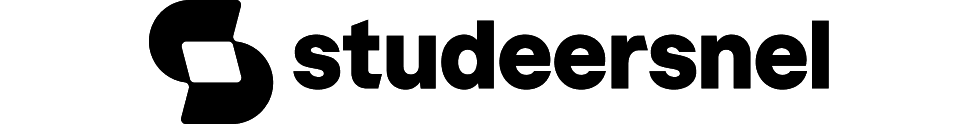
[](https://www.studeersnel.nl/nl?utm_campaign=shared-document&utm_source=studocu-document&utm_medium=social_sharing&utm_content=inleiding-in-de-journalistiek)

[Inleiding in de journalistiek](https://www.studeersnel.nl/nl/document/universiteit-leiden/inleiding-in-de-journalistiek/inleiding-in-de-journalistiek/79715208?utm_campaign=shared-document&utm_source=studocu-document&utm_medium=social_sharing&utm_content=inleiding-in-de-journalistiek)

[Inleiding in de journalistiek (Universiteit Leiden)](https://www.studeersnel.nl/nl/course/universiteit-leiden/inleiding-in-de-journalistiek/1255834?utm_campaign=shared-document&utm_source=studocu-document&utm_medium=social_sharing&utm_content=inleiding-in-de-journalistiek)

Studeersnel wordt niet gesponsord of ondersteund door een hogeschool of universiteit

Inleiding in de journalis琀椀ek

Blok 1: medialandschap en geschiedenis

# Lecture 1

Note to self: blijf op de hoogte via villamedia, zodat je op de hoogte blij昀琀 van wat er gebeurt. Kan ook via NiemanLab of Gonzo.

Fotogra昀椀e: al琀椀jd context nodig, al is het maar waar is het en om wie gaat het. Een goede foto hoe昀 琀 niet perse mooi te zijn. Ik moet de volgende foto’s maken:

* Beweging: lange sluiter琀椀jd vs korte sluiter琀椀jd (lightpain琀椀ng/ballet/sterren uit amerika/ koppel laten dansen in grasveld/ ROEIERS!)
* Diepte/composi琀椀e: (water/PIETER?)
* Portret (opa, met jeu de boule/oma/oid)
* Werkportret (visser, marktman, kraampje, poli琀椀e, tuin/pieter?)
* Fotoserie (8-10)

Waterdruk= hoeveel licht is er in een bepaalde situa琀椀e. Weinig licht = grote pupillen, zoveel mogelijk naar binnen, veel licht= kleine pupillen.

Als je heel erg ver gaat staan, komt er nauwelijks verschil tussen object voor en achtergrond. Dus waar je je camera neerzet speelt heel erg mee.

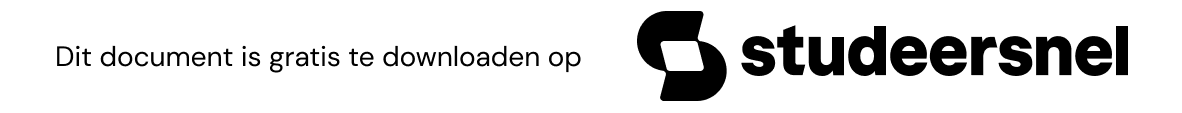
Foto platgedrukt (zelfde vlak) dan is de foto van ver genomen.

Snijpunten van rule of thirds is waar je belangrijke informa琀椀e neerzet. Kant waar mensen op kijken/kant waar op wordt bewogen, daar laat je de meeste ruimte.

# Lecture 2- de krant

Het is misgegaan met de gra琀椀s krant. Eerst gaan we een korte geschiedenis van de krant bespreken en daarna de huidige ontwikkelingen.

*Leerdoelen:*

* *Uitleggen* *hoe* *de* *krant* *een* *massamedium* *werd;*
* [](https://www.studeersnel.nl/nl?utm_campaign=shared-document&utm_source=studocu-document&utm_medium=social_sharing&utm_content=inleiding-in-de-journalistiek)*Trends,* *oorzaken* *en* *oplossingen* *kennen* *met* *betrekking* *tot* *de* *daling* *van* *de* *papieren* *oplages.*

Korte geschiedenis van de papieren krant. De krant bestaat al heel lang, met vroeger pam昀氀e琀琀en. Op een gegeven moment is de krant een populair medium geworden. Door welke uitvinding kon de krant ontstaan? > Boekdrukkunst.

**1618:** **courante** **uyt** **italien,** **duytsland** **&c.** De eerste krant in NL, met name gericht op nieuws uit buitenland, voor mensen die in handel werkten. Handig om te weten hoe het er overal in de wereld aan toe ging, waar oorlog was, waar het goed of slecht ging met de economie. Hij verscheen vrijwel wekelijks, wat in die 琀椀jd zeldzaam was. Er waren veel krantjes in die 琀椀jd, maar de meesten verschenen weinig omdat ze lang moesten wachten totdat ze 1-2 pagina’s hadden vol.

* Oplage van ca. 1500 exemplaren, dus niet massa. Oplage was al琀椀jd heel laag, ondanks boekdrukkunst.
* Kranten waren best wel duur in die 琀椀jd, dus veel mensen hadden het er niet voor over. Wat ook meespeelde, was dat je kranten wel kon drukken, maar niet in grote oplages. Het idee was dat je drukplaten had die ergens ingingen en waarbij **loden** **le琀琀ers** op die drukplaten werden gezet. Vervolgens als die drukplaat vol is wordt het ergens op gezet, draait die hendel om drukplaat op papier te drukken > dan had je 1 vel bedrukt en moest de hendel weer omhoog, kwam er een nieuw vel.
* Daarvoor werd gebruik gemaakt van blokdruk > le琀琀ers uit hout snijden, hout insmeren met inkt, op papier drukken.

Wanneer werd krant massamedia? In de industriële revolu琀椀e, rond 1850. Boekdrukkunst is veel ouder, dus hee昀琀 nog 4 eeuwen geduurd voordat massakranten ontstonden. Uitvinding van stoommachines 琀椀jdens industriële revolu琀椀e zorgde ervoor dat het een massamedium kon worden, want kon je andere machines aandrijven. De **rota琀椀epers** ook nieuw: geen losse velletjes meer bedrukt, maar een hele rol papier loopt door machine die allemaal drukplaten hee昀琀 die rollen papier bedrukken. Dankzij de **stoommachine** kan dat worden aangedreven.

De uitvinder van de rota琀椀epers is **William** **Bullock**, tevens slachto昀昀er van eigen uitvinding. Kranten worden gedrukt op papier, wat al琀椀jd met hand werd gemaakt met lompen (oude kleding, oude lappen stof). Maar halverwege 19e eeuw kwam er een mechanische manier waar **houtpulp** voor werd gebruikt. Daardoor werd de produc琀椀e van papier veel goedkoper, door de mechanisme manier.

Waardoor kranten goedkoper en dus betaalbaarder werden voor een grote groep mensen.

Dus techniek is heel belangrijk geweest voor de krantengroei, waarbij boekdrukkunst een belangrijke voorwaarde was maar de uitvinding van de rota琀椀epers en papierus dus echt belangrijk.

**Mostersleutel**\*\*: signalen le琀琀ers doorsijnen. Hiermee kon je over lange afstand berichten doorseinen via de **telegraaf** (palen met draden ertussen). Belangrijke rol geweest bij ontwikkeling krant, want door deze manier kan je goedkoop en makkelijk nieuws verspreiden. Kon niet naar mensen thuis, pas bij radio, dus waren sta琀椀ons waar mensen zaten om die morsencodes te decoderen. Kranten konden dus snel aan nieuws komen op deze manier. Voor deze 琀椀jd kwam iemand per paard o.i.d. met het nieuws, waardoor het gewoon heel oud was.

Uitvinden vs innova琀椀e: uitvinding= nieuwe technologie, ontwikkeld om iets te doen wat daarvoor ook al kon op een e昀케ciënte, goedkopere of snellere manier. Telegraaf brengt berichten van ene naar andere punt, maar sneller en goedkoper. Dus uitvinding.

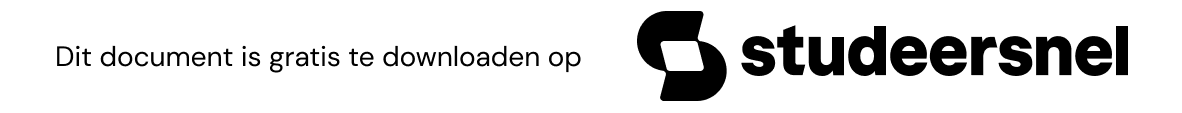
Een technologie kan ook zorgen voor **innova琀椀e**: 3 voorbeelden

* Het ontstaan van het dagblad: kranten die elke dag verschijnen. Was in die 琀椀jd niet gebruikelijk, want er was simpelweg niet genoeg nieuws. Dankzij de telegraaf kwam er veel en actueel nieuws.
* Ontstaan nieuw soort nieuwsorganisa琀椀es: afp (agence france press, 1835), reuters (1851), ap (associated press, 1892). Waren nieuwe organisa琀椀es die niet zelf nieuws produceren, maar nieuws verzamelen en vervolgens verspreiden naar kranten die hier waren aangesloten. Je had zelfstandige persbureaus (reuters) die nieuws inkopen via telegraaf, een selec琀椀e maken en het doorverkopen aan kranten.
* Journalis琀椀eke objec琀椀viteit? Nieuwsberichten moesten zo neutraal mogelijk worden opgeschreven, want veel kranten waren ideologisch gekleurd. Socialis琀椀sch, christelijk, o.i.d. Dat is niet handig als je ar琀椀kelen wilt uitwisselen. Bedacht door persbureaus en was er dus nog niet voordat de telegraaf werd uitgevonden.

**Maatschappelijke** **ontwikkelingen;** **industrialisa琀椀e**, belangrijke factor vanwege technologie. Waar de industrialisa琀椀e nog meer voor zorgde, is dat veel mensen naar de stad trokken. Er waren veel mensen die in de stad waren, steeds meer mensen waren dus in de behoe昀琀e om te weten wat er gebeurde in de stad. De industrialisa琀椀e was ook belangrijk voor de economische welvaart. Mensen gingen meer verdienen en hielden dus geld over om bijvoorbeeld een krant te kopen.

Een andere belangrijke maatschappelijke ontwikkeling is het ontstaan van drukpers/vrijheid meningsui琀椀ng/**persvrijheid**. Lang niet vanzelfsprekend, pas halverwege 19e eeuw in grondwet NL. Daarvoor hadden kranten het zwaar, overheid deed er vanalles aan om leven van kranten zuur te maken. Bijvoorbeeld door krantenmakers op te pakken en te beschuldigen van smaad en laster.

Overheid maakte het kranten las琀椀g door enorme belas琀椀ngen te he昀昀en. Als je iets wilde publiceren moest je belas琀椀ng betalen. De kosten waren hoog, kwart verkoopprijs kranten waren belas琀椀ngen. Zorgde ervoor dat kranten heel duur waren. Bewuste zet, want ervoor zorgen dat kranten niet een groot bereik kregen. Werkte ook zo dat hoe groter jouw publica琀椀e was, hoe meer belas琀椀ng je moest betalen. Spotprent op slide= omdat je toen kranten op heeel groot formaat kon maken omdat je dus niet meer voor grote prent hoefde te betalen. Rochi/broughtchief formaat\*\* naar tabloid.

[](https://www.studeersnel.nl/nl?utm_campaign=shared-document&utm_source=studocu-document&utm_medium=social_sharing&utm_content=inleiding-in-de-journalistiek)Daardoor werden klanten goedkoper en dus betaalbaarder voor een grote groep mensen. Dus ophe昀케ng **drukwerkzegel**.

Laatste maatschappelijke ontwikkeling, was ontwikkeling van **onderwijs**. Steeds meer mensen leerden lezen, plus er kwam de leerplichtwet \*\*. Hoe meer mensen lezen, hoe meer mensen belangstelling krijgen voor een krant.

Krantenuitgevers bedachten dat het slim was als de krant zo goedkoop mogelijk was. Dat is de reden dat die massakranten ontstonden, wat ze in Amerika de penny press noemden.

**Penny** **press**: kranten die heel goedkoop gekocht konden worden, voor 1 penny. Stond ook bekend om dat de kranten meer populairdere onderwerpen ging behandelen, dus niet alleen handel en poli琀椀ek. Maar ook sport, misdaad, entertainment. Voorbeeld: the sun. Daarom werd de krant voor

nog meer mensen aantrekkelijk. Er wordt ook gesproken van sensa琀椀onele kranten. Maar: er zijn niet eens koppen, geen foto’s het zijn alleen le琀琀ers met één lange kolom tekst. In die 琀椀jd schreven ze alle berichten aan elkaar.

Koppen is ook een innova琀椀e. In die 琀椀jd was het eerst ook niet zo nodig om koppen te maken, maar nu beslissen mensen op basis van een kop of ze een krant gaan lezen.

Kranten zagen er saai uit, met een ver琀椀cale opmaak dus in kolommen. Zo werd een krant ook gemaakt, door le琀琀erze琀琀ers. Soms was er ineens geen nieuws meer, dus dan zie je zoals op de slide ineens een lege hoek. Het was ook weleens zo dat er teveel op kwam, dus dan gingen ze halverwege ineens een ander le琀琀ertype doen (kleiner).

