misschien wel toe.

**BEGRIPPEN HOOFDSTUK 6** blz. 74

**Zenderkleuring**: *omroepen richten zich op speciale doelgroepen, wat ook wel netprofilering wordt genoemd.*

**Horizontale programmering**: *de zenders zenden hun programma’s op vaste tijdstippen uit.*

**Primetime**: *tijdstip waarop veel mensen tv-kijken, namelijk tussen halfacht en tien uur ’s avonds.*

**Marktgericht**: *zenders die programma’s als producten zien die hoge kijkcijfers moeten halen, zodat ze veel advertentiegeld opleveren.*

**Emotie-tv**: *programma’s waarin kijkers ontroerd raken en mee kunnen leven met de hoofdpersonen.*

**Verschraling**: *het aantal verschillende soorten programma’s wordt minder, maar er komt steeds meer amusement bij.*

**Mediawet**: *regels voor de omroepen waarmee* *de overheid probeert te bereiken dat het omroepbestel bijdraagt aan de ontwikkeling van onze samenleving.*

**Sluikreclame**: *verborgen reclame die niet als reclame herkenbaar is.*

**Commissariaat voor de Media**: *bestuursorgaan dat controleert of publieke omroepen voldoende verschillende programma’s uitzenden en of de publieke omroepen en de commerciële zenders zich aan de reclameregels houden.*

**SAMENVATTING HOOFDSTUK 6** blz. 75

De omroepen proberen hoge kijkcijfers te halen door:

1. zenderkleuring: de zender of omroep richt zich op een bepaalde **doelgroep**.

2. horizontale programmering: programma’s op **vaste** tijdstippen.

3. primetime-uitzendingen: uitzending op gunstige tijdstippen.

Omdat amusementsprogramma’s veel kijkers trekken, kan er **verschraling** optreden. Dit kan gevolgen hebben voor de **pluriformiteit**.

De publieke omroepen vallen onder de **Mediawet**, waarin staat dat zij een betrouwbare bron van informatie moeten zijn en een pluriform aanbod moeten hebben.

De **NOS** en **NTR** zijn opgericht door de overheid om te zorgen voor brede en onafhankelijke nieuwsvoorziening. Zij verzorgen vooral **nieuws** en **sport** en brengen educatieve en culturele programma’s.

Publieke omroepen mogen geen **winst** maken en moeten een eigen **identiteit** hebben.

Bovendien moeten zij een ‘volledig programma’ verzorgen, dus naast **amusement** ook informatieve, culturele en educatieve programma’s.

Zij krijgen geld door betalende leden, door **subsidie** van de overheid en uit de opbrengsten van de **Ster**. Zij mogen alleen voor en na programma’s reclame uitzenden. **Sluikreclame** is helemaal verboden.

Commerciële zenders werken **marktgericht** en mogen wel programma’s onderbreken voor reclame, in totaal maximaal **15** procent van de zendtijd. Ook voor hen is sluikreclame verboden.

Het **Commissariaat voor de Media** controleert of de omroepen zich aan de regels houden.

**7 De macht van de media**

**7.1 BEELDVORMING DOOR DE MEDIA**

***VRAGEN*** blz. 77

1. *Eigen uitwerking leerling.*

*Voorbeelduitwerking:*

**Veel** macht, want ze kunnen het gedrag van grote groepen mensen veranderen. Facebook heeft er bijvoorbeeld voor gezorgd dat duizenden mensen naar Haren gingen.

**Weinig** macht, want mensen bepalen toch vooral zelf hun gedrag. Niet iedereen die de uitnodiging ontving is naar Haren gegaan.

2. *Eigen uitwerking leerling.*

*Voorbeelduitwerking:*

Reclamespotjes over **wasmiddelen**: vrouwen zijn zó blij dat hun was hagelwit is en weer heerlijk fris ruikt.

Stereotype: vrouwen doen het huishouden en vinden dat een uitdagende bezigheid.

Reclame over **bouwmarkten**: mannen doen de klusjes in huis en dat is met het juiste gereedschap snel en vakkundig gedaan.

Stereotype: alle mannen zijn handige klussers.

*Een stereotype want er zijn genoeg mannen met twee linkerhanden. Bovendien zijn er ook heel handige vrouwen.*

3. *Eigen uitwerking leerling.*

*Voorbeelduitwerking:*

Een **rolpatroon** schrijft het gedrag van een groep mensen voor.

