**Thema 2. Omgaan met media**

**Invloed van de media**

Er bestaan verschillende theorieën over de invloed van de media in de samenleving, waaronder:

- de injectienaaldtheorie;

- de theorie van de selectieve waarneming;

- de agendatheorie.

**Injectienaald\theorie**

Volgens de injectienaaldtheorie hebben de media veel invloed op mensen. De invloed van de media is volgens deze theorie te vergelijken met het geven van een injectie. De media zijn in staat om mensen via 'injecties' bepaalde denkbeelden op te dringen. Volgens de injectienaaldtheorie nemen mensen bepaalde ideeën over als ze maar vaak genoeg met die ideeën worden geconfronteerd.

**Theorie van selectieve waarneming**

Volgens de theorie van de selectieve waarneming is de invloed van de media beperkt. Gebruikers van media nemen alleen standpunten over als deze aansluiten bij hun eigen opvattingen. Media zijn wel in staat bestaande opvattingen te versterken. Wat je al dacht wordt versterkt, omdat je uit de media alleen die argumenten oppikt die jouw mening ondersteunen. Naar meningen die in strijd zijn met je bestaande opvattingen, luister je volgens deze theorie niet of je neemt die argumenten niet serieus.

**Agendatheorie**

Volgens de agendatheorie bepalen de media niet hoe mensen denken, maar over welke onderwerpen ze nadenken en waarover ze met elkaar praten. Doordat de media aandacht aan bepaalde onderwerpen besteden, wordt er over deze onderwerpen op school of op het werk gesproken. Maar het omgekeerde is ook het geval. Media geven aan bepaalde onderwerpen geen aandacht. Deze onderwerpen zijn dan ook geen onderwerp van gesprek in de samenleving.

**Kwaliteit van informatie**

Je komt elke dag in aanraking met grote hoeveelheden informatie. Via massamedia wordt informatie heel snel doorgegeven. Als er aan de andere kant van de wereld iets belangrijks gebeurt, kun je dat binnen enkele seconden te weten komen.

Je moet altijd kritisch om gaan met de informatie die je via de media ontvangt. Je moet op een aantal dingen letten bij het beoordelen van informatie.

- Hoe objectief is de informatie?

- Hoe geloofwaardig is de zender van de informatie?

- Wordt er een bron vermeld?

- Wordt er hoor- en wederhoor toegepast?

- Welk belang heeft de zender van de informatie?

**Subjectief en objectief**

Informatie in de media is gebaseerd op feiten en meningen. Iets is objectief als het gebaseerd is op feiten. Objectieve informatie is informatie die is gebaseerd op feiten: je kunt aantonen dat de boodschap juist is. Iets is subjectief al s het wordt beïnvloed door een mening of een gevoel. Subjectieve informatie bevat een mening. Het kan lastig zijn om erachter te komen of informatie in de massa­media objectief of subjectief is. Soms wordt iets namelijk als feit gepresenteerd, terwijl het eigenlijk een mening is.

**Geloofwaardigheid**

Niet alle zenders van informatie zijn geloofwaardig. Een zender is geloofwaardig als die persoon of organisatie zorgvuldig heeft onderzocht wat er is gebeurd en alle gegevens heeft gecontroleerd. De zender heeft daarbij geprobeerd de informatie zo veel mogelijk op feiten te baseren.

**Bronvermelding**

Een bron is de persoon of de organisatie van wie bepaalde informatie afkomstig is. Anonieme bronnen zijn onbekende bronnen. Deze bronnen kun je niet controleren. je weet niet wie het bericht de wereld in heeft gebracht. Als de bron niet wordt vermeld , kun je vaak niet controleren of de informatie waar is.

**Hoor- en wederhoor**

Hoor- en wederhoor betekent dat de informatie is gecontroleerd en dat verschillende opvattingen naast of tegen over elkaar zijn gezet. De lezer, luisteraar afkijker kan dan zelf bepalen aan welke opvatting hij de meeste waarde hecht.

