

Mediabeleid

1. INLEIDING

1.1 Inleiding mediabeleid

1.1.1 Situering van de cursus

1.1.2 Historiek van mediaonderzoek

1.2 Hoofdstuk 1: Why study media policy and regulation?

1.2.1 Inleiding

1.2.2 Waarom mediabeleid en regulering bestuderen?

1.2.3 Actoren in mediabeleid

1.2.4 Waarom reguleren?

1.2.5 Niveaus regulering

1.2.6 Domeinen informatie- en communicatierechten

1.3 Media en publieke sfeer

1.3.1 Aanvullende tekst 1: Tekortkomingen en mogelijkheden van publieke sferen

(1) Conceptualisering 'publieke sfeer'

(2) Europese publieke sfeer: empirische versus normatieve benadering

(3) Europese besluitvorming (*gebrek aan vertrouwen?*)

(4) Digitalisering van publieke sfeer: participatie?

(5) Fragmentering Europese samenleving?

(6) Supra-nationalisme en regionalisering?

(7) Commercialisering: depolitisering van publieke sfeer?

1.3.2 Aanvullende tekst 2: Communicatie deficit?

1.3.3 Aanvullende tekst 3: Onderzoek over berichtgeving eurocrisis

2. RELATIE TUSSEN MEDIA EN DEMOCRATIE

2.1 Vergelijken van mediasystemen (aanvullende tekst 4)

2.2 Hoofdstuk 10: Media en democratie

2.2.1 Wat is democratie?

2.2.2 Relatie tussen media en democratie

(1) Wettelijk en formeel kader vs. informeel en sociaal contract

(2) 4 basisfuncties van media

- 2.2.3 Modellen voor deze relatie
- 2.2.4 Europese geschiedenis (*twee invalshoeken*)
- 2.2.5 Drie dimensies binnen relatie 'media en democratie'
 - (1) Politiek (*aanvullende tekst 6*)
 - (2) Economie (*aanvullende tekst 7: impact concentratie*)
 - (3) Cultuur
- 2.2.6 Politiek, economisch en cultureel kader
- 2.2.7 Complicerende factoren

2.3 Hoofdstuk 4: Media governance – more than a buzzword?

- 2.3.1 Wat is het probleem?
- 2.3.2 Wat is media governance?
- 2.3.3 Overwinning van media governance?
- 2.3.4 Samenvattende kenmerken
- 2.3.5 Democratiserende en participerende media en internet governance
- 2.3.6 Beperkingen van concept media governance
- 2.3.7 Big data governance
- 2.3.8 Aanvullende tekst 8: Media governance in Zuid-Korea

DEEL 3: EUROPEES MEDIABELEID EN -REGULERING

3.1 Hoofdstuk 7: The Europeanization of the European media

- 3.1.1 Ontstaan van de EU in een notendop
- 3.1.2 Historisch overzicht mediabeleid EU
 - (1) Inleiding
 - (2) Van Europese integratie naar Europese communicatie
 - (3) 'Europeanisering' van tv-productie naar productie van audiovisuele media
 - (4) Nieuwe richtlijn: implementatie in Vlaanderen?
 - (5) 'Europeanisering' van de culturele en creatieve sector (*MEDIA-programma, CULTUUR-programma en CROSS-SECTORAAL programma*)
 - (6) 'Europeanisering' van beleid media-eigendom/mediapluralisme
 - (7) 'Europeanisering' beleid digitalisering (*Digital Single Market, aanvullende tekst 10*)

(8) Ondersteunende EU-verdragen binnen mediabeleid (*Verdrag van Maastricht en Verdrag van Amsterdam*)

3.1.3 Conclusies

DEEL 4: RADIO ALS MEDIUM

4.1 Inleiding

4.2 Geschiedenis Europese radio

4.2.1 Fase 1: 1922-1945

4.2.2 Fase 2: 1945-2000

4.2.3 Fase 3: 2000-heden

4.3 Radio weerbaar medium

4.4 Europees radiobeleid

4.5 Radio in Vlaanderen

4.6 Conclusie

DEEL 5: MEDIA ALS INDUSTRIE

5.1 Een voorbeeld: Media ecosystemen in Brussel

5.2 Hoofdstuk 3: Media economics and transformation in a digital Europe

5.2.1 Businessmodellen onder druk

(1) Advertentiemarkt

(2) Nieuw model

5.2.2 Digitale media economieën

5.2.3 Experimenteren met nieuwe businessmodellen

5.2.4 Data-driven businessmodellen

5.2.5 Conclusies

5.3 Hoofdstuk 2: Is content still king?

5.3.1 Inleiding

5.3.2 Setting the scene: Televisieproductie in Europa (*types mediahuizen*)

5.3.3 Huidige uitdagingen in tv-productie?

(1) Financiering en inkomsten televisieproductie: nieuwe opportuniteiten?

