

Tekst 1

Oorden van illusies

- 1 „Kijk, daar zie je een geweven vogelnest”, zegt Jan Welles. Tussen het junglegroen hangt een ingenieus gefabriceerd nest in de vorm van een zak patat. „Het is de eerste keer in Nederland dat de orpendola, de wevervogel, zoiets in gevangenschap doet.” Welles is ranger, boswachter, in Discovery Dome van Center Parcs Heijderbos, een nagebouwd oerwoud in het Noord-Limburgse Heijen. Onder een doorzichtige koepel van vijftien meter hoogte vliegen de roodsnaveltoekan, de zwarte dwergneushoornvogel, de witkopbuulbuul en tientallen andere vogels. Prevosteechhoorns, leguanen en stekelstaartagamen bewegen zich tussen 8351 tropische planten en bomen. Ergens in het woud bevindt zich ook de grootste bloem ter wereld, de Amorsophalis, die één keer in de 35 jaar bloeit. Naar verwachting zal het Center Parcs-exemplaar over vijf of zes jaar tot bloei komen. Center Parcs moet vooruit. Het bedrijf bouwde behalve Discovery Dome ook Montana Snowcenter, waar men het hele jaar kan skiën en snowboarden. Binnenkort volgt Discovery Bay, een 'verlaten baai' waar een piratenschip is aangespoeld.
- 2 Nep is in opmars. Steeds vaker brengen mensen hun vrije tijd door in een kunstmatige, nagebouwde omgeving. Een jungle in Limburg, een VOC-schip¹⁾ in Lelystad en Disneyland in Parijs. Ook in de horeca ruikt de themaformule op. In Planet Hollywood in Amsterdam kun je een hamburger eten in een decor van filmsterren; het Harley Davidson Café sluit aan bij de motorromantiek. Ook grote merken hebben zichzelf tot thema verheven. In New York en andere grote steden hebben ze enorme warenhuizen geopend, zoals Niketown, een kruising tussen een schoenenwinkel, een pretpark en een sportmuseum.
- 3 „De themasaus is zo aantrekkelijk doordat je op een heel mooie manier verschillende elementen kunt koppelen”, zegt Paul Sikkema, marktonderzoeker bij bureau InterView. In Discovery Dome spelen kinderen in het riviertje, terwijl hun ouders bier drinken op het tropisch terras. Tegelijkertijd is er ruimte voor informatie: de rangers vertellen over de flora en fauna in de koepel. In de Verenigde Staten hebben al veel winkelcentra hun eigen thema. „In Nederland staat het thematiseren nog in de kinderschoenen”, zegt Sikkema. Hij verwacht de komende jaren ook hier een sterke opmars van de themaformule.
- 4 Moderne mensen beschouwen zichzelf als super-individualistisch. Merkwaardig genoeg laten zij zich willoos sturen door slimme verkooptrucs. Niet voor niets is *Titanic* een van de meest bezochte films aller tijden. Heeft er ooit een gekunstelder optreden bestaan dan dat van de Spice Girls? De consument verliest door het overdadige aanbod van attracties en vermaak het overzicht en kiest voor groot en bekend. „Net als grote merken bieden trends en thema's houvast”, zegt Paul Sikkema.
- 5 De opmars van de nep weerspiegelt de 'verzachting' van de economie. Tot in de jaren zestig produceerde de industrie apparaten waar mensen met smart op zaten te wachten, zoals een auto, een kopieerapparaat of een wasautomaat. Nu de 'harde' materiële behoeften bevredigd zijn, richt de aandacht zich steeds meer op 'zachte' waren: dromen, illusies en vooral ervaringen. We hebben alles al en nu willen we iets meemaken. Slimme reclamejongens spelen daar op allerlei manieren op in.
- 6 „Discovery Dome van Center Parcs moet al je verwachtingen overtreffen”, zegt manager Monique Dekking. In boeken over marketing wordt serieus gesproken over *mood management*, het bewerken van de stemming van de consument. Center Parcs praat met sociologen, psychologen en marktonderzoekers over de gemoedstoestand van zijn gasten. Met grote precisie probeert het bedrijf hun stemming te beïnvloeden. „Als ze aankomen, staat er al een muziekgroepje te spelen. Dat zorgt al voor een hele omschakeling: ha, lekker, ik ben er een paar dagen uit”, zegt Paul Geraerds, algemeen manager van park Heijderbos.
- 7 Ook de nieuwste opvoedkundige inzichten worden verwerkt in de opzet van Center Parcs. Monique Dekking legt dat uit: „We willen onze kinderen weerbaar en zelfstandig maken. Tegelijkertijd vinden we het moeilijk om ze los te laten en zijn we bang dat hun iets overkomt.” Daarom introduceert Center Parcs binnenkort de Super Choice-formule. Kinderen mogen ondermeer bergbeklimmen, dragonboot-racen en abseilen, vlotten bouwen en circus spelen. Onder begeleiding van instructeurs: avontuurlijk en toch veilig.
- 8 In Discovery Dome wordt een zonderling spel met echt en nep gespeeld. De marktonderzoekers van Center Parcs proberen in te spelen op de behoefte aan echt bij de gasten. Maar hoe echt kan een overdekt oerwoud in een Limburgs vakantiepark zijn? Bomen en planten zijn geïmporteerd uit tropische gebieden. Helaas komen er ook tropische luizen mee. Omdat de jungle een kinderspeelplaats is, zijn chemische bestrijdingsmiddelen taboe. Nederlandse insecten eten echter geen tropische luizen. Daarom importeert Center Parcs sluipwespen uit Tsjaad. Mieren worden weer bestreden met schimmels uit Ivoorkust.
- 9 Ondanks dit streven naar echtheid kan de jungle niet zonder speciale effecten. Bovenin de Dome hangen luidsprekers, waaruit voortdurend oerwoudmuziek klinkt: zachtjes brullende leeuwen en omfloerst krijsende apen. In de koepel regent het vaak, net als in een echt oerwoud. Voordat de regen uit de sproeiers komt, gaan de apen harder krijsen en knallen de donderslagen uit de luidsprekers.
- 10 „Wat is namaak? Mensen beschouwen Disneyland in Parijs bijvoorbeeld niet als namaak. Ze vinden het niet vreemd om daar in een western-bar te zitten”, zegt marktonderzoeker Paul Sikkema. „Waarschijnlijk zullen in Europa een paar plaatsen als Disneyland ontstaan. Enorm grote parken waar je echt geweest moet zijn. Nu al kan vrijwel geen ouder nog om Disneyland Parijs heen; het lijkt inmiddels een 'verplicht' onderdeel van de opvoeding te zijn geworden. Voorlopig vinden de meeste mensen Disneyland prachtig, ook al moeten ze uren in de rij staan en is alles voorgekookt. We vinden het nu eenmaal leuk om op een geoorloofde manier weer even kind te zijn.”

