Open vragen Inleiding in de journalistiek:

**Vraag: Vanaf 1995 gaan kranten ook nieuwssites publiceren. Maar het blijkt lastig om daar geld mee te verdienen. Waardoor is het voor kranten zo moeilijk om op internet geld te verdienen met journalistiek? Noem vier redenen. [totaal 6 punten te halen]**

Origineel had de krant twee basis inkomstenbronnen, een abonnement die lezers maandelijks betaalde of losse verkoop en advertenties in de krant. De meeste kranten hadden deze twee manieren om geld te verdienen.

Sinds de verschuiving naar het internet zijn er grote veranderingen geweest van manieren om geld te verdienen voor kranten. De advertenties zijn nog erg populair alleen geven deze een fractie van het bedrag op de website vergeleken met dezelfde advertenties in de krant, dit komt vooral omdat de kranten adverteerders eerst al hun lezers verkocht als mensen die de advertentie zouden lezen (ookal was dit in de meeste gevallen niet juist) nu hebben adverteerders direct inzicht in hoeveel hun advertenties bekeken worden.

Het verkopen van abonnementen is ook een stuk lastiger geworden, veel nieuws is ook gratis te vinden en mensen willen ook niet evenveel betalen sinds ze er geen papierenkrant voor terugkrijgen.

Een groot probleem van het internet zijn ook de grote hoeveelheden aan concurrentie, er zijn veel gratis alternatieven voor kranten die ook al het nieuws plaatsen.

Mensen hebben ook software om advertenties zelfs helemaal te blokkeren genaamd Adblock, hiermee worden de lagere opbrengsten die abonnementen bieden helemaal omzeild.

Conclusie: het is voor kranten op het internet lastiger geworden om geld te verdienen met journalistiek door de lagere inkomsten van advertenties en abonnees, ook is er veel concurrentie en

**Vraag: In het college over de vraag wie journalist is, ging het ook over de vraag of de journalistiek een professie is. Leg uit waarom de journalistiek eerder een semi-professie dan een echte professie is. [totaal 4 punten te halen]**

Het vastleggen van professies gaan door meerdere eigenschappen die deze vakken delen, een voorbeeld van zo’n professie is een arts. Alle artsten zijn geregistreerd arts dit betekend dat hun naam staat opgeschreven in een database om te bevestigen dat ze een arts zijn. Om dit te worden hebben artsten ook een gespecializeerde opleiding moeten volgen. Artsen hebben autonomie en er is een zelfregulerend orgaan. Dit zorgt ervoor dat artsen die de naam van artsen verpesten uit het vak gezet kunnen worden.

Journalistiek heeft sommige van deze eigenschappen maar niet allemaal vandaar is het een semi-professie. Journalisten hoeven zich nergens te registreren om officieel journalist te zijn, er zijn ook geen verplichtingen rondom verplichte opleidingen. Wel is het zelfregulerende aspect van journalisten erg toepasselijk. Dit zorgt ervoor dat journalisten hun betrouwbaarheid zo goed mogelijk proberen te houden door ook goed op elkaar te letten. Ook zijn veel mensen het erover eens dat journalisten een belangrijke taak in de samenleving vervullen wat ook tekenend is voor een professie.

In conclusive: een journalist heeft kenmerken van een professie maar er ontbreken toch een paar cruciale eigenschappen om het ook zo vast te kunnen leggen zoals een studie of ergens moeten registreren.

**Vraag: In het college over publieksparticipatie is gesproken over de overgang van ‘massamediale journalistiek’ naar ‘participatory journalism’. Leg uit wat wat het verschil is tussen ‘massamediale journalistiek’ en participatory journalism’ en noem daarbij de elementen die in het college zijn behandeld. [totaal 6 punten te halen]**

De massamediale journalistiek betreft een tijd waarin de journalistiek bestaat uit een paar belangrijke instituties zoals uitgevers die in controle zijn van wat nieuwswaardig is. Journalisten werken voor deze uitgevers en handelen naar de eisen van deze bedrijven.

Participatory journalism is het begrip dat iedereen betrokken raakt in de samenleving voor de vergaring van nieuws, je hebt nogsteeds uitgevers en redacties maar de journalistiek heeft veel contact met informatie dat wordt verzameld of geverifieerd door burgers.   
Het idee is dat dit een betere manier is om informatie uit te wisselen, zoals ook gebeurd bij het Wikipedia model waar veel verschillende mensen hun kennis koppelen om zo dicht mogelijk bij de waarheid te komen.

