

Samenvatting Maatschappijleer Massamedia



Samenvatting door een scholier

1262 woorden

24 januari 2005

★ 6,8

18 keer beoordeeld

Vak

Maatschappijleer

Methode

Thema's maatschappijleer

Maatschappijleer Massamedia

Cultuur:

Alle waarden, normen en andere aangeleerde kenmerken die de leden van een groep of samenleving met elkaar gemeen hebben en dus als vanzelfsprekend beschouwen.

Interdependenties:

Van anderen afhankelijk zijn. Het verband tussen cultuur en interactie wordt gevormd door afhankelijkheid van mekaar. Rangschikking in vier soorten bindingen:

- Affectieve: behoefte aan vriendschap en liefde.
- Economische: handeling die men verricht om in het levensonderhoud te voorzien.
- Cognitieve: zorgen voor de leerprocessen die we doormaken
- Politieke: wij kunnen als burgers zelf niet veel regelen, daarvoor is het bestuursapparaat.

Nature – nurture:

De vraag of menselijk gedrag bepaald wordt door aangeboren of aangeleerde kenmerken.

Cultuurkenmerken:

Normen (gedragsregels) & Waarden (principes), kennis, gewoonten, opvattingen, kunst etc.

Rolgedrag:

Maatschappelijke opvattingen over de manier waarop je je in een bepaalde rol behoort te gedragen.

Presentation of the self: hoe je je naar buiten toe presenteert.

Goffman:

Impression management: mensen dragen verschillende maskers die verschillen per situatie. Dit gebeurt in de frontstage. In de backstage kan men zich terugtrekken en de rol even laten vallen. Met deze theorie kan men rolconflicten verklaren. Deze ontstaan wanneer iemand met tegenstrijdige verwachtingen wordt geconfronteerd.

Subcultuur:

- Bedrijfscultuur: alle waarden en normen die in een bedrijf gelden.
- Jeugdcultuur: subcultuur bij de jongeren. Drie redenen voor het ontstaan: - toename van welvaart, hierdoor konden groepen zich duidelijker ontwikkelen, - eigen leefstijl die anders is dan die van de ouders, - behoefte aan geborgenheid, ze willen ergens bij horen.

Multiculturele samenleving:

Vele nationaliteiten in een land met allemaal een eigen cultuur.

Socialisatie:

Proces waarbij iemand de waarden, normen en andere cultuurkenmerken van zijn samenleving of groep aanleert. Het doel is aanpassing van het individu aan zijn omgeving, maar ook de instandhouding en continuering van de cultuur over een periode van vele jaren.

Enculturatie:

Vorm van cultuuroverdracht. Het aanleren van cultuurkenmerken in de samenleving of het milieu waarin men is geboren. (kinderen)

Acculturatie:

Het later aanleren van de kenmerken van een cultuur waar men niet oorspronkelijk toe behoort.

(immigranten)

Socialiserende instituties:

Instellingen, organisaties en andere collectieve gedragspatronen waarmee de cultuuroverdracht in een samenleving plaatsvindt; gezin, school, werk, maatschappelijke groeperingen, overheid, vriendenkring, media.

Sociale contrôle:

De wijze waarop mensen andere mensen stimuleren of dwingen zich aan de geldende normen te houden. Het zorgt ervoor dat het socialisatieproces goed verloopt en dat mensen zich niet onmaatschappelijk gaan gedragen. Het is formeel wanneer deze is gebaseerd op geschreven regels.

Internalisatie:

Het doel van socialisatie en sociale controle is bereikt wanneer er internalisatie plaatsvindt; dat mensen zich sommige aspecten van hun cultuurgroep zo eigen hebben gemaakt dat zij zich automatisch gaan gedragen zoals de groep dat van hen verwacht.

Communicatie (interactie):

Het proces waarbij een zender bedoeld of onbedoeld een bepaalde boodschap overbrengt aan een ontvanger.

Directe communicatie:

Face-to-face contact.

Indirecte communicatie:

Contact via een omweg.

Verbale communicatie:

Er wordt gebruik gemaakt van gesproken en geschreven woord.

Non-verbale communicatie:

Informatie wordt overgemaakt via onder andere symbolen, tekeningen en lichaamstaal.

Massacommunicatie:

De informatie is bedoeld voor een groot, heterogeen en relatief onbekend publiek. Weinig feedback mogelijkheden. (massamedia).

Functies van de massamedia voor individu:

- Informatieve functie: informatie, educatie, hulp bij opinie en meningsvorming.

- Sociale functie: media zorgt dat de individu met andere kan meepraten, hun eenzaamheid kunnen

verdrijven.

- Recreatieve functie: ontspanning, spanning, sensatie, romantiek.

Functies van de massamedia voor samenleving:

- Politiek informatieve functie: informeren aan burgers over maatschappelijke problemen.

- Spreekbuisfunctie: Politici moeten goed geïnformeerd zijn over kwesties en standpunten die leven onder de bevolking.

- Controlefunctie: de media letten op of de regering, bedrijven en maatschappelijke organisaties correct handelen en hun afspraken nakomen.

- Commentaarfunctie: Redactioneel commentaar door krant of tijdschrift of een forum voor publieke opinies.

- Socialiserende functie: Het overdragen en bekritisieren van cultuurelementen. Het werkt als een socialiserend instituut.