naar: Peter Giesen

uit: de Volkskrant, 21 april 1998

noot 1

Het schip in Lelystad is een nagebouwd handelsschip uit de 17de eeuw (de Gouden Eeuw).

■ Tekst 1 Oorden van illusies

- 1p **1 ■** Hoe wordt de tekst in alinea 1 ingeleid?
Door
A de aanleiding te noemen voor het schrijven van de tekst.
B een belangrijke deskundige voor te stellen.
C een voorbeeld te geven bij het centrale onderwerp van de tekst.
D vooraf een korte samenvatting van de tekst te geven.
- 1p **2 □** Citeer een zin uit alinea 5 waarin de oorzaak wordt genoemd van de 'verzachting' van de economie.
- 1p **3 ■** Wat is het verband tussen alinea 6 en 7?
A Alinea 6 en 7 vormen een opsomming.
B Alinea 6 en 7 vormen een tegenstelling.
C In alinea 6 staan oorzaken voor het gevolg in alinea 7.
D In alinea 6 staat een bewering en in 7 een bijbehorend voorbeeld.
- 1p **4 ■** Hoe sluit de tekst met alinea 10 af?
In alinea 10 wordt vooral
A een advies uitgebracht.
B een nieuw gezichtspunt toegevoegd.
C een oplossing aangedragen.
D een samenvatting gegeven.
- Na de inleiding kunnen we de tekst verdelen in 5 stukken.
1 Aantrekkelijkheid van nagemaakte omgevingen.
2 Verschuiving van behoeften: fantasie en nieuwe belevingen.
3 Slimme beïnvloeding van de bezoekers.
4 Verrassend mengsel van echt en namaak.
5 Houding van het publiek.
- 1p **5 ■** Bij welke alinea begint deel 2 *Verschuiving van behoeften: fantasie en nieuwe belevingen*?
A Alinea 3.
B Alinea 4.
C Alinea 5.
D Alinea 6.
- 1p **6 ■** Bij welke alinea begint deel 3 *Slimme beïnvloeding van de bezoekers*?
A Alinea 4.
B Alinea 5.
C Alinea 6.
D Alinea 7.
- 1p **7 ■** Bij welke alinea begint deel 4 *Verrassend mengsel van echt en namaak*?
A Alinea 6.
B Alinea 7.
C Alinea 8.
D Alinea 9.
- 1p **8 ■** Bij welke alinea begint deel 5 *Houding van het publiek*?
A Alinea 7.
B Alinea 8.
C Alinea 9.
D Alinea 10.