Op een gegeven moment kwamen er wel illustra琀椀es in de krant, foto’s konden nog niet. Illustra琀椀es o昀琀ewel tekeningen (1898). In Amerika waren ze veel verder met het maken van aantrekkelijke krantenpagina’s, zoals koppen en illustra琀椀es. Serieuze kranten vonden het not done: dit is een impressie, maar niet de werkelijkheid dus dat ze琀琀en we niet in de krant.

1890: eerste nieuwsfoto in de krant NL, in de Amsterdamse Courant. Was moeilijk, daarom gebeurde het vrijwel nooit. Kos琀琀e veel 琀椀jd, foto kwam ook 4 dagen later in de krant.

1944: nieuwe ro琀琀erdamsche courant (nrc) > koppen worden voorzich琀椀g gebruikt. Hadden ook iets tegen beeld, dus deden dat ook amper.

1954: voorbeeld aan engelse en amerikaanse kranten. Angelsaksische opmaak: koppen, gebruik van beeld, maken van kaders, niet alleen kolommen vullen. Niet meer kolom voor kolom maar echt in blokken.

1996: NRC handelsblad. Nog steeds niet gebruikelijk om kleurenfotos af te drukken. Het kon al wel, 1989 kwam de eerste in NRC handelsblad. Volkskrant had in 1995 pas voor het eerst een kleurenfoto op de voorpagina (op slide niet kleurig zichtbaar, maar is grijs weer, maar is wel een kleur). Was een aversie om kleur te gebruiken in de krant.

Waarom? Komt zo!

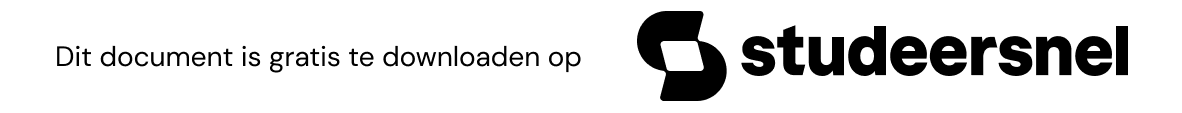
Op een gegeven moment heel veel kleur gebruikt, zoals nrc in 2016. Heel anders: weinig tekst, veel kleur, veel foto.

**Voorbeeld** **琀琀** **vraag**: waardoor duurde het lang voordat foto’s gemeengoed werden in kranten? Techniek, religie (nl protestant), journalis琀椀eke cultuur (de heersende opva琀ngen en gewoontes, foto’s alleen als sensa琀椀e gezien, kleur idem dito), wantrouwen. > lees in boek.

**Voorbeeld** **琀琀** **vraag**: bespreek 3 ontwikkelingen die plaats vonden in de fotojournalis琀椀ek door de opmars van digitalisering en internet? Zoals opkomst burgerjournalis琀椀ek. > lees in boek.

Deel 2 college: Hedendaagse ontwikkelingen

* Oplage: betaalde dagbladen 1946-2015. Landelijke kranten en regionale kranten op één hoop. Zie gra昀椀ek slides. Opvallend is meteen na oorlog oplage kranten daalt, daar is een verklaring voor: enorm papiertekort. Kranten konden niet aan papier komen, kranten die wel verschenen waren opvallend dun. Telegraaf gecollaboreerd met duitsers dus mocht niet gepubliceerd worden. Vervolgens gaat in de gra昀椀ek de oplagen gestaag omhoog, dipje 琀椀jdens recessie, daarna weer omhoog. Breekpunt 2000: groei is eruit, daling wordt ingezet door opkomst internet. 1950-2000 s琀椀jgt oplage: popula琀椀etoename.
* Dekkingsgraad: verhouding aantal kranten en aantal huishoudens. Hoeveel % huishoudens hee昀琀 een krant? Dat zie je in de volgende gra昀椀ek. Opvallend: als je kijkt naar eerste jaar 1947, dan zie je de dekkingsgraad hoger dan 100%. Dus gemiddeldgenomen zijn er in nederlandse huishoudens meer dan 1 krant. Als je trouwde kreeg je een krantenabonnement, en als je die eenmaal hebt dan houd je hem vaak ook wel. Grote verbondenheid met krant.
* Op een gegeven moment: als je niet getrouwd bent bij je ouders wonen, scheiden wordt normaler, dus vaker individueel zelfstandig wonen, gezinnen werden kleiner. Hierdoor werd dekkinsgraad per huishouden lager maar individu nog stabiel. Jaar 2000 zie je ook verschil.
* Oplage landelijk en regionaal gesplit (tov samen in 1e gra昀椀ek); lange 琀椀jd liep regionale lijn hoger dan de landelijke. Pas veranderd rond 2005/2006. Algemeen dagblad ging regionale kranten opkopen, zoals haagse courant en utrechts nieuwsblad. Regionale nieuws kwam als bijlage in AD. Kranten琀椀tels werden van regionaal naar na琀椀onaal. Regionale kranten dalen vanaf jaren 80 eig al, bij landelijk gaat het omhoog tot 2000. Dus iets verschillends aan de hand: regionale kranten gaan het eerder slecht doen: te maken met veranderingen in samenleving, waaronder dat lokale binding van mensen minder wordt. Vanaf jaren 70 gebruikelijker om te gaan studeren in andere stad. Geldt met name voor regionale kranten die in steden verschenen (zoals haagse courant en utrechts nieuwsblad), want steeds meer inwoners van die steden hadden minder lokale binding. Migra琀椀e ook grote rol, veel gastarbeiders in jaren 70, gingen met name in grote steden wonen en hadden ook minder

[](https://www.studeersnel.nl/nl?utm_campaign=shared-document&utm_source=studocu-document&utm_medium=social_sharing&utm_content=inleiding-in-de-journalistiek)a昀케niteit met lokaal nieuws. Ook omdat mensen gingen studeren vaker en dus meer brede interesse hadden gingen ze interesseren in landelijke dingen.

* Oplage: betaald en gra琀椀s- metro, spits en de pers, dag. Wat je in deze gra昀椀ek ziet is het nieuwe fenomeen dat naar NL kwam van de gra琀椀s krant. Metro als eerste naar Nederland. Nederlandse kranten dachten toen van we moeten een concurrent in de markt ze琀琀en, zodat Metro weggaat. Telegraaf zet spits in, eigendom van telegraaf. Ontstond een ba琀琀le om adverteerders. Adverten琀椀epagina’s voor weinig geld verkopen, zodat ze veel adverteerders in spits kregen.

\*\*\* Dachten gaan met gra琀椀s krant beginnen > dag. De pers door ouwehand ook gra琀椀s krant. 4 kranten gingen vechten om adverteerders, door ads onder prijs verkopen waardoor ze al琀椀jd verlies leden. Een voor een vielen ze om, metro hee昀琀 langst volgehouden. Tot 2020.

Individuele kranten: wat opvalt is dat de grooste kranten het meest verliezen (telegraaf en ad). Telegraaf inmiddels hel昀琀 van oplage kwijt, AD ook gehalveerd. Andere kranten doen het rela琀椀ef iets beter, zoals nrc en volkskrant. Kleinste kranten zijn het stabielst, trouwe lezersbasis, hee昀琀 te maken met doelgroep. Volkskrant en nrc door hogeropgeleiden. Groep die meer de neiging hee昀琀 die de krant wil lezen.

Regionale dagbladen uitgesplitst: zelfde verhaal, lijnen rap omlaag. Limburger was groot, vergelijkbaar met nrc handelsblad.

Opinieweekbladen: elsevier deed lange 琀椀jd heel goed tot 2008. Vrij nederland zakt ook weg. Alleen de Groene doet het nog wel goed.

Werken met freelancers is trend in journalis琀椀ek. Bij kranten, omroepen, 琀椀jdschri昀琀en. Steeds minder mensen in vaste dienst.

Oorzaken

* Internet, wordt vaak aangewezen als enige oorzaak maar is niet het geval.
* Mediaconsump琀椀e: 琀椀jd aan media is al琀椀jd constant, tot ontstaan smartphone, want dan kun je al琀椀jd media gebruiken. Voor smartphone vast aantal uren aan media besteed. Wel verschuivingen: radio en lezen werd minder, tv werd meer. Tegenwoordig verschijnen kranten sochtends, maar meestal was dat savonds. Mensen lezen krant 琀椀jdens ontbijt, want savonds TV kijken (concurrent voor krant).
* Immigra琀椀e: veel migranten naar NL, hebben minder belangstelling voor NL kranten.
* Bezorging: is al琀椀jd een bo琀琀leneck voor krant en ingewikkeld en kostbaar proces. Alle papier moet over hele land verspreid worden. Las琀椀g om aan bezorgers te komen.
* Adverten琀椀e inkomsten lopen terug, minder mensen willen in krant staan Maatregelen: 3 niveaus

1. Strategisch, bedrijfseconomisch- hoe zorg je ervoor dat je bedrijf gezond is en geld verdiend?

> andere klanten opkopen of fuseren met andere kranten om kosten te delen.

Persconcentra琀椀e: veel 琀椀tels in handen van weinig kranten. Zi琀琀en veel nadelen aan, lees in ar琀椀kels.

1. Opera琀椀oneel: hebben te maken met bedrijfsvoering. Besparen op bedrijfsvoering = bijvoorbeeld redac琀椀e ontslaan. Goedkoper papier inkopen.
2. Productvernieuwing: krant aantrekkelijk houden voor lezers. Formaat bijvoorbeeld aangepast, vanaf 2003 agrarisch dagblad. Uitgevers wilden vaak niet klein, want werd tabloid formaat genoemd en die naam verwees naar tabloid/roddelkranten en die hadden hele slechte reputa琀椀e. Laatste die overstapte was telegraaf. Nieuwe abbonnementsvormen is ook verandering, want uitgevers kwamen erachter dat mensen doordeweeks geen 琀椀jd hebben voor de krant > 昀氀exibele krant, alleen zaterdag of in combina琀椀e met online. Digitale edi琀椀es, online krant, belangrijke verandering.

NRC next= experiment, gericht op jongeren, veel meer beeld en kleur. Aanvankelijk groot succes, vanaf 2016. Krant verdwenen.

# Lecture 3- de omroep

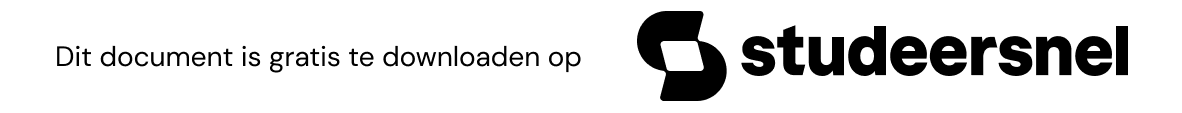
**Ongehoord** **Nederland,** onderdeel van publieke omroep- veel gedoe veroorzaakt. Zijn het er niet mee eens dat ze rapportages moeten inleveren waarin ze uitleggen wat ze doen. NPO wil dat ze zich aan een journalis琀椀eke code houden.

* Heel veel klachten tegen uitzending racisme, komen bij ombudsman. Hij concludeerde dat de uitzending de code had geschonden en dat er verkeerde informa琀椀e was verspreid. Andere uitzendingen ook. Boete opgelegd door NPO.
* NPO wil dat ongehoord Nederland eruit gaat. Omroepen mogen zelf programma’s en a昀氀everingen maken maar NPO mag bepalen wanneer en hoe het wordt uitgezonden. Minister moet ongehoord NL eruit gooien. Verschillende par琀椀jen erbij.

Verantwoordelijke actoren: NPO, ombudsman, commissariaat van de media, ministerie OCW, rechter.

\*\*zelf uitzoeken welke taken zij hebben\*\*

Ongehoord is begonnen met een factchecker en een rubriek, zijn trainingen aan redacteuren gaan geven zodat die beter kunnen checken. Dus verschillende maatregelen waarmee ze willen voorkomen dat ze er uitgezet worden. Nu door NPO elke maand laten zien wat ze doen, rechtszaak. Uiterlijke termijn is zes maanden, dus in december komt een beslissing. Verkiezingen hebben invloed erop voor minister?

[](https://www.studeersnel.nl/nl?utm_campaign=shared-document&utm_source=studocu-document&utm_medium=social_sharing&utm_content=inleiding-in-de-journalistiek)Waarom wordt zo’n omroep toegelaten? Een van de oprichters is Arnold .., vroeger oorlogsjournalist. Toegelaten, maar erbij gezegd dat ze geen onwaarheden mogen verspreiden.

Verzuiling: geschiedenis nederlandse omroep te maken met verzuiling. Katholiek (kvp, katholieke school, kro en volkskrant), protestant (ar/chu, trouw, ncrv, christelijke school), socialis琀椀sch (sdap, openbare school, vara, parool/vrije volk), liberaal (vvd, openbare school, avro, telegraaf/nrc).