Het grote verschil tussen deze versies van journalistiek is de betrekking van burgers die niet in de media werken. Hiervoor moet je ervanuit gaan dat journalisten minder een ‘gatekeeping’ mentaliteit hebben sinds het nu niet meer door hun alleen bepaald gaat worden wat nieuws is. De invloed van web2.0 heeft hier ook veel in meegespeeld sinds mensen nu heel makkelijk zelf dingen kunnen delen op het internet voor de hele wereld.   
Hierdoor ontpoppen nieuwe versies van journalistiek zoals grassrootsjournalism waar je mensen hebt die op een spontaan moment ineens kunnen bijdragen aan belangrijke nieuwsmomenten. Door bijvoorbeeld foto’s te maken.

**Kranten hebben de afgelopen decennia te kampen gehad met dalende oplages. Daarom hebben kranten bezuinigd en zijn uitgevers gefuseerd. Maar krantenuitgevers hebben ook vernieuwingen (innovaties) doorgevoerd. Noem drie van zulke innovaties:**

Het introduceren van kranten voor specifieke doelgroepen zoals NRC.next

Krant op een kleiner formaat dan de traditionele broadsheet.

De introductie van een live-blog om een gebeurtenis in ‘realtime’ te volgen

Weekendabonnementen waarbij je doordeweeks online leest en krant in weekend krijgt.

Vroeger werd bij mediagebruik gekeken naar wat mensen lezen, kijken en luisteren. Voor online nieuwsconsumptie zijn deze vormen van mediagebruik niet toereikend. Zo kunnen mensen online ook nieuws delen en becommentarieren. Noem nog drie andere vormen die relevant zijn om online nieuwsgebruik te typeren en leg uit wat ze inhouden.

Scannen: het oriënteren voor nieuwskoppen

Snacken: Het lezen van artikelen met lichtere onderwerpen.

Monitoren: Het focussen op een specifiek onderwerp en die artikelen alleen lezen

Clicken: Op een nieuwssite meerdere artikels aanklikken en doorlezen

Op wat voor manier spelen ‘audience metrics’ een rol op Nederlandse nieuwsredacties en hoe denken redacteuren erover, volgens het onderzoek van Welberes van Atteveldt en Schaper: Professional norms versus online audience metrics?

Audience metrics zijn een manier om van bezoekers van je website informatie te verkrijgen, dit word automatisch gedaan en hierdoor krijg je allerlei data over hoe een gebruiker omgaat met jouw product. Voorbeelden zijn bounce rate en amount of time visited, hiermee kan je informatie krijgen over of mensen meteen weer weggaan en of ze een artikel helemaal lezen.

Het is een interessant paradox of audience metrics worden toegepast op een nieuwsredactie sinds als we kijken naar de data er een duidelijke indicatie is dat dit zeker gebruikt wordt. Bijvoorbeeld titels die getest worden op effectiviteit worden toegepast. Dit is bijna een market model waarbij je je product gaat aanpassen naar wat het beste presteert op de markt.

Echter als je dit aan redacteurs vraagt geven ze een ander antwoord die geven toe wel audience metrics aan te hebben staan en te kijken, maar hier zo min mogelijk mee te doen. Sinds ze vooral geloven in een meer Trustee model waarbij we niet belangrijke keuzes moeten laten afhangen op welke een paar procent beter bekeken word.

In conclusie kan je dus zeggen dat audience metrics zeker een belangrijke rolspelen op nieuwsredacties en dat redacteuren ook toegeven hier zeker naar te kijken. Er is wel een ‘disconnect’ tussen wat waargenomen word online en wat redacteuren beweren.

Verzin een ethische analyse van een kwestie waar iemand die kinderen misbruikt en nu in Leiden woont.

Dit is een goed geval van een ethisch dilemma waar journalisten vaker mee worstelen, de strijd tussen privacy en maatschappelijk belang. Om dit op te lossen heb ik de stappen van een ethische analyse gevolgd.

De stappen van de ethische analyse

1. Is het rechtvaardig om dit nieuws te publiceren?

Ik geloof zelf dat het gevangenis en rechtssysteem alleen kan werken als we ook echt geloven dat iemand zijn/haar straf kan uitzitten. Ik geloof hierdoor dat ookal heeft deze persoon in het verleden strafbare feiten gepleegd, het niet rechtvaardig is om deze persoon verder te publiceren.