- De titel van de tekst luidt *Oorden van illusies*.
- 1p **9** ■ Wat bedoelt de schrijver met deze titel?
- A Fantasieën die door reclamemensen zijn opgeroepen.
 - B Grote uitgaanscentra waar kinderen en volwassenen hun gang kunnen gaan.
 - C Plaatsen waar echt en namaak onopvallend in elkaar overgaan.
 - D Pretparken waar je je fantasie kunt uitleven.
- 1p **10** ■ Welke zin geeft de hoofdgedachte van de tekst *Oorden van illusies* het beste weer?
- A Moderne mensen ervaren de nieuwste projecten waarbij handig wordt ingespeeld op de behoefte aan dromen, illusies en nieuwe ervaringen, niet als namaak.
 - B Moderne mensen zijn wel erg individualistisch ingesteld, maar laten zich toch beïnvloeden door grote bedrijven en bekende merken.
 - C Ondernemingen maken gebruik van onderzoek en wetenschap om de gemoedstoestand van hun klanten te beïnvloeden.
 - D Ondernemingen spelen met succes in op de behoeften van mensen aan dromen, illusies en nieuwe ervaringen, waarbij nep en echt soms op zonderlinge wijze worden gecombineerd.

Een schrijver van een artikel kan gebruikmaken van:

- 1 feiten;
- 2 een eigen mening;
- 3 meningen van anderen.

- 1p **11** ■ De schrijver van dit artikel maakt gebruik van:
- A 1 en 2.
 - B 1 en 3.
 - C 2 en 3.
 - D 1, 2 en 3.

Een schrijver kan verschillende schrijfdoelen hebben.

Hij wil bijvoorbeeld:

- 1 informeren;
- 2 overtuigen;
- 3 amuseren;
- 4 tot handelen aansporen.

- 1p **12** ■ Wat wil de schrijver met deze tekst?
- A Alleen 1.
 - B Alleen 2.
 - C 1 en 3.
 - D 2 en 4.

