

Analyse maatschappelijk vraagstuk: Energiedrankjes

Bij de beantwoording van de vragen 32 tot en met 41 maak je gebruik van de teksten 1 tot en met 3, de afbeelding en de tabel in het bronnenboekje.

Inleiding

Energiedrankjes zoals die van Monster Energy, Red Bull en Burn zijn populair onder jongeren.

Steeds vaker wordt erop gewezen dat energiedrankjes schadelijk zijn als je er te veel van drinkt. Er zijn zelfs plannen om energiedrankjes te verbieden voor jongeren.

Daarmee wordt de overmatige consumptie van energiedrankjes door jongeren een maatschappelijk vraagstuk.

Lees tekst 1.

- 4p 32 Een maatschappelijk vraagstuk heeft een aantal kenmerken. Een kenmerk is dat het vraagstuk aandacht krijgt van de media. Een ander kenmerk is dat er sprake moet zijn van een situatie die veel mensen onwenselijk vinden.
- Noem de **twee andere** kenmerken van een maatschappelijk vraagstuk die in tekst 1 te herkennen zijn.
 - Geef voor elk kenmerk aan hoe dit kenmerk in tekst 1 te herkennen is.
- Doe het zo: neem het onderstaande over en vul het antwoord aan.*
- Kenmerk 1: ... , want in de tekst staat
- Kenmerk 2: ... , want in de tekst staat

Zie tekst 1.

- 2p 33 Paul Blokhuis was staatssecretaris van Volksgezondheid namens de ChristenUnie.
- De ChristenUnie behoort tot de christendemocratische stroming.
- Welk uitgangspunt van de christendemocratische stroming is te herkennen in tekst 1?
 - Citeer een zin waarin dit uitgangspunt te herkennen is.
- Doe het zo: neem het onderstaande over en vul het antwoord aan.*
- uitgangspunt: ...
- citaat: ...

Zie tekst 1.

- 2p 34 De kinderartsen van de Nederlandse Vereniging voor Kindergeneeskunde (NVK) vormen een belangengroep. Via de NVK zetten de kinderartsen machtsmiddelen in om hun doel(en) te bereiken.
- Eén zo'n machtsmiddel is toegang hebben tot politici.
- Noem een **ander** machtsmiddel dat de kinderartsen inzetten in tekst 1.
 - Citeer een zin uit tekst 1 waarin dat machtsmiddel te herkennen is.
- Doe het zo: neem het onderstaande over en vul het antwoord aan.*
- machtsmiddel: ...
- citaat: ...

Lees tekst 2.

- 1p 35 Hoe probeert Foodwatch invloed uit te oefenen op de politiek in tekst 2?
Foodwatch
- A helpt bij de uitvoering van het besluit om de leeftijdsgrens voor de verkoop te verhogen naar 18 jaar.
 - B overlegt met beleidsambtenaren wat de beste aanpak is van de overmatige consumptie van energiedrankjes.
 - C probeert het vraagstuk van de overmatige consumptie van energiedrankjes op de politieke agenda te krijgen.

Zie tekst 2.

- 2p 36 → Noem een belang dat supermarkten hebben bij de verkoop van energiedrankjes.
→ Noem een norm die Foodwatch wil bereiken.
Doe het zo: neem het onderstaande over en vul het antwoord aan.
Een belang van supermarkten: ...
Een norm die Foodwatch wil bereiken: ...

Zie afbeelding 1.

- 2p 37 De media kunnen verschillende functies voor samenleving en individu hebben. Eén zo'n functie is de meningsvormende functie.
→ Noem **twee andere** functies van de media voor samenleving en individu die afbeelding 1 kan hebben en leg uit waarom.
Doe het zo: neem het onderstaande over en vul het antwoord aan.
Functie 1: ... , omdat: ...
Functie 2: ... , omdat: ...

Zie tabel 1.

- 1p 38 Onderzoekers hebben jongeren gevraagd naar de reden waarom ze energiedrankjes drinken. In tabel 1 staan vijf redenen (a tot en met e) die de jongeren noemen.
Aan welke reden kun je zien dat socialisatie een reden is voor jongeren om energiedrankjes te drinken?
- A reden a
 - B reden b
 - C reden c
 - D reden d
 - E reden e

Let op: de laatste vragen van dit examen staan op de volgende pagina.

Lees tekst 3.

- 1p 39 Vanuit welke invalshoek wordt er naar de overmatige consumptie van energiedrankjes gekeken in de eerste alinea van tekst 3?
- A de politiek-juridische invalshoek
 - B de sociaal-culturele invalshoek
 - C de sociaaleconomische invalshoek
 - D de veranderings- en vergelijkende invalshoek

Zie tekst 3.

- 2p 40 Er zijn verschillende theorieën over de beïnvloeding van mensen door media, zoals:

- 1 de agendatheorie
- 2 de framingtheorie
- 3 de injectienaaldtheorie
- 4 de theorie van selectieve perceptie

Hieronder staan twee manieren waarop reclame over energiedrankjes invloed zou kunnen hebben op mensen.

- a Reclames over energiedrankjes spreken veel jongeren aan, omdat de boodschap in de reclames aansluit bij hun referentiekader.
 - b Red Bull brengt hun energiedrank in verband met een sportieve en gewaagde levensstijl, met als mogelijk gevolg dat consumenten dit verband ook gaan leggen.
- Bij welke theorie past de eerste manier van beïnvloeding (a) en bij welke theorie past de tweede manier van beïnvloeding (b)?

Doe het zo: neem het onderstaande over en vul het antwoord aan.

a past bij theorie: ...

b past bij theorie: ...

- 2p 41 Om de mogelijk schadelijke effecten van overmatige consumptie van energiedrankjes tegen te gaan, kan de overheid de verkoop van energiedrankjes aan jongeren verbieden.

→ Vind jij het verbieden van de verkoop van energiedrankjes aan jongeren een goede oplossing?

→ Beargumenteer jouw mening.

→ Noem de waarde achter jouw argument.

Doe het zo: neem één van de onderstaande mogelijkheden over en vul het antwoord aan.

Ja, er moet in Nederland wel zo'n verbod komen.

Mijn argument om de verkoop te verbieden, is ...

De waarde die bij mijn argument past is ...

of

Nee, er moet in Nederland niet zo'n verbod komen.

Mijn argument om de verkoop niet te verbieden, is ...

De waarde die bij mijn argument past is ...

Bronvermelding

Een opsomming van de in dit examen gebruikte bronnen, zoals teksten en afbeeldingen, is te vinden in het bij dit examen behorende correctievoorschrift.