**Belangen**

De zender van informatie kan belang hebben bij de verspreiding van informatie. De zen der wil dan iets bereiken door de informatie via de massamedia te verspreiden. Je moet kritisch kijken naar het belang dat de zender van de informatie heeft.  
Als een bedrijf bijvoorbeeld een persbericht uitgeeft, zal dit bericht het belang van het bedrijf vertegenwoordigen. Een andere kant van het ver h aal wordt door het bedrijf misschien niet benoemd.

**De risico’s van media**

Het gebruik van massamedia biedt veel voordelen. Maar er zijn ook risico's aan verbonden. Bijna alles wat je op internet doet, wordt opgeslagen en bewaard. Als je op internet surft, laat je sporen na. Foto's of filmpjes die je op internet zet, kunnen jaren later nog worden teruggevonden. Ook wordt alles wat je op internet doet, gevolgd en geregistreerd. Die gegevens zijn heel interessant voor bedrijven. Als ze veel over jou weten, kunnen bedrijven jou heel specifiek benaderen met reclame voor hun producten.

Een andere bedreiging voor de privacy vormt het lP-adres van je computer. Het lP-adres is een digitaal adres van een computer of netwerk. Een IP-adres bevat informatie over waar de computer of het netwerk staat. Het IP-adres wordt doorgegeven bij elke e-mail en bij elk bezoek van een website. Al deze gegevens worden voor zes maanden opgeslagen. Iemand die deze gegevens kan inzien, weet dus welke websites jij hebt bezocht. De politie kan onder bepaalde voorwaarden toegang krijgen tot deze informatie.

Massamedia zijn belangrijke middelen om informatie te verspreiden. Maar via de massamedia kan ook onjuiste informatie gemakkelijk worden verspreid. Niet iedereen kan even goed inschatten of informatie klopt.

Massamedia kunnen ook worden misbruikt om mensen aan te zetten tot crimineel of asociaal gedrag. Via de media kun je snel veel mensen bereiken. Bovendien kun je via veel media redelijk anoniem blijven. Dat maakt de drempellager voor sommige mensen om anderen aan te sporen tot crimineel of asociaal gedrag. Het is bijvoorbeeld veel laagdrempeliger om iemand v ia internet uit te schelden dan op straat.

Massamedia kunnen heel handig zijn om in contact te komen met andere mensen. Dit kan ook een keerzijde hebben. Digitaal pesten komt regelmatig voor. Digitaal pesten gebeurt bijvoorbeeld via chatboxen of internetforums. Voorbeelden van digitaal pesten zijn ongevraagd vreemde foto's van iemand op internet zetten, iemand uitschelden of bedreigen per e-mail of iemand stalken via een sociaal netwerk.

Massamedia kunnen ook gebruikt worden om grote groepen mensen te manipuleren en om propaganda te verspreiden. Manipulatie is het bewust verdraaien of weglaten van bepaalde informatie om een bepaald doel te bereiken. Een ernstige vorm van manipulatie is propaganda. Propaganda is het geven van uitsluitend eenzijdige informatie om aanhangers voor een bepaald standpunt of voor een bepaalde zaak te winnen. Degene die propaganda maakt, wil dat zoveel mogelijk mensen het met zijn standpunt eens zijn. Bepaalde informatie of meningen structureel weglaten of verbieden, noem je censuur. Propaganda en censuur kunnen ervoor zorgen dat grote groepen mensen niet of verkeerd geïnformeerd zijn over belangrijke gebeurtenissen .

**Uitwerking begrippen**

Bron De persoon of organisatie van wie bepaalde informatie afkomstig is.

Censuur De situatie waarbij bepaalde informatie of meningen structureel worden weggelaten of verboden.

Hoor- en Het principe dat een verhaal is gecontroleerd en dat verschillende

Wederhoor meningen naast of tegenover elkaar zijn gezet.

Manipulatie Het bewust verdraaien of weglaten van bepaalde informatie om een

bepaald doel te bereiken.

Objectief Op feiten gebaseerd.

Propaganda Het geven van uitsluitend eenzijdige informatie om aanhangers voor

een bepaald standpunt of bepaalde zaak te winnen.

Subjectief Door je mening of je gevoel beïnvloed.