* Allemaal een eigen omroep, ontstaan door radio. Radio werkt met frequen琀椀es en dat moet je regelen want als je dat niet doet gaan ze op zelfde frequen琀椀e zi琀琀en en gaat dat storen > gereguleerd door de overheid. Licen琀椀es aan omroepen gegeven.
* **Spreekbuismodel**: elke zuil een eigen parogie.
* mensen van zuil luisterden naar eigen omroep.

# Abraham kuyper

* gereformeerd predikant
* grondlegger VU uni
* oprichter ARP en par琀椀jleider (poli琀椀eke par琀椀j)
* oprichter de standaard en hoofdredacteur (voorloper trouw)
* minister-president
* deed dit allemaal tegelijker琀椀jd

media heel volgzaam van poli琀椀eke par琀椀jen etc die bij eigen zuil hoorden.

Jaren 20: vijf omroepverenigingen = vpro (protestant), avro, kro, ncrv(protestant), vara (socialist)

* hebben lange 琀椀jd belangrijke rol gespeeld in publieke bestel, ging door met komst televisie

1951: start TV in nederland, zelfde omroepen en zelfde strategie als bij radio (zuilen).

* Algemene uitzendingen NTS (nieuws, niet gemaakt door omroepen maar anp algemeen nederlands persbureau).
* Uitzendingen die van belang waren zoals koningshuis. NTS voorloper van nos. Maar geen nieuwsuitzendingen, dus nts maakte niet een uitzending zoals we kennen. Verzorgde vooral technische faciliteiten, leverde dat aan de andere omroepen.
* Des琀椀jds heel las琀椀g om opnames te maken. Kon wel, maar grote apparatuur voor nodig dus dat was niet prak琀椀sch. Begin jaren daarom al琀椀jd live tv, meestal amusement, heel vaak dingen die al bestonden zoals concerten of interviews met mensen uit eigen zuil.

Na verloop van 琀椀jd niet alleen publieke maar ook commerciele tv: 1989.

* Tv10 (joop van de ende), sterren overkocht van andere oproepen maar toen hij ging uitzenden kreeg hij een verbod. Je mocht vanuit nederland geen commerciele tv uitzenden.
* Rtl veronique: na 1 jaar 25% marktaandeel > werd rtl 4. Waren zo slim vanuit luxemburg uit te zenden.
* Waren des琀椀jds maar 2 zenders: nl 1 en nl 2, dus rtl veronique hadden eig maar 2 concurrenten.
* Veel commerciele zenders mislukt: mensen kijken via afstandsbediening en zappen vanaf 1. Als tv zender moet je zo laag mogelijk op de afstandsbediening zi琀琀en. Nieuwe zender vaak achteraan. Rtl veronique had een campagne dat iedereen ze op 4 moesten ze琀琀en, daarom zij wel succes gekregen.

1992: duaal bestel. Toegestaan dat commerciele zenders vanuit nl mogen. Steeds meer komen er. Rtl ook vanuit nederland gaan uitzenden.

2006: meer macht voor de npo. Geen thuisne琀琀en meer en centrale rol voor netcoordinatoren vanuit de npo. Horizontale programmering (heel duidelijk uitzendschema met vaste programma’s, was bij npo alleen met het journaal. Commerciele zenders deden dit beter).

* Tros was populair op breed publiek, amusement. Hebben ook geprobeerd om commerciele zender in nl vanuit zee te beginnen. Bleek ook niet te mogen. Uiteindelijk wel toegetreed tot publieke gestel.
* **Vertrossing**: veel meer amusement kwam op tv, tros had ook invloed op andere omroepen omdat die van tros populair waren.
* Elke omroep had eerst een eigen uitzendavond. Omdat mensen een tv hadden wilden ze er gebruik van maken en gingen ze dus niet maar 1 avond kijken (ivm zuil) maar dus elke avond. Hee昀琀 rol gehad in ontzuiling van NL.
* Elke omroep had eigen kanaal. Omroepen bepaalden zelf wat uitgezonden werd. Veranderde in 2006 dus.
* Thuisne琀琀enmodel: elke omroep eigen net, wat veranderde was dus dat elke omroep alles kon bepalen. Npo stelde netcoordinator aan die bepaalde wat per omroep kwam. Elke zender

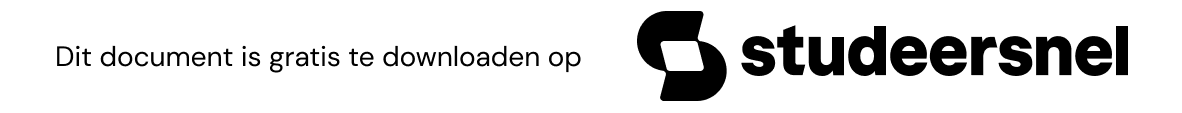
hee昀琀 bepaald pro昀椀el (doelgroep)

* Omroepen verloren dus veel macht, macht kwam bij zender coordinatoren. Daarom tegenwoordig bij npo1,23, andere programma;s.

2008: mediawet criterium toelaten omroep

* Representa琀椀viteitscriterium: maatschappelijke, culturele of godsdiens琀椀ge groep (zie je verzuiling in terug, die groep moet nog niet vertegenwoordigd zijn want je moet wat toevoegen)
* Pluriformiteitscriterium: verscheidenheid programma-aanbod vergroten
* Daarom ook verbazend dat ongehoord nl is toegelaten (net als omroep zwart, beide toegelaten van 1 januari 2022)
* Oordeel: aan ene kant voldoet ON aan eisen, maar aan de andere kant is juist tegendraadse invulling zorgt ervoor dat ze in strijd zijn met journalis琀椀eke code.

Geschiedenis televisienieuws:

[](https://www.studeersnel.nl/nl?utm_campaign=shared-document&utm_source=studocu-document&utm_medium=social_sharing&utm_content=inleiding-in-de-journalistiek)Radionieuws na WO2: radionieuwsdienst van het ANP (organisa琀椀e buiten de publieke omroep) met daarnaast actualiteitenrubrieken van de omroepen (via spreekbuismodel). ANP doet dit nog steeds voor commerciele omroepen, uitzending door ANP.

* Dit is radio, maar op tv anders want was geen algemene nieuwskanaal.

1956: eerste NTS journaal.

* Historisch onderdeel trailer nts: balletstukje alleen bij allereerste nts journaal
* Opvallend: achtergrondmuziek, geen live geluid bij beeld, geen introduc琀椀e van items, inhoud afwijkend van hedendaags nieuws (frivoler), geen presentator in beeld.

Kenmerken: geen presentator, vermakelijke presenta琀椀e, lichte onderwerpen, 琀椀jdloze items, oud buitenlands nieuws zoals s琀椀erenrennen in Pamplona (half jaar na dato), geen poli琀椀ek.

* Had niet de func琀椀e om men te vertellen wat er gebeurde, meer een soort frivool intermezzo.
* Lijkt op poligoon journaal, manier om mensen naar bios te lokken omdat mensen verschillende 昀椀lmpjes kregen te zien.
* Dus het had een andere func琀椀e dan nu
* Nog iets: omroepen hadden veel macht en zaten niet te wachten op zo’n nieuwsprogramma want waren bang voor ideologische invloeden. Dus er mocht geen poli琀椀ek aan bod komen, want anders zouden ze niet neutraal kunnen blijven. Daarom: geen presentator, zou a昀戀reuk doen aan neutraliteit programma.
* Oud nieuws had te maken deels met dat het niet uit maakte (func琀椀e was niet nieuws brengen) maar ook ivm techniek. Films ontwikkelen, met boot of vliegtuig naar nederland. “wegens mist geen buitenlands nieuws”

**Journaalcommissie**: bepaalde wat er in het journaal kwam. Afgevaardigde van elke omroep. Wekelijkse vergadering. Reden dat die balletdansers er maar 1 keer in zaten, christelijke omroepen maakten bezwaar.

Televisie nieuwsprogramma’s:

* Collage van 昀椀lms. Filmmodel of news reel model in nl en frankrijk
* Radiomodel duitsland en engeland
* News cast model in vs: nieuw programma maken. Je had er geen publieke omroep, dus alleen commercieel. 1 van de eerste nieuwsprogrammas was camel news caravan (sponsor door camel). Kwam ook op nederlandse televisie. Werd gerookt in talkshows.

Nieuwspresentator: walter cronkite (CBS news)- tv persoonlijkheid, verbonden aan nieuws programma. Typerend voor zijn manier van werken is dat hij losjes presenteert

# Ontwikkelingen jaren 70

* Vorm : amerikanizering (cronky琀椀za琀椀on)
* Inhoud wordt journalis琀椀eker
* Techniek: teleprompter (autocue), video (ENG), satelieten (eerst monteren met 昀椀lm, knippen en aan elkaar plakken, banden transporteren), computergraphics

Redac琀椀e nts journaal was heel klein, mensen hadden ook niet veel kennis. Jaren 70 kwamen er meer opleidingen voor. Tv werd niet meer gezien als uitsluitend amusement, dus meer journalis琀椀ek.

1984: nos journaal fred emmer. Nos bleef vasthouden aan idee van neutraliteit: geen meningen of standpunt. Totaal geen emo琀椀es, s琀椀jf.

Belangrijke verandering 1989: RTL nieuws . RTL veronique kwam met journaal. Jeroen paauw eerste presentator.

* 6 uur nieuws: 1 presentator
* Half 8 nieuws: 2 presentatoren
* Camerawisselingen, nieuws wat sneller, etc, ten opzichte van nos journaal eerst.
* Nos ook met 2 presentatoren geprobeerd, werkte niet.

Commerciele concurren琀椀e: gtst in 1989, was ongekend een nederlandstalige soap elke dag op zelfde琀椀jds琀椀p. Maar: mensen wilden ook naar nieuws kijken. Dus: gaan naar half 8 nieuws kijken. Kos琀琀e nos veel kijkers, rtl nieuws deed dit slim.

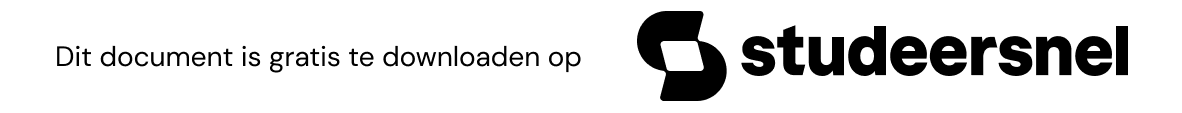
Commerciele concurren琀椀e: hart van nederland in 1995. Veel kleiner nieuws, lokaler nieuws, branden, ontevreden nederlanders.

Nos journaal toegankelijker geworden. Voor die 琀椀jd ongebruikelijk.

Waar het op neer komt allemaal: factoren hebben invloed op nieuwsproduct, dat zijn techniek (hoe actueel?), concurren琀椀e, organisa琀椀e en journalis琀椀eke conven琀椀es/gewoontes. \*\*zoek voorbeelden\*\*

Nos: gebeurt weleens dat ze 2 meningen tegenover elkaar zeggen.

Nos goed in geslagen om vertrouwen publiek te winnen (geloofwaardigheid, objec琀椀viteit): al琀椀jd populair programma geweest. Digital news report nederland 2023: nos scoort hoogste met een 7,4.

[](https://www.studeersnel.nl/nl?utm_campaign=shared-document&utm_source=studocu-document&utm_medium=social_sharing&utm_content=inleiding-in-de-journalistiek)Nieuws online lang niet veel bereik. Nu.nl had lange 琀椀jd grootste bereik. Komt in volgend college, nu is nos.nl groter (2021). In andere landen niet zoiets als nu.nl.

# Lecture 5- internet

Deel 1: korte historie

Welke NL krant had als eerste een website? > Eindhovens Dagblad. Waren een paar redacteuren die een website wilden maken. Hoofdredacteur begreep het niet, dus de redacteuren zijn op eigen

ini琀椀a琀椀ef die website gaan opze琀琀en. De tweede was NRC. **1995** **ED** **geboorte** **internetjournalis琀椀ek**. Van opiniebladen was Groene Amsterdammer de eerste, ook in 1995.

Slide: website KPN die redac琀椀e hee昀琀 die allerlei producten maakt. Een soort nu.nl (online only). Genaamd Planet Internet, was vrij gebruikelijk dat internetproviders websites maakten (portals) die toegang waren tot het internet. PI was bijzonder, want hadden redac琀椀e die eigen ar琀椀kelen enzo maakte.

Wat is de meest bezochte nieuwssite van Nederland? > meestal in de jaren is nu.nl het grootste. NOS haalt het nu in, na 2020. NOS bezoek heel inconsistent, hee昀琀 te maken met sportvideo’s. AD is ook een inhaalslag aan het maken.

Bijna nergens ter wereld zo als hier dat iets als nu.nl het zo goed doet, in andere landen is het vooral de krantgiganten die een website hebben.

Uit welk jaar is nu.nl? > 1999, nu.nl kwam dus vier jaar later dan de internetgeboorte en toen waren alle websites van kranten al online. Dus opmerkelijk dat nu.nl zo laat erbij kwam en toch geslaagd is om de grootste te worden. Hoe hebben ze dat gedaan?