Tekst 2

Overleven of surviven

- 1 **N**ederland geldt in het buitenland als een min of meer Engelstalig land. In een Amerikaans reclamehandboek raadt de auteur reclamebureaus aan om campagnes in Nederland in het Engels te voeren, omdat iedereen Engels zou verstaan. Afrikaanse voetballers zijn verbaasd als pas na aankomst in ons land blijkt dat er hier een andere taal wordt gesproken dan Engels. Spreekt de Nederlandse multinational Philips de eigen landgenoten niet toe met „Philips invents for you” en „Let’s make things better”?
- 2 In Nederland verengelsen de scholen, de universiteiten en het bedrijfsleven. Er zijn al middelbare scholen die op volledig Engelstalig onderwijs zijn overgegaan. „We kweken hier de wereldburger”, zegt de verantwoordelijke ‘manager’ van de Amsterdamse Berlageschool. Ook in Nederlandse ziekenhuizen, vooral in de Randstad, rukt het Engels op. Spreekuren spelen zich in het Engels af, omdat óf de patiënt óf de arts niet de moeite heeft genomen Nederlands te leren.
- 3 De huidige Nederlandse gewoonte om het Engels te omarmen staat natuurlijk niet op zichzelf. Het Engels is over de hele wereld aan het worden wat het Latijn en later het Frans in Europa waren: de taal van de militaire winnaar, die vervolgens de taal van de economische en zo ook van de culturele macht werd. De invloed van de Amerikaanse economie, muziek, film, tv, technologie, eetcultuur, kleding, ja zelfs van de Amerikaanse wetenschap, de politiek en de filosofie, is overweldigend. Nergens op het Europese vasteland is die invloed zo groot als in Nederland. De Nederlandse uitverkoop is ‘sale’ geworden en cafés hebben een bordje met ‘closed’ dan wel ‘we’re open’ aan de deur hangen.
- 4 Ex-minister Ritzen, die in 1989 half Europa verbijs-terde met zijn voornemen om de Nederlandse universiteiten te verengelsen, schrijft in het blad *Taalschrift*, dat de gretigheid van Nederlanders om Engels te gebruiken verband houdt met „het vermogen van Nederlanders om snel een andere taal te leren”. In een later gedane uitspraak heeft hij zijn mening bijgesteld: „De moderne talen goed leren en respect hebben voor je eigen taal is de beste houding.”
- 5 De aardrijkskundige Jacob Vossestein schreef een boekje voor buitenlanders die met Nederlanders te maken hebben. Hij verklaart – en hij is niet de enige – de Nederlandse gretigheid om Engels te spreken uit de „traditionele Nederlandse openheid voor alles wat buitenlands is” en uit „het bijna ontbreken van een nationaal gevoel en een gebrek aan trots op de eigen taal”. En dat alles heeft dan weer te maken met de traditie van Holland als handelsland: al eeuwen verdienen we een groot deel van ons inkomen buiten de grenzen.
- 6 De hedendaagse Nederlander blijkt het gebruik van Engels vlot, jong, deskundig en internationaal te vinden. Het steeds sneller oprukken van het Engels dateert eigenlijk pas van de jaren zestig. Met behulp van Radio Veronica fungeerde Nederland als het belangrijkste Europese bruggenhoofd voor de oprukkende Engelstalige popcultuur. Omdat we films en tv-series niet voorzagen
- van Nederlandstalige stemmen maar van ondertitels, fungeerden de bioscoop en de huiskamer tevens als cursuslokaal Engels. Op de basisschool wordt al Engels onderwezen en op de Nederlandse universiteiten moet iedereen die serieus genomen wil worden, publiceren in het Engels.
- 7 Volgens Steven de Foer, Nederlands correspondent van de Vlaamse krant *De Standaard*, gaat de Nederlander, in tegenstelling tot de Vlaming, achteloos met zijn taal om. De Nederlander heeft al meer dan vier eeuwen geen moeite hoeven doen om in eigen land zijn eigen taal te spreken en te schrijven. Nederlanders hebben geen taalstrijd hoeven voeren tegen het Frans. Daarom zijn ze nu niet gewapend tegen het Engels.
- 8 In Nederland zijn de reclamemakers de meest fanatieke aanhangers van het gebruik van het Engels. Alsof het vanzelfsprekend is, kiest de reclamewereld voor Engels. Het is immers goedkoper. Je kunt Engelstalige campagnes immers zowel in Nederland als in andere landen gebruiken. Bovendien denken ze dat het gebruik van Engels goed is voor het imago, de uitstraling en de afzet van het aangeprezen product, ook als dat oer-Hollands van aard is.
- 9 De Nijmeegse studente Inge Gijsbers ging samen met haar docente Marinel Gerritsen op onderzoek uit. Ze bekeken 128 reclamespots die eind 1996 op de Nederlandse televisie werden uitgezonden. Een derde van de spots bleek gedeeltelijk in het Engels. Twee waren zelfs volledig Engelstalig. Zij toonden jongere (15-18 jaar) en oudere (50-57 jaar) Nederlanders de Engelstalige spotjes. Het oordeel van beide groepen was niet erg positief, hoewel jongeren iets milder waren. Een belangrijk deel van de televisiekijkers bleek de in het Engels gestelde reclame helemaal niet te begrijpen – ook als ze zelf dachten dat dat wél het geval was. Alleen de hoog opgeleide jongeren hadden weinig moeite met het Engels. Volgens de onderzoekers is het nog maar de vraag of het zo goed is voor het imago van het product als dat in het Engels wordt aangeprezen. „De verengelsing is nog niet zo ver voortgeschreden als de reclamemakers aannemen”, concludeerden Gerritsen en Gijsbers.
- 10 Hier en daar is de voorliefde voor het Engels aan het bekoelen. Op de universiteiten is er een voorzichtige discussie gaande of colleges in het Engels wel verstandig zijn, nu gebleken is dat de kennisoverdracht daardoor hapert. Het dagblad *De Telegraaf* kreeg ‘honderden reacties’ nadat het blad het verengelsen van het Nederlands aan de kaak had gesteld. Bij Europese vergaderingen drukken Nederlandse ministers en ambtenaren zich steeds vaker uit in het Nederlands, dat daarna door een tolk wordt vertaald. Tot voor kort nam men genoegen met een discussie in het Engels.
- 11 En zelfs de oud-hoogleraar in de Nederlandse letterkunde Hans van den Berg, die de verengelsing allerminst als een bedreiging ziet, plaatst nog wel een kanttekening bij de gretigheid waarmee Nederlanders zich wentelen in het Engels en het Amerikaans. „Pas op, we zijn een beetje wegwerperig met onszelf.”