1. Welke opties zijn er?

Je zou hiervoor meerdere opties kunnen overwegen om bijvoorbeeld geen foto’s of naam te tonen, en alleen dat er een persoon met deze geschiedenis in een straat in Leiden gaat wonen. Hiermee creëer je nog wel het gewenste effect van bewustzijn onder de burgers maar hoef je de persoon niet verder in het nieuws te brengen dan misschien nodig. Alleen geloof ik dat hiervoor nog steeds niet genoeg reden is, zoals al vermeld in de vraag is de buurt er al van op de hoogte, en zou je hiermee alleen maar meer buitenstaanders erbij betrekken.

1. Welke waarden, normen en regels zijn relevant?

Vooral de regels rondom privacy en persoonlijke levenssfeer zijn erg duidelijk en dit moet de media ook nastreven. Een vervolgd persoon moet met afgekorte naam en geblurde foto worden neergezet, ook al is diegene daarvoor wel met naam en foto afgebeeld. Zoals bij voorbeeld Jos B. van het college.

Als waarden willen de meeste journalisten nuttige informatie voor de samenleving delen en deze zaak kan wel hiermee botsen sinds dit voor de meeste mensen in de samenleving wel word gezien als nuttige informatie, zeker als dit in hun buurt zou plaatsvinden.

1. Beslissing argumentatie

Ik zelf ben door het doorwerken van deze analyse tot de conclusie gekomen dat ik niet dit nieuws ga publiceren omdat ik het niet rechtvaardig vind en ook denk dat de opties niet van toepassing zijn op dit geval sinds de belanghebbende al op de hoogte zijn. Sinds dit een ethisch dillema’s is blijft dit een lastige keuze en zou het ook nuttig zijn dit met collega’s of anderen te bespreken om meerdere perspectieven hierop los te laten.

Hoe kan de gebeurtenis van een jongen van zestien die op een hogere snelheid met een fatbike en oudere vrouw aanrijdt een mediahype worden?

Een mediahype is een gebeurtenis waar het sentiment is “als ik het niet doe doen 10 anderen het” hierdoor krijg je een massaal aanbod aan nieuws over dit onderwerp en wordt dit gebeuren compleet uitgemelkt. Wat ook erg belangrijk is, is dat bij een mediahype de gebeurtenis eigenlijk van een onderwerp word losgetrokken. De voorgestelde gebeurtenis kan op de volgende stappen een mediahype worden:

1. Sleutelgebeurtenis: De gebeurtenis zoals in de vraag staat word in het nieuws gebracht door meerdere bronnen, en het is een belangrijk gesprek van de dag.
2. Nieuwsthema: Vervolgens gaat het nieuws eigenlijk over een groter thema de gevaarlijke snelheid van elektrische fietsen bijvoorbeeld. Er worden in artikelen over dit incident veiligheidsexperts en fietshandelaren geïnterviewd om allemaal over dit onderwerp te gaan hebben.
3. Lagere nieuwsdrempel: Er is nu heel veel nieuws geweest over deze gebeurtenis maar er gebeurt nog iets interessant alle incidenten die normaliter minder nieuwswaardig zouden zijn worden nu ook opgepikt. Waardoor dit thema alleen nog maar meer in het nieuws komt
4. Feedbackloops: aandacht neemt af van het onderwerp, maar er gebeurt weer iets om de vlam helemaal terug te brengen er word een wet ingesteld voor verplicht helmen op een elektrische fiets. Hierdoor begint deze nieuwscyclus eigenlijk weer opnieuw en word de hype alleen maar weer versterkt. Het nieuws speelt op zichzelf in.
5. Interactieve mediamomenten: Als allerlaatst komen er momenten zoals talkshows waarin iedereen zijn/haar mening hierover kwijt kan en dat weer besproken kan worden

In conclusie van een gebeurtenis zoals hierboven beschreven kan door deze stappen een mediahype worden ipv een nieuwsgolf. De versterkende effecten van een mediahype en het loskoppelen van de gebeurtenis zijn belangrijke factoren om dit nieuws totaal buiten zijn proportie te laten groeien.

Wat zijn de drie uitgangspunten van de objectiviteitsregime?

Complexiteit van werkelijkheid

Invloed van subjectiviteit

Invloed van praktische bellemering