* Kredo/credo van nu.nl: het laatste nieuws het eerst op nu.nl
* Daarin weken ze af van kranten, ze wilden al het nieuws meteen publiceren. Kranten publiceerden vaak pas na een krant was gedrukt en geleverd, dus dan waren ze laat. NOS had ook zowat geen nieuws op de website staan (nos is omroep en krijgt geld voor tv en radio maken, dus geen budget voor online nieuws). Dus voor nieuws ging men naar nu.nl. nu.nl had dus een concurren琀椀e voordeel.
* Nu.nl is eigenlijk bedacht door jonge gasten van tu eindhoven, die eerst een zoekmachine wilden maken. Genaamd Ilse. Er bestonden wel zoekmachines, zoals yahoo uit Amerika. Google was er nog niet in NL. Ilse was de meest gebruikte zoekmachine van NL. Daar gooiden ze headlines van nu.nl op. Dus de mensen die via Ilse zochten gingen ook naar nu.nl.
* Wilden samenwerken met nos, maar had geen middelen. Ander pla琀昀orm pscm/pstm zag het ook niet zi琀琀en, toen zijn ze dus zelf begonnen.

2001: en.nl. gemaakt door pscm/pstm- domeinnaam was van iemand anders. 4 maanden na startdatum gestopt met en.nl, want pscm had geen geloof erin dat het rendabel zou worden.

Slide gra昀椀ek: rond 2000 veel vertrouwen in internet, daarna internetbubbel werd doorgeprikt en昀氀inke daling.

Van internetsites werden teleteksten gemaakt. Toen rond 9/11 werd gezegd dat internet toch wel handig was voor journalis琀椀ek. Nieuws werd massaal online gevolgd.

Shovelware: content van ene medium doorschuiven naar andere, dus bijvoorbeeld uit een krant op het internet ze琀琀en (“in druk”). Zo werd vaak omgegaan met innova琀椀e: hoe kun je je bestaande product op een nieuwe manier verpakken?

* Fenomeen wordt door marshall mcluhan aangekaart als horseless carriage syndrome
* “we drive into the future using only our rearview mirror”- marshall mcluhan. Dit is vergelijkbaar dus bij redac琀椀es > hoe kunnen we wat we al hebben op een nieuwe manier inze琀琀en?
* Wordt ook aangekaart als defensieve innova琀椀ecultuur: niet zo dat er geen innova琀椀e is, maar die is defensief/behoudend omdat je bang bent dat je uit de markt gedrukt wordt. Twee strategieën: 1= kill them, nieuwe dingen echt uit de markt drukken (en.nl vs nu.nl). 2= joint them, meedoen vanuit behoudende posi琀椀e dus voorzich琀椀g.

Deel 2: verdienmodellen internetjournalis琀椀ek

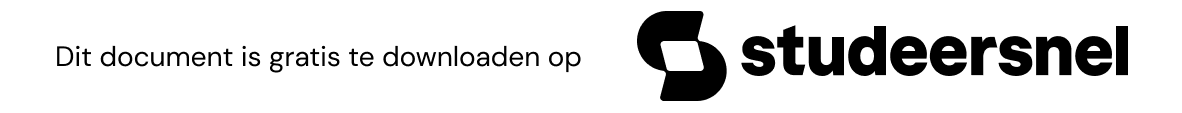
Een groot probleem van internetjournalis琀椀ek was het verdienen van geld. Verdienmodel van kranten was van oudsher: adverten琀椀emarkt (adverteerders) en afzetmarkt (abonnees en losse verkoop).

Inkomsten online: adverteerders

* Heel veel adverten琀椀egeld verdwenen, komt niet meer bij kranten terecht.
* Zie 昀椀guur slides: verdeling adverten琀椀ebestedingen. Televisie enorm gaan groeien door meer commerciële tv zenders. Radio groeide ook nog. Internet vanaf 2006 voor het eerst gemeten (niet daarvoor op 0), neemt gigan琀椀sch toe.
* Zie 昀椀guur: amerikaanse kranten. Adverten琀椀einkomsten voor papieren krant blij昀琀 over het algemeen s琀椀jgen tot 2005 en daarna ineens mega gezakt. Klein beetje gecompenseert met digitale inkomsten. Meeste adverteerders willen niet meer adverteren in krant, maar willen op Google of Facebook.
* In amerika: 3 bedrijven hebben 2/3 van de adverten琀椀emarkt in handen (google, facebook, amazon).

Andere dingen die meespelen: verdwenen inkomsten

* Rubrieksadverten琀椀es: kleine adverten琀椀es die iedereen kan insturen, gaat allemaal via marktplaats nu. Rubriek omdat het was opgedeeld in rubrieken.
* Vacatures: nu via monsterboard.nl en linkedin.
* Huisadverten琀椀es: nu via funda.
* Da琀椀ng: nu via dingen als 琀椀nder.

[](https://www.studeersnel.nl/nl?utm_campaign=shared-document&utm_source=studocu-document&utm_medium=social_sharing&utm_content=inleiding-in-de-journalistiek)Andere dingen die meespelen: lagere tarieven

* Adverteren op internet is heel goedkoop vergeleken met adverteren in de krant. Vroeger werd beargumenteerd dat veel mensen de adverten琀椀es zouden lezen in de krant, waardoor de prijs omhoog kon. In de realiteit was het zelfs zo dat veel mensen daar geen 琀椀jd voor hadden of het niet wilden.
* Voorbeeld eye-tracking: mensen kijken vaak niet naar de meest opvallende dingen. Mensen gaan vaak doelgericht naar een website toe. Ze komen er niet om adverten琀椀es te kijken. Bij een website die je kent weet je ook wat de lay-out is en dus ook waar je moet kijken/ niet moet kijken. Mensen klikken ook zelden. Daarom zijn die tarieven zo laag.

Andere dingen die meespelen: adblockers

* Dan verdienen nieuwssites helemaal niet meer.

Alles bij elkaar zorgt dit voor een kapot verdienmodel. Dus; hoe kan het op een andere manier?

* Clickbait: sensa琀椀onele koppen om mensen te verleiden. Koppen beloven meer dan de content waar maakt. Wordt over nieuwsmedia ook soms gezegd, maar volgens docent onjuist. Alleen van sprake als de inhoud niet overeenkomt met 琀椀tel. “Upworthy” = voorbeeld uit Amerika. Clickbait zin: 2 delen, verhaaltje delen en belo昀琀e. Formule bedacht door upworthy. Clickbait websites e昀昀ect gehad op nieuwsmedia.
* Buzzfeed ook in zelfde genre. Oprichter wilde weten wanneer iets viraal gaat: onderzoekslab om erachter te komen. Buzzfeed staat bekend om lis琀椀cles. Nooit een rond getal gebruiken, want dan klikken ze minder snel (ongeloofwaardig)
* De correspondent past deze regels ook toe om **nieuwsgierigheid** **te** **wekken**.
* Buzzfeed is clickbait website waar geen adverten琀椀es op staan. Die verdienen geld aan branded content, dus die gesponsord wordt door een bedrijf. (10 ijssmaken die..)

Nieuwe reclamevorm: na琀椀ve adver琀椀sement (ziet eruit als normale berichten), sponsored content, branded journalism, content marke琀椀ng. Gaat allemaal om hetzelfde: gesponsorde berichten. Door verschillende kranten worden er verschillende termen gebruikt, daarom ook voor lezer niet al琀椀jd duidelijk dat het om adverten琀椀e gaat.

Economische waarde online nieuws: inferieur product of normaal product?

* Normale: als je meer geld gaat verdienen ga je er meer geld aan uitgeven (vb= mooie kleding)
* Inferieur: minder geld aan uitgeven als je meer verdient (vb= een namaak product)
* Met nieuws gaat dat ook zo. Krant is van oudsher een normaal product: meer geld= sneller abonnement nemen. Voor nieuws op internet gold dat niet zo. Online nieuws wordt gezien als inferieur product.

2010: new york 琀椀mes wilde dat mensen gingen betalen voor hun ar琀椀kelen= paywall. 2010 door the economist uitgekozen tot year of the paywall. Velen volgden.

* Metered paywall: beperkte hoeveelheid gra琀椀s, daarna betalen. Gebruikt door new york

琀椀mes, 20 gra琀椀s ar琀椀kelen per maand. Idee is dat je bereik groot houdt en vaste fans wil laten betalen.

* In 2020 7,5 miljoen abonnees, dus wordt als voorbeeld gezien. Voordelen: interna琀椀onaal, engels, vrij bekend.
* In NL: NRC metered paywall.
* Andere variant- freemium, deel website is gra琀椀s, ander deel is betaald. Vaak zijn korte nieuwsberichten gra琀椀s.
* Andere variant: micropayments- iTunes model. Bioblendel als voorbeeld. Idee is dat mensen niet een hele krant willen kopen, maar alleen betalen voor wat ze interessant vinden. Bij iTunes kan je 1 liedje kopen. Werkte niet zo goed als ze hadden gehoopt bij Blendle.
* Andere variant: all you can read-spo琀椀fy model. Voorbeeld= topics, DPG. Abonnement op 1 krant is alle andere ar琀椀kelen van die uitgever lezen.

Meer animo tegenwoordig om te betalen voor online journalis琀椀ek.

Blok 2: wat is journalis琀椀ek?

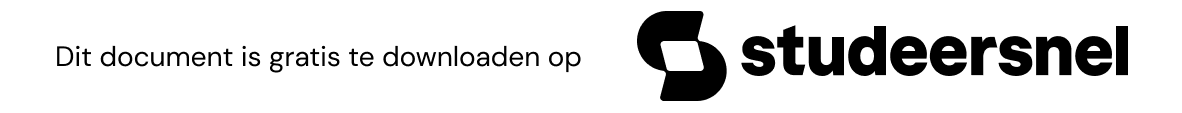
# Lecture 6- wat is de maatschappelijke func琀椀e van de journalis琀椀ek?

Ar琀椀kelen: als de (vrije) journalis琀椀ek er niet is, kan de democra琀椀e niet goed func琀椀oneren. Worden veel beweringen over gedaan.

Ar琀椀kel 7: niemand hee昀琀 voorafgaand verlof nodig om door de drukpers gedachten of gevoelens te openbaren, behoudens ieders verantwoordelijkheid volgens de wet.

Voorbeelden van beweringen over belang journalis琀椀ek voor democra琀椀e. Wat is dat belang?

Siebert, Peterson en Schramm (1956): four theories o昀琀 he press.

1. De autoritaire theorie: van toepassing op dictatuur, samenleving met sterke leider. Media is ten dienste van dit gezag en er is sprake van censuur (geen vrije pers). Kri琀椀ek wordt als misdaad gezien.
2. De marxis琀椀sche theorie (de communis琀椀sche theorie): media in dienst van de arbeidersklasse. Media geen private bedrijven, ten dienste van algemeen belang. Media dienen socialisa琀椀e en opvoeding en censuur is mogelijk. Leek vroeger op autoritaire model: berichten ten diepte van ideologie.
3. Theorie van de vrije pers: vrijheid van publica琀椀e is onbeperkt en geen enkele vorm van censuur. Vrije marktplaats van ideeën, zelfreinigend vermogen van media (als iedereen maar wat publiceert kan dat een puinhoop worden, maar het idee is dat media elkaar corrigeren).
4. [](https://www.studeersnel.nl/nl?utm_campaign=shared-document&utm_source=studocu-document&utm_medium=social_sharing&utm_content=inleiding-in-de-journalistiek)Theorie van de sociale verantwoordelijkheid van de pers: media dragen verantwoordelijkheid naar de samenleving. Niet dus jan en alleman aan het woord laten. Beroepseisen aan journalisten. Sprake van zelfregulering (eigen regels waar journalisten aan moeten houden,

zoals dat nji ach琀椀ge) en we琀琀elijke maatregelen kunnen gerechtvaardigd zijn. Afweging van pers of mensen wel goed geïnformeerd worden.

**Montesquie:** **trias** **poli琀椀ca**- driemachtenleer.

1. Wetgevende macht: eerste en tweede kamer
2. Uitvoerende macht: ministerie
3. Rechtsprekende macht: controllerend, rechters

Vaak wordt er gesproken van vierde of vijfde macht. De één bedoeld daar de ambtenarij mee, de ander de journalis琀椀ek.

* + Beide hebben een belangrijke invloed
  + Ambtenarij: invloed op totstandkoming van we琀琀en, omdat ze bijvoorbeeld ministers informeren.
  + Het staat niet vast wat de vierde of vijfde macht is. Het zijn ook geen formele machten, in tegenstelling tot de eerste drie.

Strukturwandel der o昀昀entlichkeit: habermas (1962): de publieke sfeer en publieke opinie. Vinden dat je mensen gewoon op het podium moet duwen. Iedereens mening moet gedeeld worden om opinie te vormen. Journalis琀椀ek hee昀琀 dus een debat func琀椀e: zorgen dat er discussie plaatsvindt.

Habermas zag dat dit in de prak琀椀jk niet werkt:

* + Publieke sfeer en publieke opinie gaat naar;
  + Kapitalisme, consumen琀椀sme, commercialisering. Massamedia en pr. Infotainment. Verhalen worden sensa琀椀oneler gemaakt. Extreme opva琀ngen komen aan bod, dingen uit context getrokken.
  + Talkshow is klassiek voorbeeld van infotainment: mensen praten over serieuze onderwerpen, maar worden er lichtere onderwerp tussendoor gegooid.

