

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

### Opgave 4 De invloed van tv-reclame

23 B

24 C

25 B

26 **maximumscore 1**

Voorbeeld van een juiste verklaring:

Jetix is een commerciële zender: reclame is de belangrijkste inkomstenbron. / Als Jetix bepaalde reclames gaat weren, dan zullen de inkomsten van de zender dalen.

27 **maximumscore 3**

- Het referentiekader is het geheel van kennis, ervaring, normen en waarden van een persoon

1

Voorbeeld van een juiste uitleg is:

- Het referentiekader van kinderen is anders dan dat van volwassenen. Kinderen hebben minder kennis en ervaring dan volwassenen en nog niet die normen en waarden die volwassenen hebben. Kinderen weten bijvoorbeeld niet of beseffen onvoldoende dat reclame bedoeld is om de verkoop van producten te vergroten en dat snoep ongezond is. Daardoor zijn jonge kinderen gevoeliger voor reclameboodschappen dan volwassenen

2

28 **maximumscore 3**

- de socialiserende functie
- Er is sprake van het overdragen van waarden, opvattingen/houdingen. Kinderen die meer naar reclame kijken, hebben vaker een materialistische levenshouding. Deze kinderen hechten meer waarde aan geld en het kopen van producten (regels 32-37). Dit kan worden opgevat als een voorbeeld van de socialiserende functie

1

2

29 **maximumscore 2**

De cultivatietheorie: volgens deze theorie is de aandacht vooral gericht op effecten die zich voordoen als men vaak naar dezelfde soort van beelden/programma's kijkt. Het beeld dat de televisieprogramma's weergeven komt niet overeen met de werkelijkheid. De kijkers ontwikkelen als het ware een 'vervormd' beeld van de werkelijkheid. / Kijkers die veel kijken naar reclame met rolbevestigende beelden zullen het idee krijgen dat deze rolpatronen zo horen. De kijkers ontwikkelen een verkeerd beeld van de werkelijkheid. De werkelijkheid is echter anders/gedifferentieerder dan de reclame laat zien.

Vraag	Antwoord	Scores
<b>30</b>	<p><b>maximumscore 2</b></p> <p>Voorbeeld van een juist antwoord is:                      Wat kinderen oppikken van de reclame en hoe zijn reclameboodschappen interpreteren (selectieve perceptie), hangt af van de waarden, normen, opvattingen/kennis, (referentiekader) die de kinderen hebben overgenomen van hun ouders en/of sociale omgeving.                      Als die stereotiepe beelden van mannen en vrouwen in de reclame niet overeenkomen met waarden, normen, ervaring van de kinderen die naar reclame kijken dan hebben die boodschappen/beelden weinig of geen waarde/betekenis voor deze kinderen.</p>	
<b>31</b>	<p><b>maximumscore 1</b></p> <p>Voorbeelden van juiste antwoorden zijn (één van de volgende):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– de vrije markteconomie (economische vrijheid)</li> <li>– eigen verantwoordelijkheid van instellingen</li> <li>– grote terughoudendheid om op dit terrein bevoegdheden te geven aan de overheid</li> </ul>	
<b>32</b>	<p><b>maximumscore 2</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marktsegmentering is het verschijnsel dat aanbieders zich richten op een specifieke doelgroep, die slechts een deel (segment) is van de hele markt</li> <li>• De zender Jetix richt zich speciaal op kinderen</li> </ul>	<p>1</p> <p>1</p>
<b>33</b>	<p><b>maximumscore 2</b></p> <p>Voorbeelden van juiste argumenten van voorstanders van commerciële zenders zijn (twee van de volgende):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– Het programma-aanbod van commerciële zenders is afgestemd op de behoeften van de markt / Commerciële zenders zenden programma's uit waar veel mensen naar willen kijken (luisteren).</li> <li>– Er is meer differentiatie in het aanbod van zenders en programma's / Er zijn meer keuzemogelijkheden voor het publiek gekomen.</li> <li>– De bedrijven / De adverteerders hebben door de komst van commerciële zenders meer mogelijkheden gekregen om reclame te maken voor hun producten.</li> <li>– De aanwezigheid van commerciële zenders kost de overheid / de belastingbetaler geen geld.</li> <li>– Er zijn meer financiële mogelijkheden om Nederlandse programma's te maken.</li> </ul>	
	<p>per juist argument</p>	<p>1</p>

Vraag	Antwoord	Scores
<b>34</b>	<b>maximumscore 2</b> Voorbeelden van juiste argumenten van critici van commerciële zenders zijn (twee van de volgende): <ul style="list-style-type: none"><li>– verschraving van het programma-aanbod: relatief veel verstrooiing en oppervlakkige programma's</li><li>– kleine maatschappelijke groepen / etnische minderheden krijgen weinig aandacht in televisieprogramma's</li><li>– Er zijn minder of geen diepgaande programma's of programma's over 'moeilijke' onderwerpen.</li><li>– Media dienen een belangrijke informerende functie te hebben zoals educatie / het signaleren van misstanden in de samenleving / spreekbuis voor burgers en groeperingen / betekenis van betrouwbare informatie voor de politieke besluitvorming/voor de democratie. Deze functie wordt niet of minder vervuld door commerciële zenders.</li><li>– storende onderbreking van programma's door reclame</li></ul>	1