

Opgave 2 Einde van de papieren krant?

Bij deze opgave horen figuur 1 en tekst 2 uit het bronnenboekje.

Inleiding

De papieren krant heeft het moeilijk: tussen 2010 en 2015 is het bereik van de Nederlandse dagbladen onder alle leeftijdsgroepen gedaald (zie figuur 1). Toch is de papieren krant nog niet dood volgens Peter de Waard, columnist bij *de Volkskrant* (zie tekst 2).

Gebruik figuur 1.

Het afnemende bereik van de Nederlandse dagbladen is een vraagstuk dat geanalyseerd kan worden vanuit de vier benaderingswijzen van het vak maatschappijwetenschappen.

- 1p 8 Formuleer vanuit de veranderende en vergelijkende benaderingswijze een onderzoeksvraag over dit vraagstuk, waarop het antwoord te vinden is in figuur 1.

Kranten kunnen terechtkomen in een zogenaamde neerwaartse oplagespiraal. Dit gebeurt als de oplage van een krant daalt.

- 3p 9 Leg uit in welke **drie** stappen van de neerwaartse oplagespiraal de oplage van een krant nog verder kan verkleinen.

Gebruik tekst 2.

Peter de Waard ziet als gevolg van de explosieve groei van digitale informatie kansen voor de papieren krant.

- 1p 10 Formuleer een onderzoeksvraag over de inhoud van tekst 2 vanuit de sociaal-culturele benaderingswijze, waarop het antwoord te vinden is in tekst 2.

Gebruik tekst 2.

De moderne Nederlandse samenleving kan beschouwd worden als een informatiemaatschappij.

- 2p 11 Welk kenmerk van een informatiemaatschappij herken je in tekst 2? Geef bij je antwoord een citaat met regelnummers uit de tekst.

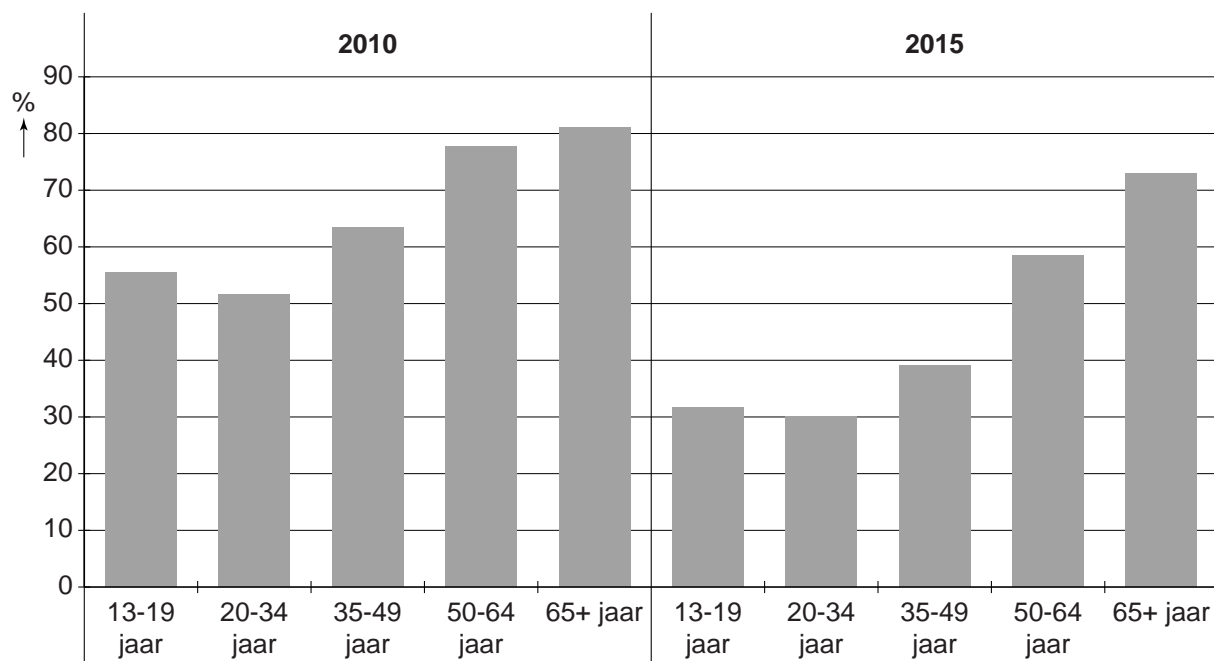
In de moderne samenleving wordt “het nieuws overwoekerd door verzinsels, spoof (nepnieuws), amusement, provocaties en scheldpartijen.” (zie regels 9-12 van tekst 2). Papieren kranten kunnen orde scheppen in deze chaos (zie regels 22-38 van tekst 2) omdat hun journalisten en redacties een aantal journalistieke normen hanteren.

- 2p 12 Leg uit hoe kranten met behulp van journalistieke normen orde kunnen scheppen in deze chaos. Ga in je uitleg uit van twee journalistieke normen.

Opgave 2 Einde van de papieren krant?

figuur 1

Bereik per leeftijd Nederlandse papieren dagbladen in 2010 en in 2015



Toelichting

In alle leeftijdsgroepen daalt het bereik van papieren kranten. In 2010 las 81% van de 65-plussers een krant, in 2015 was dit 73%. De daling is aanzienlijk sterker bij de andere leeftijdsgroepen. Bij de 20 tot en met 34-jarigen ging het bereik van 52 naar 30% in vijf jaar.

bron: www.svdj.nl/de-stand-van-de-nieuwsmedia, uitgave van Stimuleringsfonds voor de Journalistiek (SVDJ), 22 juni 2016

tekst 2**De papieren krant is nog niet dood**

Journalistiek behelst niet alleen relevant nieuws en opinies in een krant te brengen. Het behelst vooral onzin uit de krant te houden.

5 Het scheiden van zin en onzin wordt met de dag belangrijker. En dat biedt kansen voor de papieren krant. Als gevolg van de explosieve groei van digitale informatie wordt het nieuws
10 overwoekerd door verzinsels, spoof (nepnieuws), amusement, provocaties en scheldpartijen. En dat wordt met de dag erger. Niet alleen omdat het world wide web dagelijks
15 uitdijt maar ook omdat op internet steeds scherper aan de wind moet worden gezeild om aandacht van de surfende bezoekers te trekken. Dat betekent nog meer onzin verkopen,

20 nog ongenueanceerder provoceren en nog nodelozer kwetsen.

Hoe groter de chaos op internet, hoe meer kansen voor de papieren kranten. Ze kunnen een gids zijn in
25 een jungle waar niemand meer een weg kan vinden. Papieren kranten kunnen even diep ademhalen voordat achter een hype wordt aangerend. De waarde van de stortvloed aan
30 informatie die met de snelheid van het licht over de wereld wordt geslingerd, kan worden gewikt en gewogen, terwijl er op de sociale media al conclusies uit worden
35 getrokken, analyses van worden gemaakt, schuldigen worden aangewezen en grappen over worden gemaakt.

naar: column van Peter de Waard uit de Volkskrant, 26 november 2015