Ook een func琀椀e journalis琀椀ek, naast debatjournalis琀椀ek, is vermaakjournalis琀椀ek. (veronderstelde func琀椀e).

Bij die sociale verantwoordelijkheid pers (puntje 4) zit vaak dat er een sociaal contract is tussen journalis琀椀ek en samenleving. Wordt heel vaak gedacht dat journalis琀椀ek niet kan bestaan zonder democra琀椀e en andersom.

* + Journalis琀椀ek hee昀琀 democra琀椀e nodig, omdat anders journalisten niet vrij kunnen handelen.

Als overheid gaat bepalen wat geschreven mag worden, heb je geen journalis琀椀ek meer. Kenmerkende is ona昀栀ankelijkheid, kri琀椀sch kunnen zijn op de overheid.

Ralf dahrendorf (1967): ak琀椀ve und passive o昀昀entlichkeit;

* + Ak琀椀ve: zijn alle actoren die een ac琀椀eve rol spelen in poli琀椀eke besluitvorming (poli琀椀ci, poli琀椀eke instan琀椀es, burgemeesters, leden provinciale staten, lobbygroepen, vakbonden, werkgeversorganisa琀椀es- proberen allemaal invloed uit te oefenen op de poli琀椀eke besluitvorming.
  + Passive: alle andere mensen, burgers in samenleving die niet ac琀椀ef bezigzijn met poli琀椀eke besluitvorming maar wel naar NOS journaal kijken, talkshows zien om mening te vormen en stembus te bezoeken. Zijn over het algemeen dus passief. Kan wel ac琀椀ef, als ze lid worden van ac琀椀ecommité of als ze willen dat de overheid meer doet aan… (dan ben je lid van lobbygroep). Het is incidenteel, maar niet structureel betrokken bij poli琀椀eke besluitvorming.
  + Massenmedien: informa琀椀efunc琀椀e: zijn een intermediair tussen passief en ac琀椀ef. Burgers (passief) iinformeren over wat er in de poli琀椀eke arena (ac琀椀ef) gebeurd. Expressiefunc琀椀e: media moet aandacht besteden aan problemen en onderwerpen die gewone burgers van belang vinden. Massamedia wordt gezien als kri琀椀ekfunc琀椀e op de ac琀椀eve o昀昀entlichkeit- journalisten controleren of alles wel goed verloopt en vertellen als er misstanden zijn.

Muckrakers: bekende waakhonden uit de journalis琀椀ek, 19e eeuw in amerika die bezig waren om misstanden bloot te leggen. Was een 琀椀jd dat er veel misging: 琀椀jdsperiode eerder genoemd bij ontstaan massakranten en industrialisa琀椀e- kinderarbeid, weinig betaald, slechte woonsitua琀椀e.

* + Boeken, genre was heel veel gepubliceerd. Bladen die veel gelezen werden (hoge vlucht). Vorm van journalis琀椀ek had succes omdat misstanden werden opgeheven, daardoor minder misstanden over en verdwenen ze.

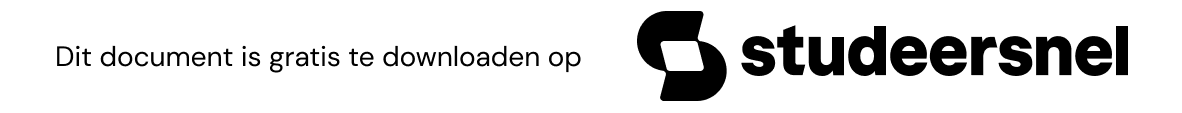
Func琀椀es journalis琀椀ek:

* + Debat, vermaak, informa琀椀e, kri琀椀ek, expressie
  + Agenda func琀椀e: anders dan de anderen, gaat niet over informa琀椀e geven. Lijkt op expressiefunc琀椀e

Agenda se琀ng func琀椀on: zijn media in staat om te bepalen welke onderwerpen voor kiezers van belang zijn.

- 1968

* + Presidentsverkiezing
  + Chapel hill
  + Nieuwsagenda versus kiezersagenda
  + Welke onderwerpen vinden kiezers belangrijk? Welke onderwerpen vinden media belangrijk (en schrijven ze over)?

[](https://www.studeersnel.nl/nl?utm_campaign=shared-document&utm_source=studocu-document&utm_medium=social_sharing&utm_content=inleiding-in-de-journalistiek)Agenda building en agenda se琀ng, en media agenda se琀ng vanuit publiek of vanuit poli琀椀ek. Zie slide voor overzicht.

* + Allerlei invloeden spelen door elkaar. Wat hee昀琀 invloed op wat? Maar e昀昀ecten lopen door elkaar heen. Bijvoorbeeld burgers zeggen wat, media pikt het op en poli琀椀ek zet het op de agenda, of andersom via media.

De昀椀ni琀椀efunc琀椀e: gaat over het idee dat media niet alleen bepalen over welke onderwerpen mensen nadenken, maar ook dat media een maatschappelijk onderwerp kunnen de昀椀niëren. Wat is het maatschappelijke probleem nou echt? Je kan een probleem op meerdere manieren insteken/framen, media spelen daar een rol.

Media zorgen ervoor dat je het nieuws kent. In klassieke journalsi琀椀ek krijgen deze func琀椀e en kri琀椀ekfunc琀椀e veel waarde. Geldt minder voor expressiefunc琀椀e.

Market model:

* + Commercie als drijfveer
  + Doel: winst maken
  + Publiek als consument, iemand waar je geld aan kan verdienen
  + Nieuws als commercieel product. Nieuws is niet goedkoop om te maken
  + Commercieel zodat ze vrij kri琀椀ek kunnen uiten op de overheid, dan wel a昀栀ankelijk van adverteerders (dus ook niet helemaal ona昀栀ankelijk)
  + Clickbait dingen vallen hieronder, mensen naar je toe lokken om geld te verdienen

Spreekbuis model:

* + Media worden gebruikt als spreekbuis voor eigen zuil/religie. Hoe wordt daar tegen publiek aan gekeken?
  + Eigen zuil als drijfveer
  + Doel: educa琀椀e en socialisa琀椀e
  + Publiek als lid van de zuil
  + Nieuws als spreekbuis

Trustee model (mach琀椀ging)- past bij professionele journalis琀椀ek:

* + Democra琀椀e als drijfveer
  + Doel: publieke meningsvorming
  + Publiek als burger
  + Nieuws als democra琀椀sch product
  + Mach琀椀ging: journalist wordt gemach琀椀gd om bepaalde taken te vervullen

Elements of journalism book

1. Journalisms 昀椀rst obliga琀椀on is to the truth
2. Its 昀椀rst loyalty is to ci琀椀zens (gemach琀椀gd door publiek)
3. Its essence is a discipline of veri昀椀ca琀椀on
4. Its prac琀椀琀椀oners must maintain an independence from those they cover
5. It must service as an independent monitor of power
6. It must provide a forum for public cri琀椀cism and compromise (deba琀昀unc琀椀e, journalisten moeten een podium bieden aan kri琀椀sche geluiden).
7. It must strive to keep the signi昀椀cant interes琀椀ng and relevant (journalisten doen het namens het publiek, journalisten moeten hun best doen om belangrijke dingen interessant en begrijpelijk te maken voor publiek)

Publieke of civiele journalis琀椀ek: burger benaderen, moet op andere manier dan door alleen informa琀椀e te geven of misstanden te aankaarten. Civiele journalis琀椀ek bestaat nog steeds, maar is

begonnen in Amerika in de jaren ’90 als kri琀椀ek op des琀椀jds heersende journalis琀椀ek die heel erg gericht was op de poli琀椀ek (vooral verslag doen van deba琀琀en, etc.). niet poli琀椀ci moet agenda bepalen, maar dat moeten de burgers doen. Ze gingen dus niet over deba琀琀en enzo het hebben, maar naar de burgers toe om te vragen wat zij belangrijk vonden. Dus veel meer nadruk op expressiefunc琀椀e, want zij vonden dat informa琀椀efunc琀椀e teveel aandacht krijgt. Met name in Amerika.

Construc琀椀eve journalis琀椀ek: vrij veel zelfde ideeën als civiele journalis琀椀ek, dus verplaatsen naar perspec琀椀ef burger. Maar deze benadering is anders, want meer ontstaan vanuit het idee dat mensen zich niet goed herkennen in het nieuws en vaak het nieuws ook te nega琀椀ef vinden.

* Grondlegger: cathrine gyldensted: from mirrors to movers.
* Niet een visie dat journalis琀椀ek het niet goed doet, wat wel uitgangspunt van civiele was. Meer van: mensen herkennen zich niet in het nieuws, krijgen nega琀椀ef wereldbeeld van nieuws. Vanuit daar nieuws anders bedrijven. Natuurlijk ook slecht nieuws brengen, maar je moet niet alleen de nega琀椀eve dingen benadrukken. Nadenken over oplossingen.

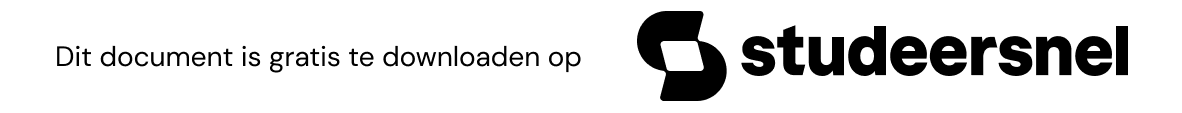
Zie slide verschillen onderzoeks-, nieuws- en construc琀椀eve journalis琀椀ek. Focus gaat over inhoud van het nieuws. Nadruk ligt vaak op drama/con昀氀ict bij breaking news. Vorm van journalis琀椀ek die je veel terugziet bij media, zoals bij de correspondent. Schrijven bijv over klimaat, met niet alleen aandacht op hoe erg het is maar ook wat er gedaan kan worden (lees: ze gebruiken dus construc琀椀eve!!!). hangt af van soort medium welke invulling eraan wordt gegeven.

(1844 gestopt).

# Lecture 7- wie of wat is een journalist?

Het is voor journalisten belangrijk om te kunnen garanderen dat hun bronnen veilig zijn, niet afgeluisterd worden: bronbescherming

* Chilling e昀昀ect

[](https://www.studeersnel.nl/nl?utm_campaign=shared-document&utm_source=studocu-document&utm_medium=social_sharing&utm_content=inleiding-in-de-journalistiek)**Goodwin** **arrest** (1996): evrm (rechten van de mens) > vrijheid van meningsui琀椀ng, chilling e昀昀ect. Bronnen die geheim willen blijven mogen geheim blijven, dus niet meer praten met journalisten uit

angst om bekend gemaakt te worden (anders kunnen journalisten geen misstanden meer blootleggen).

* Bronbescherming voor journalisten
* In goodwill arrest lag al vast dat alle journalisten in Europa recht hebben om hun bron te behouden > in plaats van anders gegijzeld

Minister hirch ballin van jus琀椀琀椀e (2007): bronbescherming in de wet, wordt verschoningsrecht genoemd. Recht om je te verschonen.

Verschoningsrecht

* In NL kun je worden opgeroepen als getuige, je moet dan verplicht komen (verschijningsplicht)
* Antwoordplicht, waarheidsvinding > naar waarheid antwoorden, anders kun je vervolgd worden.

Paar uitzonderingen- verschoningsrecht voor:

* Familie
* Gevaar strafrechtelijke vervolging (dat je zelf stra昀戀are dingen hebt gedaan)
* Enkele beroepen: beroepsgeheim (artsen, advocaten)

Ook een verdachte zelf mag zeggen dat hij geen antwoord gee昀琀. Goldt niet voor journalisten. Hirsch ballin wilde dit dus wel invoeren. Maar: wie is journalist? In principe mag iedereen nieuws publiceren.

Kenmerken van een professie

1. Maatschappelijke dienstverlening: ten goede van welzijn van samenleving. Je zou kunnen zeggen dit is wat journalisten doen (deba琀琀en, misstanden)
2. Gespecialiseerde opleiding: er is heel lang geen journalis琀椀eke opleiding geweest en je hebt geen diploma nodig om in journalis琀椀ek te komen (voldoet niet)
3. Autonomie: zelfstandig en naar eigen inzicht je werk kunnen doen en zelf beslissingen kunnen nemen. Geen verantwoording hoeven af te leggen.
4. Professionele normen: in de journalis琀椀ek heb je dat, bijvoorbeeld codes (wederhoor, 1 bron is geen bron)
5. Persoonlijke verantwoordelijkheid: geldt ook voor journalisten, als je een fout maakt waar mensen nega琀椀eve consequen琀椀es van ondervinden kun je daar verantwoordelijk voor worden gesteld.
6. Zelfregulering door beroepsorganisa琀椀e: stelt professionele normen op en houden dit in de gaten, anders kunnen ze mensen uit het beroep ze琀琀en. Je hebt als journalist dit niet, je hebt geen lijst waar je afgehaald kan worden (dus, niet voldaan?)