*Mensen passen hun gedrag aan aan het werk dat zij doen of aan hun positie binnen de samenleving. De term verwijst vaak naar het maatschappelijk gewenste gedrag van mannen en vrouwen. De ouderwetse rolpatronen binnen een gezin zijn bijvoorbeeld dat de vrouw voor de kinderen zorgt en het huishouden doet, terwijl de man kostwinner is en aan het huis klust. Moderne rolpatronen zijn dat de man en vrouw beide een carrière hebben en de zorg voor kinderen en huis(houden) gelijkmatig verdelen.*

*Andere voorbeelden zijn:*

*- Het rolpatroon van een kunstenaar is dat hij/zij zich opvallend kleedt, eigenzinnig is, een vrij leven leidt en zich niets aantrekt van de regels van de maatschappij.*

*- Het rolpatroon van een uitsmijter bij een club is dat hij/zij autoriteit uitstraalt, weinig zegt, breed en gespierd is en meestal niet erg vrolijk kijkt.*

4. **Ja**, want door de media had Gustavo een verkeerd **beeld** van Nederland.

*Namelijk dat Nederland bestaat uit één groot Amsterdam en dat mensen overal stoned zijn.*

**7.2 BEÏNVLOEDINGSTHEORIEËN**

***VRAGEN*** blz. 79

5. *Eigen uitwerking leerling.*

*Voorbeelduitwerking:*

In reclames over **pijnstillers**, zoals Aleve of Ibuprofen, maken ze gebruik van **manipulatie**, want ze benoemen alleen de voordelen. Ze zeggen er nooit bij dat het product maag-of zelfs hartklachten kan veroorzaken.

*Een ander voorbeeld is de wervingsreclame van de Koninklijke Landmacht: een militair wordt daar afgeschilderd als een hulpverlener die in oorlogsgebieden mensen helpt en redt. Weggelaten wordt dat er ook sprake kan zijn van schietpartijen en bomaanslagen waarbij militairen om het leven komen.*

6. *Eigen uitwerking leerling.*

*Voorbeelduitwerking:*

- **Pauw en Witteman** presenteren samen één van de best bekeken praatprogramma’s van Nederland. Door de spraakmakende gespreksonderwerpen en hun interviewstijl hebben zij veel invloed op de mening van de kijker.

- **Giel Beelen** is één van de bekendste radio-dj’s en is ook veel te zien op tv (onder andere in De beste singer-songwriter van Nederland en DWDD). Om die reden vinden veel mensen zijn mening over muziek en het nieuws interessant.

- **Arie Boomsma**: populair bij veel jongeren. Hij schuwt niet om bijzondere programma’s te maken die wat bij de kijkers losmaken, zoals Over de streep, Uit de kast en Veertig dagen zonder seks.

7. Bij de theorie van de **selectieve perceptie**: je referentiekader filtert wat jij interessant vindt. Dus onbewust maak je een keuze uit de aangeboden informatie.

8. Je kunt dan beter oordelen over de **objectiviteit** van de berichten.

*Kranten en journalisten hebben allemaal hun eigen identiteit en referentiekader.* *Daardoor zijn ze niet volledig objectief.* *Eén gebeurtenis kan daardoor in meerdere kranten verschillend beschreven en uitgelegd worden.*

9 ***RAADSEL*** blz. 80

Het goede antwoord is: de chirurg is de moeder van het slachtoffer.

*Uit deze opdracht blijkt hoezeer mensen in stereotiepe beelden denken. Vrijwel automatisch nemen zij aan dat een chirurg een man is.*