Kranten:

- Kwaliteitskrant: Ook wel kaderkrant. Het beter opgeleide deel van de Nederlanders leest deze kranten. (NRC Handelsblad)

- Populaire krant: Ook wel massakrant. Deze richten zich vooral op het grote publiek. (Telegraaf, AD)

- Progressieve krant: Hechten waarde aan maatschappelijke verandering, zijn vernieuwingsgezind en links. (Volkskrant)

- Conservatieve krant: Behoudend, steunen het gezag en hechten waarde aan tradities, ook wel rechts genoemd.

- Algemene krant: Niet gebonden aan een levensbeschouwelijke of politieke richting.

- Richting krant: Gebonden aan levensbeschouwelijke of politieke richting (Trouw).

Publieke omroep:

Ideële instellingen en zijn niet bedoeld om winst te maken. Ze krijgen geld van de overheid en uit het lidmaatschap van de leden. Ze krijgen ook een deel van de reclame opbrengsten van de Ster.

Commerciële zender:

Vertegenwoordigen geen maatschappelijke groeperingen, maar zijn vrije ondernemingen die sterk marktgericht zijn. Hun enige inkomstenbron bestaat uit de opbrengst van de reclameboodschappen.

Duaal omroepbestel:

Naast publieke omroepen waren ook commerciële zenders toegestaan mits ze een uitzendvergunning in handen hebben.

Objectiviteit:

Een beschrijving van feiten en meningen die in overeenstemming is met de werkelijkheid.

Redactiestatuut:

Om conflicten te voorkomen is de verhouding tussen directie en redactie vastgelegd in het redactiestatuut. Dit is opgenomen in de CAO van dagbladjournalisten en waarborgt de onafhankelijkheid van de redacties. Ook de identiteit van de krant staat hierin omschreven.

Identiteit:

Off the record:

De geïnterviewde geeft informatie aan een journalist die hij of zij liever niet gepubliceerd wil zien.

Beïnvloedingstheorieën:

- Injectienaaldtheorie: Men geloofde in de sterke macht van de massamedia. Ze werd gezien als een injectienaald die het publiek druppel voor druppel met ideeën kon volspuiten.
- Multi-Step-Flow-theorie: Volgens deze theorie hebben de massamedia meestal alleen een directe invloed. Deze beïnvloeding verloopt volgens deze theorie via opinieleiders: eerst een meningsvorming van de leider, daarna nemen mensen deze mening over.
- Theorie van selectieve perceptie: Benadrukt niet de macht van de zender maar de rol van de mediagebruiker als ontvanger van boodschappen. Selectieve perceptie: elke informatie wordt altijd zodanig vervormd dat deze zo veel mogelijk past in ons referentiekader.
- Cultivatietheorie: Volgens deze theorie speelt de televisie in onze tijd een dominante rol in het overdragen van cultuur, vooral bij fictieve programma's. Het verwisselen van de werkelijkheid met de tv-werkelijkheid.
- Agendatheorie: Deze benadrukt dat de media niet bepalen hoe mensen denken maar hooguit waarover zij denken en met elkaar praten.

Indoctrinatie:

Het systematisch en voortdurend opdringen van bepaalde opvattingen en meningen aan het publiek, waardoor het denkpatroon sterk wordt beïnvloed.

Manipulatie:

Het publiek krijgt vervormde informatie over een bepaalde kwestie omdat met opzet feiten worden weggelaten of verdraaid zonder dat de ontvanger dit merkt.

Opinieleider:

Mensen die binnen een bepaalde kring veel gezag hebben.

Referentiekader:

Het geheel van persoonlijke waarden, normen, kennis en ervaring.

Politieke agenda:

De gespreksagenda van de politiek.

Persvrijheid:

Wat de pers wel en niet mag schrijven via de Grondwet.

Censuur:

- Preventieve censuur: gebeurt vooraf en betekent het schrappen van zinsneden uit artikelen of de verplichte publicatie van bepaalde informatie.
- Repressieve censuur: vindt achteraf plaats, wanneer bijvoorbeeld complete kranten of tv-programma's worden verboden na een publicatie of uitzending of wanneer journalisten worden opgepakt vanwege hun uitlatingen.

Pluriformiteit:

Dat er veel verschillende kranten, tijdschriften, omroepen, zenders en internetbedrijven aanwezig zijn. Dit wordt beschermt door de overheid, omdat het publiek hierdoor namelijk de kans krijgt verschillende soort info te vergelijken.

De mediawet:

Voorheen omroepwet.

Verzuiling:

Het maatschappelijk leven werd bepaald door geloofs- en levensovertuigingen.

Ontzuiling:

Mensen kregen minder behoefte om hun hele leven te laten bepalen door hun geloofs- of

levensovertuiging.

Concurrentiestrijd bij massamedia:

- Persconcentratie: Wanneer kranten in handen komen van één uitgeverij. Dit neemt monopolievorming met zich mee.
- Marktsegmentering: Een beperkt aantal uitgevers dat verschillende concurrerende bladen uitgeeft.
- Commercialisering: Concurrentie is hoog tijdens prime time, doordat men de kijkers bij andere zenders wil wegklokken. Daarnaast proberen zenders grote publiekstrekkingen van mekaar weg te kopen.
- Mediaconcentratie: Mediabedrijven jagen op een deel van de winstgevende informatiemarkt. Om de concurrentie te weerstaan zijn meer en meer bedrijven overgegaan tot uitbreiding van hun activiteiten. Het gaat hierbij vaak om een fusie of overname, waardoor het transport en de inhoud van informatie binnen één groot mediaconcern geconcentreerd worden.

Sluikreclame:

Doelbewust een product of productnaam tonen of noemen zonder dat het publiek weet dat het om reclame gaat.