

Vraag	Antwoord	Scores
-------	----------	--------

Opgave 2 Reorganisatie bij Telegraaf Media Groep

5 maximumscore 2

voorbeeld van een beschrijvende vraag vanuit de vergelijkende benaderingswijze:

- Hoe heeft de oplage van de verschillende Nederlandse dagbladen zich ontwikkeld in de periode van 2000 tot en met 2015? (antwoord: de totale betaalde oplage van de landelijke dagbladen is van 2000 tot en met 2015 gedaald van ongeveer 2.400.000 tot ongeveer 1.400.000)

1

voorbeeld van een verklarende vraag vanuit de sociaal-culturele benaderingswijze:

- Welke culturele/maatschappelijke ontwikkelingen liggen ten grondslag aan de daling van de dagbladenoplagen tussen 2000 en 2015?

1

6 maximumscore 2

voorbeelden van juiste antwoorden (twee van de volgende):

- het behoud van (externe) pluriformiteit in de pers / van pluriformiteit van informatie(voorzieningen)
- het bevorderen van de kwaliteit van de journalistiek
- het bevorderen van de onafhankelijkheid van de journalistiek

per juist antwoord

1

7 maximumscore 1

persconcentratie

Vraag	Antwoord	Scores
-------	----------	--------

8 maximumscore 2

voorbeelden van juiste antwoorden:

- De ontwikkeling in de richting van een informatiemaatschappij heeft door technologische ontwikkelingen geleid tot een grote toename van informatieproductie 1
- Mensen kunnen deze informatie online snel en kosteloos tot zich nemen, bijvoorbeeld via hun mobiele telefoon (zie regels 38-41). Een deel van de consumenten heeft daarom geen behoefte meer aan een dagblad 1

of

- Een informatiemaatschappij wordt gekenmerkt door moderne informatie- en communicatietechnieken / is technologisch hoog ontwikkeld 1
- Doordat mensen de beschikking hebben over moderne informatie- en communicatietechnieken zoals een mobiele telefoon kunnen zij snel en vaak gratis informatie tot zich nemen (zie regels 38-48). Een deel van de consumenten heeft daarom geen behoefte meer aan een dagblad 1

9 maximumscore 4

a

- populaire kranten / massakranten 1

b

- kwaliteitskranten/kaderkranten 1

c

voorbeeld van een juiste uitleg:

- Kwaliteitskranten als de Volkskrant en NRC Handelsblad bieden meer diepgang in hun berichtgeving / meer achtergrondinformatie / meer beleidsinformatie / uitgebreide opiniepagina's dan populaire kranten als De Telegraaf en het Algemeen Dagblad, 1
- waardoor de toegevoegde waarde van de kwaliteitskranten ten opzichte van gratis media – die gedeeltelijk overeenkomen met de inhoud van De Telegraaf / het Algemeen Dagblad – groter is / waardoor het ondanks de beschikbaarheid van gratis media de moeite waard is om voor de Volkskrant en NRC Handelsblad te blijven betalen en deze kranten dus minder lezers verliezen 1

Vraag	Antwoord	Scores
-------	----------	--------

10 maximumscore 2

voorbeelden van juiste antwoorden (twee van de volgende):

- De onderzoeksfunctie wordt minder goed vervuld omdat een regionale krant geen journalisten ingewikkelde dossiers laat uitzoeken zoals de beslissing van een gemeente om een duur theater te laten bouwen (regels 8-22).
- De spreekbuisfunctie wordt minder goed vervuld omdat de regionale kranten voor politieke partijen / politici minder een platform zijn om hun ideeën kenbaar te maken aan de burgers (regels 29-31).
- De agendafunctie wordt minder goed vervuld omdat de (regionale) kranten te weinig berichten over wat er in de gemeenten gebeurt zodat maatschappelijke eisen en wensen niet of te weinig op de politieke agenda komen (regels 27-28).
- De opiniërende functie wordt minder goed vervuld, omdat de lezer in de regionale krant minder diepgravende artikelen vindt over allerlei lokale politieke/maatschappelijke kwesties (regels 8-22 of 23-26) of omdat in de krant minder/geen artikelen staan over onderwerpen met verschillende meningen/visies van politici en burgers (regels 27-31). De regionale kranten dragen daarom minder bij aan het publieke debat.

per juiste functie met juiste uitleg

1

11 maximumscore 2

voorbeeld van een juist antwoord:

- Advertentie-opbrengsten vormen een belangrijk deel van het inkomen van (uitgevers van) dagbladen. Door de ontwikkeling van het nieuwe online videoplatform van Telegraaf VNDG met de adverteerders te delen, hoopt TMG meer advertentie-inkomsten te verwerven 1
- Het gepersonaliseerde aanbod van 'Mijn Telegraaf VNDG' is immers interessant voor adverteerders, omdat zij hun advertenties hierdoor beter kunnen afstemmen op de doelgroep / beter de juiste doelgroep kunnen bereiken met hun advertenties (waardoor de adverteerders meer kunnen verdienen) 1