Zelfregula琀椀e:

* + Raad voor journalis琀椀ek: neemt klachten in behandeling, kan vragen berichten te rec琀椀昀椀ceren, maar kan geen mensen uit het vak ze琀琀en of het eraf halen. Is een vorm van zelfregulering zonder consequen琀椀es.
  + Gedragscode: code van bordeaux (kortst, 1954), leidraad voor journalis琀椀ek handelen (2007), code voor de journalis琀椀ek (2007). Gaat over vragen als in welk geval moet je aan wederhoor doen, moet je zeggen dat je journalist bent, etc.
  + Redac琀椀ecode (npo)
  + Redac琀椀estatuut
  + Ombudsman of lezersredacteur
  + Lezersbrieven en reac琀椀es: redac琀椀e kiest ervoor om kri琀椀sche geluiden te laten horen- vorm van zelfregulering
  + Rec琀椀昀椀ca琀椀es: publiceren hiervan, maatregelen die journalis琀椀ek zelf tre昀琀 om kwaliteit berichtgeving op peil te houden

Nut van zelfregulering:

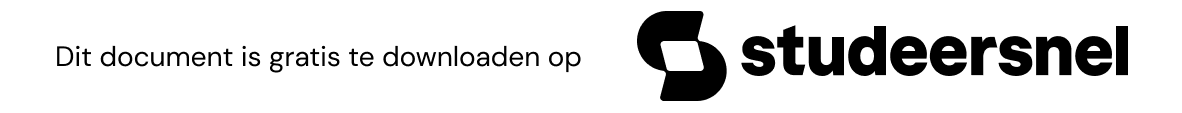
* + Bevorderen maatschappelijk vertrouwen
  + Voorkomen van we琀琀elijke maatregelen: voorkomen dat overheid zich ermee gaat bemoeien; we regelen het zelf wel
  + E昀昀ec琀椀viteit: je kunt beter zelf regels instellen waar alle journalisten het mee eens zijn dan dat een extern bureau regels gaat bedenken
  + Cohesie binnen de beroepsgroep; gaan samen in debat over richtlijnen en of klachten wel of niet terecht zijn

Journalis琀椀ek wordt gezien als semi-professie

Wie is journalist?

* + Boundary work- Gieryn (1983): boundary-work and the demarca琀椀on of science from non- science: strains and interests in professional ideologies of scien琀椀sts
  + Gebruikte het om onderzoek te doen naar wetenschappers. Gaat niet om een formele a昀戀akening, maar hoe praten journalisten over hun eigen vak (wat is kenmerkend voor journalis琀椀ek)

The occupa琀椀onal ideology of journalists: mark deuze (2005): what is journalism? Professional iden琀椀ty and ideology of journalists reconsidered.

1. Public service; komt overeen met kenmerk professies, maatschappelijke func琀椀e, rol binnen maatschappij
2. Objec琀椀viteit; zelfs journalisten die terughoudend zijn daarin zeggen dat je ernaar moet streven, het is al琀椀jd een thema
3. [](https://www.studeersnel.nl/nl?utm_campaign=shared-document&utm_source=studocu-document&utm_medium=social_sharing&utm_content=inleiding-in-de-journalistiek)Autonomie; zelf afwegingen maken, bepalen hoe produc琀椀es worden gemaakt
4. Immediacy; journalisten moeten zo snel mogelijk het nieuws brengen, bezig met de actualiteit en zo snel mogelijk erover publiceren, primeurs zijn belangrijk
5. Ethiek; element dat het vaakst gebruikt wordt om niet-journalisten weg te ze琀琀en. Boundary work houdt namelijk ook in dat er wordt duidelijk gemaakt wat journalis琀椀ek niet is (zie slide gossip reporter)

Hirsch Ballin was vanaf 2007 dus bezig met bronbescherming, maar wie is nou journalist? Is moeilijk te omschrijven. Eerste wetsvoorstel; hee昀琀 hij niet vastgelegd die wel of geen journalist is. Geldt niet alleen voor ‘echt’ maar ook voor amateurs en webloggers.

1. Geen we琀琀elijke omschrijving van de journalist. Je kan je beroepen op bronbescherming als:
2. Openbaarmaking op ruime schaal (iets publiceren, op grote schaal). Je moet dan wel:
3. De beroepsethische normen volgen en kennen (code raad voor journalis琀椀ek, etc.) – maar hoe kan rechter dit controleren?

Uitzonderingen- afwijzen:

* + Voorkomen van stra昀戀are feiten en openbare veiligheid
  + Bescherming volksgezondheid
  + Na琀椀onale veiligheid

Duurde tot 2014 voordat dit wetsvoorstel naar tweede kamer ging, 6 ! jaar later. Toen puntje bij paaltje kwam wilde hele journalis琀椀ek hier niet aan mee werken, want: volgen van beroepsethische normen.

* + Ballin had bedacht dat men zich moesten houden aan die normen en dat genootschap voor hoofdredacteuren dan moest doorgeven aan de rechter of ze een journalist waren; wilden ze niet aan meewerken

In 2018 kwam de wet er wel: inmiddels voorstel van grapperhaus – zie slide voor de昀椀ni琀椀e onder ar琀椀kel 218a- dat op ruime schaal staat er niet in, gaat erom dat je publiceert.

Over de case van yvonne coldewijer: openbaar maken bronnen

* + Zie slides over uitspraak rechter
  + Recht op bronbescherming is erkend, het is niet beperkt tot mediaondernemingen (geldt ook voor individuen).
  + Noemt goodwin arrest
  + De rechter zal je niet snel dwingen om bronnen bekend te maken
  + Rec琀椀昀椀ca琀椀e; belangen afwegen- niet alles wat waar is en klopt mag je publiceren (adres poli琀椀cus)

Er zijn media die willen dat journalist een beschermd beroep wordt, via keurmerk. Maar je loopt dan tegen persvrijheid aan. Poli琀椀ek is terughoudend met eruit ze琀琀en van ongehoord nederland ivm persvrijheid.

Nvj- perskaart: poging om te bepalen wie journalist is. Voorwaarden voor wie journalist is.

# Lecture 8- het journalis琀椀eke streven naar objec琀椀viteit

Een journalist/journalis琀椀ek; gaat vaak om objec琀椀viteit, wordt veel genoemd. Binnen de journalis琀椀eke beroepsideologie komt objec琀椀viteit al琀椀jd naar voren. Niet iedereen is overtuigd dat objec琀椀viteit een haalbaar doel is.

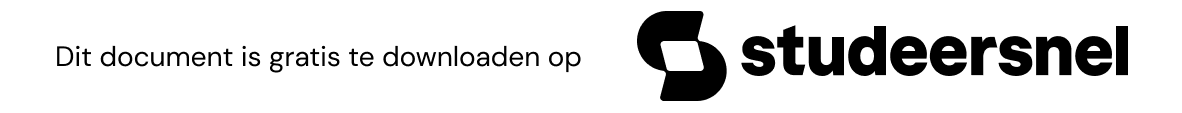
Waarheid in journalis琀椀eke codes:

* + Code van Bordeaux (1954): respect for truth and for the right of the public to truth is the 昀椀rst duty of the journalist. Waarheidsvinding.
  + Kovach & Rosen琀椀el, elements of journalism: journalism’s 昀椀rst obliga琀椀on is the truth
  + Leidraad van de Raad voor de Journalis琀椀ek (2007): journalisten berichten waarheidsgetrouw, controleerbaar en zo volledig mogelijk. Ze vermijden eenzijdige berichtgeving.

Oorsprong journalis琀椀eke objec琀椀viteit:

* + Uitvinding telegraaf > dagelijks krant gemaakt. Fundament gelegd voor objec琀椀viteit. Al die kranten gingen kopijen en berichten en nieuws uitwisselen met elkaar, terwijl kranten heel erg ideologisch gekleurd waren. Neutraal mogelijk schrijven, zodat ze geschikt zijn voor alle kranten. Eigenlijk is objec琀椀viteit een commerciële innova琀椀e geweest.
  + Maar er werd nog niet gesproken over objec琀椀viteit. AFP (1835), Reuters, (1851), AP (1892)
  + Vrijheids van meningsui琀椀ng, persvrijheid, verdwijning dagblad zegel, onderwijs, industriële revolu琀椀e > factoren die ervoor zorgen dat er massa kranten werden gemaakt en meer geld werd verdiend met het uitgeven van kranten.
  + Het idee ontstond ook dat journalis琀椀ek echt een vak is, omdat er grotere oplagen werden gemaakt. Dus omdat er meer geld werd verdiend kwam er professionalisering en werd journalis琀椀ek echt een vak. > hierdoor werden journalis琀椀eke principes ontwikkeld.
  + Van een commercieel principe verder ontwikkeld naar een professioneel principe

C.P. Sco琀琀 (1921): comments is free, but facts are sacred (waarom journalis琀椀ek zo belangrijk is, welke func琀椀e journalis琀椀ek in een samenleving vervuld en welke principes daarbij horen). Belangrijk keerpunt, want voorheen waren kranten gekleurd en stonden vol met commentaren, etc.

[](https://www.studeersnel.nl/nl?utm_campaign=shared-document&utm_source=studocu-document&utm_medium=social_sharing&utm_content=inleiding-in-de-journalistiek)Objec琀椀viteit van journalis琀椀ek: later in Nederland dan in de VS (na 1850). Oorzaak: Nederlandse samenleving was nog lang verzuild > idee van journalis琀椀eke objec琀椀viteit sprak niet aan. In VS was het een heilig principe, maar in NL niet zo (minder rigide door jaren 60 en 70, 琀椀jd van emancipa琀椀e en tegenculturen, dagbladjournalis琀椀ek werd ona昀栀ankelijk van zuilen, maar ook invloed van tv-

journalis琀椀ek). Zorgde voor het idee dat objec琀椀viteit zou handhaven voor status quo, weergeven wat poli琀椀ek belangrijk vindt. Je moet juist perspec琀椀ef van vrouwen/arbeider naar voren laten komen. Qua tv journalis琀椀ek: mensen kwamen op tv, duidende journalisten treden op voorgrond, geven uitleg.

\*\*??\*\*

In de VS kwam new journalism op, ervaring van jounalist voorop, mooi verhaal vertellen. Op literaire manier boeken te schrijven, vanuit persoonlijke beleving. Goed ar琀椀kel= net zo spannend als een roman. Begin een nieuwsbericht met harde feiten.

Wat is objec琀椀viteit?

1. Feiten: vijf w’s en de h. omgekeerde piramide. Bedacht door persbureaus om tot zo neutraal mogelijke berichten te komen. Feitelijke s琀椀jl. Niet perse logisch, omdat kranten eerder gewend waren om op andere manier te schrijven. Voorheen meer chronologische s琀椀jl, met beginpunt van gebeurtenis beginnen (meer verhalend). Nadeel: dan moet je het hele bericht lezen.
2. Afwezige verteller: de feiten spreken voor zich. Voorbeeld nts journaal, was geen presentator. Ook daarna, kwam er wel een verteller maar zonder gezichtsuitdrukking etc dus alsnog niet echt een verteller.
3. Neutrale bewoordingen
4. Balans: hoor en wederhoor
5. Eén bron is geen bron

De eerste drie gaan over de vorm, het journalis琀椀eke product, de laatste twee over de werkwijze. Als derde: de houding, onpar琀椀jdigheid.

Nieuws als descrip琀椀ef discours:

1. Nieuws moet waarheidsgetrouwe afspiegeling zijn van de werkelijkheid
2. De werkelijkheid bestaat uit feiten
3. Doel journalisten: werkelijkheid zo goed mogelijk beschrijven

VB: Zigeuners in Ede

Nieuws als performa琀椀ef discours: ligt niet vast hoe een event is gebeurd, dus journalist is bezig met reconstrueren en hee昀琀 daarvoor bronnen nodig.

1. Nieuws is construc琀椀e van werkelijkheid
2. Feiten zijn menselijke construc琀椀es
3. Doel: publiek overtuigen dat hun versie van de werkelijkheid betrouwbaar is

Tuchman (1972): objec琀椀vity as strategic ritual

 Presenteren van con昀氀icterende mogelijkheden: hoor en wederhoor, he said/she said journalism, bothesidesism (?). als journalist moet je uitzoeken welke waar is.

 Presenteren van ondersteunend bewijs: zoals een bron

 Gebruik van aanhalingstekens: indekken tegen kri琀椀ek

Kri琀椀ek op objec琀椀viteit

* Miskennen complexiteit van de werkelijkheid
* Miskennen invloed subjec琀椀viteit van de verslaggever
* Miskennen invloed prak琀椀sche belemmeringen of werkwijze journalist

Oorzaak= opkomst i-pistemology (h6)> idee dat past bij huidige 琀椀jd, bij idee dat iedereen recht hee昀 琀 op visie, minder geneigd is om ins琀椀tu琀椀es te vertrouwen, daarom ook minder vertrouwen hebben in jounalis琀椀eke objec琀椀viteit.