10 ***STEREOTYPE, VOOROORDEEL OF FEIT?*** blz. 80

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **S** |  | **V** |  | **F** |
|  |  |  |  |  |  |
| a. “Vrouwen houden van mode, mannen niet.” | X |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| b. “Jasper (21) weet alles van hamburgers, want hij is in Amerika geweest.” |  |  | X |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| c. “Mannen zijn vaker betrokken bij auto-ongelukken dan vrouwen.” |  |  |  |  | X |
|  |  |  |  |  |  |
| d. “Computerfanaten hebben een hekel aan sport.” | X |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| e. “Yassine (15) haalt hoge cijfers, hij zal wel elke dag tot ’s avonds laat studeren.” |  |  | X |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| f. “Profvoetballers die veel geld verdienen, hebben veel kapsones.” | X |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| g. “Marokkaanse meisjes presteren beter op school dan Marokkaanse jongens.” |  |  |  |  | X |
|  |  |  |  |  |  |
| h. “Mensen die roken, worden niet oud.” | X |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| i. “Terroristen die een aanslag plegen, moeten worden teruggestuurd naar het land van |  |  | X |  |  |
| herkomst." |  |  |  |  |  |
| *Het is een vooroordeel omdat verondersteld wordt dat terroristen uit het buitenland komen. Maar er zijn ook terroristen met de Nederlandse nationaliteit.* |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| j. “Waar twee vechten, hebben twee schuld.” |  |  | X |  |  |

11 ***WELKE THEORIE?*** blz. 81

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| B | Injectienaaldtheorie. | C | Multiple-step-flowtheorie. |
|  |  |  |  |
| D | Theorie van de selectieve perceptie. | A | Agendatheorie. |

12 ***DE MACHT VAN DWDD*** blz. 81

*Dit is een lastige vraag, waarop meerdere antwoorden mogelijk zijn.*

*Abusievelijk komt het begrip propaganda niet in de lestekst voor. Propaganda kan omschreven worden als het geheel van pogingen om aanhangers te vinden voor een zaak die in jouw ogen goed is. Voorbeeld: In de Tweede Wereldoorlog werden de massamedia door de Duitse overheid gebruikt om propaganda te maken voor de partij van Adolf Hitler.*

*Voorbeelduitwerking:*

**Manipulatie**, want de boekenrubriek is een vorm van reclame voor boekwinkels, ook al wordt het niet zo gepresenteerd. Het programma heeft een reclameboodschap omgevormd tot een normaal discussieonderwerp.

**Propaganda**, omdat het programma hiermee reclame maakt voor boeken (lezen); een poging om meer aanhangers te vinden voor de ‘goede zaak’ lezen.

13 ***MEER OF MINDER MACHT*** blz. 81

Van veel macht van de **zender** van informatie naar veel macht bij de **ontvanger** van informatie:

1. injectienaaldtheorie

2. multiple-step-flowtheorie

4. agendatheorie

3. theorie van de selectieve perceptie

***Opmerking****: 3 en 4 mogen ook omgedraaid worden.*

14 ***TELEVISIEWERKELIJKHEID*** blz. 82

a. De **agendatheorie**, want de makers van SpangaS willen de kijkers na laten denken over de problematiek van de uitzetting van kinderen uit Nederland.

*Ze willen het probleem op de agenda van de kijkers zetten.*

b. *Eigen uitwerking leerling.*

*Voorbeelden van argumenten:*

**JA**, omdat Nola uit SpangaS mij ervan bewust maakt dat uitzetting van kinderen ook in het echte leven gebeurt.

**NEE**, want SpangaS is een verzonnen soap. Je moet dat niet met de werkelijkheid vergelijken.

15 ***INTERNETDOKTER***  blz. 82

a. *De volgende beïnvloedingstheorieën passen bij het bericht:*

- De **injectienaaldtheorie**, omdat mensen de informatie makkelijk overnemen.

- De theorie van **selectieve perceptie** omdat patiënten alleen de diagnose stellen die zijzelf willen stellen.

*Ze lezen op het internet alleen over de ziektes en aandoeningen waaraan zij denken te lijden. Waar de één leest dat keelpijn duidt op een lichte verkoudheid, leest de ander dat hij of zij keelkanker heeft. Zo’n diagnose is namelijk afhankelijk van het referentiekader van de patiënt.*

b. *Eigen uitwerking leerling.*

*Voorbeelduitwerking:*

- **Verstandig**, omdat je tijdens het zoeken op internet goed probeert te omschrijven waar je last van hebt. Met die omschrijving en met de informatie die je gevonden hebt, kan een echte dokter je vervolgens goed helpen.

- **Onverstandig**, omdat je symptomen soms bij allerlei enge ziektes blijken te horen. Je wordt onnodig bang, want in werkelijkheid is er vaak weinig aan de hand.

16 ***WEL OF NIET BEÏNVLOED?*** blz. 83

*Eigen uitwerking leerling.*

*Voorbeelduitwerking:*

1. - Ik word **wel** beïnvloed, omdat ik dat geweld heel erg vind en ik gelijk besluit lid te worden van Amnesty International; die organisatie komt op voor de mensenrechten.