(2) Van waardeketen tot waardenetwerk

(3) Nieuwe schermen en platformen: grotere producties, nieuwe inkomsten?

(4) Nieuwe schermen en platformen: meer fragmentatie, minder investeringen?

5.3.4 Beleidsinitiatieven om televisieproductie te promoten

5.3.5 Conclusie en discussie: toekomstperspectieven voor industrie en markt

DEEL 6: PERIKELEN VAN DE NIEUWSSECTOR

6.1 Kranten: Aanpassen en experimenteren

6.1.1 Inleiding

6.1.2 Daling in circulatie en advertentie-inkomsten

6.1.3 Oplossingen voor dalende inkomsten

(1) Concentratie

(2) Experimenteren met gratis dagbladen

(3) Uitbreiding

6.1.4 Subsidies en regulering

6.2 Hoofdstuk 12: Testing the boundaries – evolving norms and troubling trends for journalism

6.2.1 Inleiding

(1) Voorbeeld 1: PR-bronnen

(2) Voorbeeld 2: branded content

(3) Voorbeeld 3: foutief gebruik van burgerbronnen

6.2.2 Mixed media, hybride vormen en sociale contouren van journalistiek

6.2.3 Grenzen van professionalisme

(1) Politiek-economische invloed

(2) Technologische en socio-culturele invloed

6.2.4 Hoe professionele journalistiek beschermen?

6.2.5 Achtergrondpaper: 'Media literacy for all'

6.2.6 Conclusie

6.3 Journalistieke trends

6.3.1 Toekomst van journalistiek aan de hand van 12 stellingen/realiteiten

6.3.2 Case: Innovatiestrategieën New York Times

6.3.3 Case: Eén taal, meer stemmen

6.3.4 Drie fragmenten uit TedxTalks

DEEL 7: PUBLIEKE OMROEPEN IN EUROPA

7.1 Hoofdstuk 6: Public service media in western Europe today – ten countries compared

7.1.1 Inleiding

7.1.2 Theoretisch kader: Wat zijn de uitdagingen van PSM?

7.1.3 Benchmarkstudie

(1) Onderzoeksopzet

(2) Bronnen onderzoek

(3) 6 parameters (*opdracht en organisatie, financiering, aanbod, cross-mediale en digitale diensten, inhoud en publieksbereik*)

7.1.4 Discussie en conclusie

7.2 Case: Naar een nieuwe beheersovereenkomst

7.2.1 Naar een beheersovereenkomst (*onderhandelingsproces met 4 partners*)

7.2.2 Beheersovereenkomst 2021-2025

7.2.3 Transparanter, digitaal, maar met minder centen

7.3 Hoofdstuk 11: Mediadiversiteit en pluriformiteit – hybride regimes in Europa

7.3.1 Problemen en issues

7.3.2 Drie types diversiteitsaanpakken

7.3.3 Definities (*vraag 1*)

7.3.4 Representeren van diversiteit (*vraag 2*)

(1) Personeel

(2) Inhoud

(3) Publiek

(4) Toegankelijkheid

7.3.5 Attitudes van journalisten over diversiteit

7.3.6 Conclusies: Onopgeloste problemen en blijvende discussies

DEEL 8: DE VLAAMSE CASE

8.1 Mediadecreet betreffende radio-omroepen en televisie

8.1.1 Deel 1: Algemene bepalingen en definities

8.1.2 Deel 2: De openbare omroeporganisatie (VRT) van de Vlaamse gemeenschap

8.1.3 Deel 3: Radio-omroep en televisie

8.1.4 Deel 7: De Vlaamse Regulator voor de media

8.2 Econopolis-studie: Leefbaarheid van productie, aggregatie en distributie van audiovisuele content in Vlaanderen

8.3 Het nieuwe tv-kijken (*4 mogelijke toekomstscenario's*)

8.4 Stakeholderbevraging ter voorbereiding van de nieuwe beheersovereenkomst