Betrokken journalis琀椀ek: transparan琀椀e als nieuwe objec琀椀viteit. VB: de correspondent

Transparan琀椀e als de nieuwe objec琀椀viteit (zoals bij de correspondent)

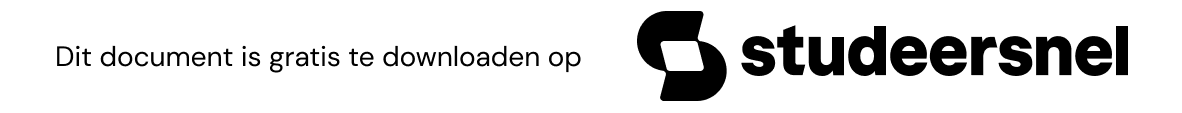
* Journalist aanwezig als verteller (‘ik’)
* Journalist verklaart werkwijze (bronnen, rapporten)
* Journalist neemt standpunt in
* Journalist denkt mee over oplossingen
* Journalist hee昀琀 interac琀椀e met publiek

Objec琀椀eve vs subjec琀椀eve journalis琀椀ek:

* Unifying journalism
* Decentring journalism

Blok 3: de journalis琀椀eke prak琀椀jk

# Lecture x- Het publiek rukt op in de journalis琀椀ek

[](https://www.studeersnel.nl/nl?utm_campaign=shared-document&utm_source=studocu-document&utm_medium=social_sharing&utm_content=inleiding-in-de-journalistiek)Krums foto van Hudson kantelpunt: nieuws kan heel snel verspreiden zonder dat daar een media aan te pas kan komen (o昀琀ewel, publiek kan dingen delen). Was een twi琀琀eraar die dus nieuws deelde en dat ging de hele wereld over. De foto werd ook gepubliceerd door bekende nieuwsmedia, zoals Los Angeles Times. Nieuws= ook dat foto’s van publiek gepubliceerd kan worden door media. Originele foto was ook beetje viezig, media hee昀琀 dat vervaagd zodat de kleuren beter uitkomen. Voordeel voor nieuwsmedia= goedkoper dan foto overnemen van persfotograaf + duurt al琀椀jd even voordat persfotograaf er is.

2006: Time magazine publiceerde verandering, “you”. Roept elk jaar iemand uit als persoon van het jaar, is nu dus you.

Overhyped dotcom web. Beurskoersen internet bedrijven stegen eerst enorm, eind jaren 90 gingen die ineens naar beneden. Geloof in internet verdween. Dan komt the new web > web 2.0. Wat was die verandering? Die eerste versie van web was eigenlijk het oude model zoals we dat van oude media kennen: publica琀椀emodel die mensen kunnen lezen. Web 2.0 hee昀琀 opkomst van interac琀椀eve mogelijkheden. Eigen website verzinnen, etc. Wordt gezien als beginperiode van social media.

 Bloggen, reac琀椀e plaatsen. In deze periode komen blogs op. Alterna琀椀eve stroming naast journalis琀椀ek van mensen die ook wat wilden schrijven.

Bowman en willis (2003): a new media logic

 From a media landscape = closed system

 To a media ecosystem = open system (Kleine organismen, bacteriën, dus veel nauwkeuriger kijken, zit ingewikkelder in elkaar)

Media landschap: Massamediale journalis琀椀ek: monopolie op produc琀椀e- en distribu琀椀emiddelen, eenrich琀椀ngsverkeer, journalis琀椀ek als professioneel domein. Publiek ligt thuis op de bank de krant te lezen, journalis琀椀ek is vrij afgebakende beroep > domein is heel duidelijk herkenbaar. Namelijk mensen die bij media organisa琀椀e werken.

Media ecosysteem: journalisten spelen nog steeds een centrale rol. Daarnaast; niet-journalisten die websites krijgen, communi琀椀es, webfora, nieuwsgroepen.

Jenkins 2016- convergence culture- grote denker over veranderingen media doordat publiek steeds ac琀椀ever kan gaan par琀椀ciperen. Convergence= gaat naar elkaar toe. Publiek bemoeit zich steeds meer met maken van media.

Ithiel de sola Pool 1983- voordat internet mainstream werd en nog geen smartphone was: wees op convergence of mdes en dat grenzen van media zal gaan blurren- wees dus al op die verandering. Voorspelde ook dat er 1 ding komt waar je alle media op kan bekijken, is ook technologische convergen琀椀e en dat hebben we (telefoon).

Dus twee veranderingen; technologische convergen琀椀e en culturele convergen琀椀e (jenkins, rela琀椀e producten en consumenten, mensen gebruiken media op andere manier, minder als passieve consument, meer ac琀椀ef)

Rol journalis琀椀ek verandert:

1. Axel Bruns: gatekeeping vs gatewatching. Journalisten hebben niet meer monopolie op nieuwsselec琀椀e, van gatekeeper naar gatewatcher. Voorbeeld Hudson goed voorbeeld. Niet journalisten beoordeelden of het nieuwswaardig was, maar hele wereld en publiek deed dat. DUS: journalisten niet nodig voor nieuwsselec琀椀e.
2. Van journalis琀椀ek als product naar journalis琀椀ek als proces. Vroeger: hele dag werken aan deadline en aan einde was t af en werd het geproduceerd. Tegenwoordig is het verhaal niet af, want komen reac琀椀es/vragen op. Mensen komen met 琀椀ps, etc. dus het stopt niet. Op internet ook geen deadlines, je moet gewoon zo snel mogelijk publiceren. Vb= liveblogs
3. Inmenging van publiek- jay rosen: the people formerly known as the audience > produsage (produc琀椀on/usage), prosumers (produc琀椀on/consumers) > onderscheid makers en gebruikers vervaagt. Dit wordt de par琀椀cipatory culture genoemd. Goed vb hiervan= wikipedia, iedereen kan meeschrijven. (produsage)

Produsage:

* + Om goed te laten werken heb je veel mensen nodg > een grote gemeenschap van

par琀椀cipanten. Wisdom of the crowds: veel mensen= beste kennis. Wikipedia = gebruik maken van kennis van iedereen.

* + Voortdurende wisseling van rollen tussen produsers > ene moment maker andere moment publiek.
  + Produc琀椀es zijn voortdurend onder ontwikkeling (heb je niet met een papieren encyclopedie, moet worden gedrukt.)
  + Gebaseerd op betrokkenheid in plaats van juridisch eigendom > veel mensen werken eraan mee, dus niet echt een maker en ook geen auteursrecht. Periode waarin wikipedia ontstond kwam ook nieuw soort auteursrecht genaamd crea琀椀ve comments > geen auteursrecht, iedereen mag gebruiken en delen, is van gemeenschap. Vaak wel maker erbij vermelden/ als foto is gewijzigd.

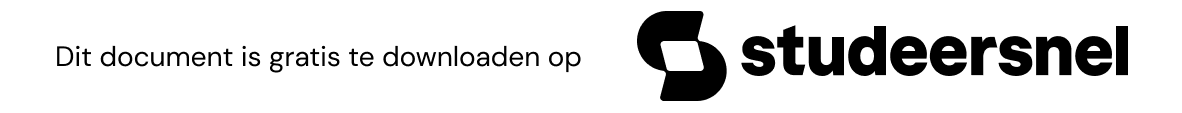
Grass roots repor琀椀ng= burgers doen zelf aan verslaggeving en foto’s publiceren. \*\*waarom?\*\*

Boundary work??\*\*

Paradigm repair: paradigma, alle regels en afspraken en rou琀椀nes die journalisten hanteren bij het maken van produc琀椀es, uitvoeren van werk. …. wordt in het voorbeeld van net (slides, fout over alcohol) niet gedaan. Wat hier gebeurt is paradigma zoals bestaat blij昀琀, wordt niet losgelaten, maar fout wordt gerepareerd door te wijzen op andere dingen die fout gaan.

Produsage in de journalis琀椀ek: burgerjournalis琀椀ek.

Burgerjournalis琀椀ek= burger doet alles, vanaf waarnemen journalis琀椀ek > maken etc.

* + [](https://www.studeersnel.nl/nl?utm_campaign=shared-document&utm_source=studocu-document&utm_medium=social_sharing&utm_content=inleiding-in-de-journalistiek)Terminologie: ci琀椀zen journalism, grassroot journalism (gewone mensen die bezighouden met verslaggeving), liquid journalism, par琀椀cipartoty (par琀椀cipa琀椀eve) journalism (niet verwarren

met par琀椀ciperende, want dat zijn undercover journalisten), interac琀椀ve journalism, collabora琀椀ve journalism

* + Zie slide voor indeling: bovenaan professional journalism, onderaan ci琀椀zen journalism en de rest in midden.

Ci琀椀zen/grassroot journalism

Liquid/par琀椀..: voorbeeld Hudson.

Journalis琀椀eke proces: aantal fases:

* + Access and observa琀椀on
  + Selec琀椀on and 昀椀ltering
  + Process and edi琀椀ng
  + Distribu琀椀on
  + Interpreta琀椀on

# Lecture: Nieuwsjournalis琀椀ek: wat is nieuws en wie bepaalt dat dan? Waarom is nieuwsselec琀椀e relevant?

* + Gatekeeping
  + Nieuwswaarden
  + Mediahype

# Gatekeeping theorie: zij bepalen welk nieuws wordt doorgegeven aan publiek

* + David Manning White (1950): the gatekeeper. Deed onderzoek naar één journalist, noemde dat een case study. Werd Mr Gates genoemd, was wire editor als func琀椀e.
  + Uit wires kwamen persbureaus. Wire editor kreeg persberichten binnen en selecteerde wat er in de krant werd gepubliceerd.
  + Andere namen: wire service, news service, nieuwsdienst, persdienst, etc.
  + Berichten kwamen binnen via een telex. Verschil met fax: met fax alleen van ene telefoonnummer naar andere telefoonnummer. Met telex naar veel meer adressen tegelijk.
  + Vraag in onderzoek: hoe bepaalt hij wat wel of geen nieuws is. “Zou je voor mij kunnen bijhouden welke berichten je wel of niet selecteert + reden”. Nieuwsselec琀椀e bleek heel willekeurig en subjec琀椀ef (niet interessant).
  + Kri琀椀ek: op basis van één persoon, misschien gebruikt een ander wel richtlijnen. Heel kort reden noteren is ook dan gelijk oppervlakkig (niet interessant), terwijl er misschien wel meer achter zit. Generalisa琀椀e niet mogelijk (2). Kan lijken alsof er subjec琀椀eve redenen worden genoemd maar misschien zit er een redac琀椀onele richtlijn achter (2). Mis je dat er misschien een gedeeld referen琀椀ekader van alle journalisten (3).

Andere studie: Breed, W. (1995). Social control in the newsroom: gedeeld referen琀椀ekader, want als je op een redac琀椀e werkt wordt je gesocialiseerd: dat doen we al琀椀jd op deze manier.

Nieuwswaardentheorie

* + Bedacht door Galtung & Ruge (1965): selec琀椀e van buitenlands nieuws. Bepaalde landen komen vaker in het nieuws. Inhoudsanalyse van de krant. Kijken welke nieuwswaardenfactoren daarachter zaten.
  + 12 nieuwswaarden. Kunnen uitleggen wat ze inhouden. Zie slide.
  + Threshold: nieuws hee昀琀 een bepaalde drempel voordat het belangrijk genoeg is. Frequency: als iets op een bepaald moment plaatsvindt kun je er direct over rapporteren, als iets heel lang duurt zoals s琀椀jging vd zeespiegel dan kun je er minder makkelijk over rapporteren.

Nega琀椀vity: nega琀椀ef nieuws eerder dan posi琀椀ef nieuws. Unambiguity: als gebeurtenissen duidelijk zijn wordt het sneller gekozen, makkelijker uit te leggen. Meaningfulness: hoeveel betekenis voor brede publiek. Reference to elite na琀椀ons/persons: bekende landen/personen komen sneller in het nieuws. Consonance: culturele overeenstemming, cultureel gezien op ons zelf lijken= sneller nieuws. Con琀椀nuity: als een onderwerp in het nieuws is, grotere kans dat het vaker in nieuws komt, dus follow-up. Bijvoorbeeld bij een aardbeving. Composi琀椀on: samenstelling nieuws, afgewogen selec琀椀e van onderwerpen. Belangrijk voor NOS journaal.

* + Kri琀椀ek: best vaag, kun je niet echt hard maken. Tevens alleen aandacht voor de vraag of een nieuwsbericht wel of niet nieuws wordt, terwijl ook een belangrijke vraag is hoe zo’n onderwerp nieuws wordt.

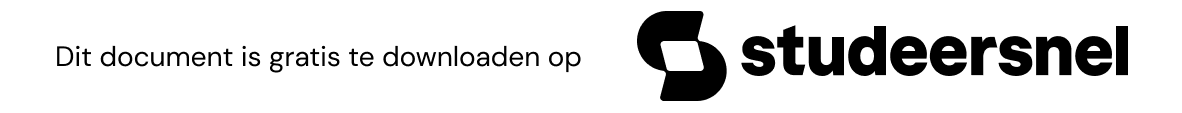
# Nieuwsselec琀椀e online:

* + Geen deadlines, con琀椀nue updates
  + Oneindige ruimte, daardoor ook minder belangrijk nieuws ook plaatsen.
  + Concurren琀椀e
  + Real 琀椀me audience data

Bijna overal online 昀椀rst werken redac琀椀es, dus meteen publiceren als klaar is. Aan eind van de dag wordt gekeken naar de papieren krant.