- Ik word **niet** beïnvloed omdat ik vaak horrorfilms kijk en gewelddadige games speel en daardoor die beelden wel gewend ben. Dit gebeurt zo ver weg dat het me eigenlijk niet boeit.

2. - Ik word **wel** beïnvloed, omdat ik besluit niet naar het concert te gaan. Het risico om omver te waaien is mij te groot.

- Ik word **niet** beïnvloed, omdat ik toch naar het concert ga. Het zal wel meevallen met die storm, want er is wel vaker een weeralarm dat niet klopt.

3. - Ik word **wel** beïnvloed, omdat ik gelijk naar de supermarkt ga om die Milka-chocolade te halen.

- Ik word **niet** beïnvloed, om van mijn trek af te komen ga ik een boterham eten.

17 ***CHATTEN MET EEN AGENT*** blz. 83

a. C Mediawijsheid.

b. *Abusievelijk wordt er in vraag b. gevraagd naar twee van de vijf manieren om mediawijs te zijn. In de lestekst worden echter maar* ***vier*** *manieren genoemd.*

*Eigen uitwerking leerling.*

*De* ***vier*** *manieren zijn:*

*1. Je afvragen hoe betrouwbaar de informatie is.*

*2. Voorzichtig met persoonlijke gegevens omgaan.*

*3. Meer dan één nieuwsbron raadplegen.*

*4. Kijken wat de ‘kleur’ van het medium is.*

**BEGRIPPEN HOOFDSTUK 7** blz. 84

**Socialisatie**: *het aanleren van waarden, normen en andere kenmerken die er binnen een samenleving bestaan.*

**Vooroordeel**: *een oordeel over iets of iemand zonder dat je de feiten goed kent.*

**Stereotype**: *een vaststaand beeld van een groep mensen waarbij één kenmerk sterk overdreven wordt.*

**Injectienaaldtheorie**: *het publiek neemt de boodschap van de massamedia heel makkelijk over.*

**Indoctrinatie**: *het systematisch en voortdurend opdringen van bepaalde opvattingen en meningen aan het publiek.*

**Manipulatie**: *het geven van vervormde informatie, zoals het weglaten of vervormen van feiten zonder dat het publiek dit merkt.*

**Multiple-step-flowtheorie**: *niet de media zelf hebben invloed, maar wel de opinieleiders die in de media optreden.*

**Selectieve perceptie**: *het referentiekader van de mediagebruikers bepaalt welke keuze zij maken uit de aangeboden informatie.*

**Agendatheorie**: *de media bepalen niet wát mensen denken, maar hooguit waarover zij denken en met elkaar praten.*

**SAMENVATTING HOOFDSTUK 7**  blz. 85

De media bepalen voor een belangrijk deel hoe we denken over gebeurtenissen en personen. Ze hebben dus invloed op onze **beeldvorming**. Maar de media geven nooit een compleet beeld van de werkelijkheid waardoor er makkelijk **vooroordelen** en **stereotypen** ontstaan.

“Die jongen kan vast goed basketballen, want hij is twee meter lang” is een **vooroordeel**. In films en reclames zie je veel stereotypen over mannen en vrouwen. We noemen dit ook wel **rolpatronen**.

Er zijn verschillende theorieën over de invloed van de media. De theorie die zegt dat het publiek de boodschap van de massamedia heel makkelijk overneemt, is de **injectienaaldtheorie**.

Hierbij spelen twee begrippen een belangrijke rol, namelijk: **manipulatie** en **indoctrinatie**.

Dat laatste komt veel voor in **dictaturen** zoals China en Noord-Korea.

De multiple-step-flowtheorie zegt dat de media ons alleen beïnvloeden via **opinieleiders**, zoals **BN’ers** of deskundigen.

De **agendatheorie** zegt dat de media niet zozeer bepalen wát wij denken, maar vooral **waarover** wij denken.

De theorie van de selectieve perceptie benadrukt niet de macht van de media, maar van de **mediagebruikers**. Op basis van je eigen **referentiekader** maak je een keuze uit alle informatie.

Er is niet één theorie de beste, maar dat de media invloed hebben is wel zeker. Daarom is het belangrijk dat je **voorzichtig** bent en kritisch omgaat met de media.