A/B testen voor koppen: zie slide. Niet iedereen krijgt dezelfde kop te zien, om te testen welke beter werkt. Lage cijfers kliks > weinig 琀椀jd, even vluch琀椀g kijken, alleen “昀昀” op de hoogte blijven.

Andere audience engagement metrics

* + Average session duraiton
  + Bounce rate: 1 ar琀椀kel zien en dan meteen weer weg zijn
  + Average web pages per session
  + Returning visitors
  + [](https://www.studeersnel.nl/nl?utm_campaign=shared-document&utm_source=studocu-document&utm_medium=social_sharing&utm_content=inleiding-in-de-journalistiek)Social media shares (ar琀椀kelen delen)

Botsing tussen trustee model en market model.

* + Trustee: we vertrouwen erop dat je het goed doet. Publiek kent aan journalis琀椀ek een rol toe.

Mach琀椀gings model. Professionele cultuur van journalisten.

* + Market model: inspelen op wat publiek wil? Kan dan doordat je door metrics weet wat publiek wil zien.

In welke mate wordt er ingespeeld op wensen van publiek? Onderwerpen die goed gelezen werden, daar kwamen ook vervolgberichten over > mensen willen er meer over lezen. Naast analyse van berichten ook gesproken met redacteuren (laat je je beïnvloeden?) > we gebruiken ze, maar laten ons niet beïnvloeden. Journalist blij昀琀 poortwachter. Zelfde fenomeen van boundary work: professionele domein a昀戀akenen (eigen professionaliteit benadrukken).

Media hypes

* + Mediahype vs nieuwsgolf: nieuwsgolf= een nieuwsgebeurtenis die in een bepaalde periode heel veel aandacht krijgt, zoals tweede kamer verkiezingen. Mediahype= niet alleen veel aandacht, maar eigelijk teveel aandacht. “Publiceer jij die foto niet dan doen 琀椀en andere media het wel.”
  + Kri琀椀ekpunten media hypes: de hoeveelheid aandacht is buitenpropor琀椀oneel. Media maakt het groter dan het is en er is een mismatch tussen het nieuws en de echte wereld (groter gemaakt). Media creëren nieuws in plaats van verslaan nieuws. Media jagen elkaar op, er wordt steeds meer bij gehaald.
  + Maar: moeilijk te meten of iets groter wordt gemaakt/buitenpropor琀椀oneel vaak wordt gerapporteerd.

Termen in discussie over mediahypes: overdrijven (subjec琀椀ef) en vertekenen (niet kenbaar). Niet wetenschappelijke criteria.

* + Ampli昀椀ca琀椀e: ac琀椀ef op zoek naar nieuwe dingen, dus creëren ipv verslaan
  + Uitvergro琀椀ng

Patroon van mediahypes:

1. Sleutelgebeurtenis: er gebeurt iets, media bericht erover. Vaak losse voorvallen.
2. Nieuwsthema: een bepaald thema verbonden aan dat voorval. Zoals vechtpar琀椀j > zinloos geweld.
3. Lagere nieuwsdrempel: verlagen van drempel, waardoor gelijke voorvallen makkelijker in het nieuws komen (threshold).
4. Feedback loops: aandacht neemt af, als soortgelijk geval voordoet weer dan zie je dat de media ineens weer heel veel publiceren.
5. Interac琀椀eve mediamomenten: momenten dat er over gepraat wordt, zoals talkshows.

Aanjagende rol van media heel belangrijk in het maken van een mediahype!

# Kenmerken mediahype: zie slide

* + Agenderende rol media
  + Oorsprong in één speci昀椀eke gebeurtenis
  + Uitvergro琀椀ng door elkaar versterkende media
  + Media die nieuws maken i.p.v. nieuws verslaan
  + Media s琀椀muleren maatschappelijke reac琀椀es (5e fase)

Lecture….

Laster vs sma (iets met reputa琀椀e…). Iemand kan vrijgesproken worden. Als je dan op het internet staat, dan wordt je daar niet vrolijk van.

Journalis琀椀eke beroeps….: ethiek. Ethiek gaat over moraliteit, afweging van goed en kwaad. Hoe handel je in situa琀椀es? Gaat over bezinning op het juiste handelen en nadenken over morele kwes琀椀es. Het afwegen tussen goed en kwaad.

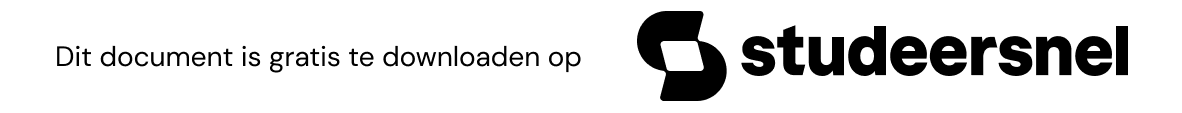
Onderscheid maken tussen waarden, normen en regels. Waarden meest abstract. Zijn de idealen die wij belangrijk vinden. Kansengelijkheid voor kinderen. Normen zijn concreter, nastrevenswaardige grenzen aan handelen. Regels zijn meest concreet, richtlijnen voor correct handelen in concrete situa琀椀es. Voorbeeld: noem alleen ini琀椀alen.

Ethisch dilemma: verschillende keuzes met betrekking tot moraliteit. De keuze kan uitmonden in onwenselijke situa琀椀es en de dilemma bevat al琀椀jd verschillende waarden. (naam publiceren: opsporing vs privacy).

Ethische analyse:

* + Is het te rechtvaardigen om?
  + Welke op琀椀es zijn er?
  + Welke waarden, normen en regels zijn er hier relevant?
  + Beslissing: argumenta琀椀e

Hulpmiddel: journalis琀椀eke codes zoals leidraad raad voor de journalis琀椀ek over privacy- maar: geen vastklaar recept. Komt vaak aan weer op afweging van belangen.

[](https://www.studeersnel.nl/nl?utm_campaign=shared-document&utm_source=studocu-document&utm_medium=social_sharing&utm_content=inleiding-in-de-journalistiek)Kovach en Rosens琀椀el: elements of journalism- volgens hen een afweging van de journalist zelf. Je hebt verantwoordelijkheid om afweging te maken en te uiten naar anderen.

Klachten over journalis琀椀eke publica琀椀es:

1. Rechter: laster en sma (alleen als over jezelf gaat)
2. Raad voor de journalis琀椀ek (ook belanghebbende zijn)
3. Ombudsman van een medium: kan geen straf of boete opleggen, alleen advies geven.

Blok 4: journalis琀椀eke velden Lecture sportjournalis琀椀ek

Le velo> wielerwedstrijden bordeaux naar parijs, 600 km 昀椀etsen. Krant deed het heel goed, 180.000 exemplaren. Concurrent sportkrant = l’ auto.

Kleur shirt= vanwege kleur krant

Tour de france georgansieerd met reden dat een krant ergens over kon schrijven> wedstrijd trok veel lezers. 1928\* verkocht l’ auto 1\* miljoen exemplaren. In 1903 nog 20.000, dus commercieel succes.

Organisa琀椀e ebdacht dat als gene bovenaan klassement zichtbaar zou zijn voor publiek. 1919\* voor eerst uitgerijkt, dus toen tour de france al bezig was. Werd een gele trui vanwege krant.

In italie roze trui, organiserende krant op roze papier gedrukt. Andere krant heel populair om dat ze autorace organiseerden en daar verhalen over schreven.

Commercie: sport= handelswaar, sporters zijn handelswaar , sportjournalsi琀椀ek= handelswaar

* Merchandise, t shirts verkopen, reclame met sporters
* Abonnement op sport magazines, l’ equipe 2e grote van nfrankrijk, 240 duizend oplage

AD: geprobeerd in NL sportkrant uit te brengen, sportwereld PRO genoemd. \*\*\*

Televisie is ook sport als handelswaar. VG= ziggo.

Lang in NL dat betalen voor sport op TV een no-go was. Gra琀椀s sport kon kijken. Publieke omroep, nos, zend not steeds veel sport u琀椀. KNVB had construc琀椀e met grote bedrijven die investeerden in betaalde sport tv (sport 7, jos: we gaan iets nieuws beginnen). Was een 昀椀asco, NL wilden niet betalen. Reden omdat feyenoord en ajax buiten spel bleven en nos om die 琀椀jd nog nieuws uit zond.

Na琀椀onaal media onderzoek: kijkcijfers, weinig/geen sport. Ranglijst zonder sport. Als je sport meetelt dan juist veel sport. Vooral voetnbal.

Steeds meer live, ook minder belangrijke dingen, want zender moet al琀椀jd aanbod hebben. Daarom aanvang wedstrijden gevarieerd, want het moet gevuld zijn.

Steeds meer televisie kanalen

* Gevolgen gedrukte media: als je oude kranten erbij pakt voordat live werd uitgezonden had je echte wedstrijdverslagen. Dat heb je nu niet meer, ander soor琀椀ge ar琀椀kelen, meer analyses met duiding en commentaar. Krant is ook literaire s琀椀jl. Want; tegenwicht moet je bieden tegen live tv.
* Beeldschermjournalis琀椀ek: heel veel verslag van achter beeldscherm.

Sportmedia en commercie zijn dus verstrengeld geraakt.

Image-management

* Sporters
* Clubs
* Sportbonden
* Agenten

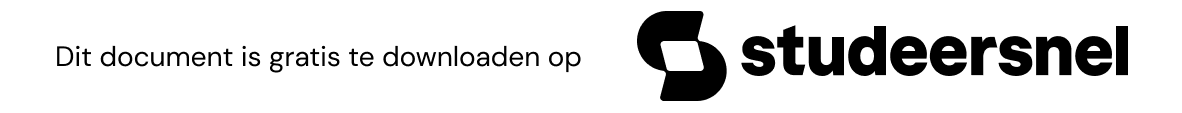
Journalis琀椀ek als promo琀椀e: aandacht, fandom, enthousiasme. Reden waarom media zelf sportmagazines begonnen= dat ze erover konden publiceren. Sporthelden te creeeren waar mensen fan van waren. Manier om sporters te promoten.

1996 ajax 昀椀nale tegen ax milaan champigons league, uitgezonden door nos.

 Moet je geen afstand bewaren als journalist? Vb jack van gelder.

Image-management: journalis琀椀ek als bedreiging.

* Wangedrag
* Doping: vb lance armstrong, nega琀椀eve aandacht
* Rellen; supporters rellen
* Kri琀椀ek over beleid van een club of strategie van een coach oid > boycot door louis van gaal

[](https://www.studeersnel.nl/nl?utm_campaign=shared-document&utm_source=studocu-document&utm_medium=social_sharing&utm_content=inleiding-in-de-journalistiek)Vaak contracten oid dat alleen de wedstrijd zelf mag worden ge昀椀lmd, dus als iemand bijv verongelukt oid mag dat niet > doet af aan beeld van joepie voetbal, etc.

Rol journalist

* Fan of cri琀椀cus?
* Kan琀琀ekening: going na琀椀ve (voordeel alles meemaken van dichtbij, nadeel going na琀椀ve is teveel iden琀椀昀椀ceren met onderzoeksobject, voorbeeld jack van gelder met voetballer op schoot) & access to sources

Hybride sportjournalis琀椀ek (hybride= vermengong van commmercie en journalis琀椀ek)

* Journalis琀椀ek in commercieel decor: sponsoring programma’s, commerci”ele namen teams en sponsordecors. Sponsornamen werden vroeger niet gebruikt, maar aangeluid door ploegleider.
* Toestemming: je kan niet zomaar een sporter interviewen
* Onderhandeling: vaak onderhandelen over praten met bepaalde sporter; waar het interview over gaat bijvoorbeeld.
* Betalen: chequebook journalism- in nederland ongebruikelijk. Geld op tafel leggen om te interviewen.
* Autorisa琀椀e: tekst en koppen- ar琀椀kel ter inzage aan… interview laten lezen aan gene die wordt geinterviewd.
* Fotokeuze
* Redac琀椀e produceert gesponsorde content: bv Sp!ts maakte Rabo-pagina’s- gesponsord door bedrijf. Spits was des琀椀jds gra琀椀s krant die krant betaalde om rabo paginas te maken 琀椀jdens tour de france, je had rabo ploeg.

Sportjournalis琀椀ek= pr

* Eigen verslaggevers: sportclubs die van alles eigen dingen hebben. Veel clubs hebben eigen media afdeling die allemaal mediaproduc琀椀es maken, zoals wedstrijdsamenva琀ngen.
* Eigen fotografen
* Eigen cameraploegen: vb ajax in qatar, alleen eigen ploeg mocht beelden maken
* Eigen interviewers
* Eigen commentatoren

Is sportjournalis琀椀ek journalis琀椀ek?

* Verslaggeving versus onderzoeksjournalis琀椀ek
* Entertainment versus waarheidsvinding

Antwoord: soms ja, soms nee, meer PR voor sportmaker. Hoe昀琀 elkaar niet uit te sluiten. NOS zendt sportwedstrijden uit met enthousiaste jack van gelder, nega琀椀eve kanten worden ook belicht, dus hoe昀琀 niet uit te sluiten.