naar: Syp Wynia

uit: Elsevier, 18 april 1998

Tekst 2 Overleven of surviven

De tekst *Overleven of surviven* kan als volgt onderverdeeld worden:

1 De populariteit van het Engels in Nederland.

2 Verklaringen voor de populariteit van het Engels.

3 Engels, goed voor de verkoop.

4 Verengelsing in reclame onderzocht.

5 Vraagtekens bij het gebruik van het Engels.

- 1p **13** ■ Met welke alinea begint deel 3 *Engels, goed voor de verkoop*?
- A Alinea 5.
 - B Alinea 6.
 - C Alinea 7.
 - D Alinea 8.
- 1p **14** ■ Met welke alinea begint deel 4 *Verengelsing in reclame onderzocht*?
- A Alinea 6.
 - B Alinea 7.
 - C Alinea 8.
 - D Alinea 9.
- 1p **15** ■ Met welke alinea begint deel 5 *Vraagtekens bij het gebruik van het Engels*?
- A Alinea 8.
 - B Alinea 9.
 - C Alinea 10.
 - D Alinea 11.
- 2p **16** □ Nederlanders hebben het Engels omarmd. (zie alinea 3)
Zeg met eigen woorden op welke manier Radio Veronica (zie alinea 6) daarbij een belangrijke rol heeft gespeeld.
Gebruik maximaal 15 woorden.
- 1p **17** ■ Wat is het verband tussen alinea 8 en 9?
- A In alinea 9 staat een conclusie bij alinea 8.
 - B In alinea 9 staat een verklaring voor het gestelde in alinea 8.
 - C In alinea 9 staat nadere uitleg van alinea 8.
 - D In alinea 9 wordt het gestelde in alinea 8 in twijfel getrokken.
- 1p **18** ■ Wat is het verband tussen alinea 10 en 11?
- A In alinea 11 staat een oordeel over het gestelde in alinea 10.
 - B In alinea 11 wordt het gevolg van alinea 10 genoemd.
 - C Ze vormen samen een opsomming.
 - D Ze vormen samen een tegenstelling.
- 1p **19** ■ Wat is de functie van alinea 1?
In alinea 1
- A worden enkele opvallende uitspraken gedaan over het centrale thema.
 - B wordt de aandacht getrokken door een pakkend verhaaltje.
 - C wordt een samenvatting vooraf gegeven.
 - D wordt een voor de tekst belangrijke vraag gesteld.
- 1p **20** ■ Wat is de functie van alinea 11?
In alinea 11 wordt
- A een conclusie getrokken.
 - B een toekomstverwachting uitgesproken.
 - C een vraag gesteld.
 - D een waarschuwing gegeven.

- 1p **21** ■ Wat is de hoofdgedachte van deze tekst?
- A** De populariteit van het Engels, die al dateert van de jaren zestig, is vooral zo gegroeid, doordat het zo goed is voor het imago van een product of voor het onderstrepen van het belang van een bepaalde gebeurtenis.
 - B** Het Nederlands wordt vooral in de reclame- en zakenwereld, maar ook in het hoger onderwijs, vaak vervangen door het Engels, maar er zijn tekenen dat het gebruik van het Nederlands terrein terugwint.
 - C** In het voortgezet en hoger onderwijs, maar ook in de reclame- en zakenwereld wordt al snel voor het Engels gekozen in plaats van voor het Nederlands, omdat de Nederlander gemakkelijk talen leert en door de handel zo op het buitenland gericht is.
 - D** Twee Nijmeegse onderzoekers van reclamespots op tv hebben vastgesteld dat het gebruik van het Engels niet zonder meer goed is voor het imago van een product en dat veel gewone Nederlanders het gebruikte Engels niet begrepen.

Een schrijver kan gebruikmaken van:

1 feiten;

2 een eigen mening;

3 meningen van anderen.

- 1p **22** ■ Waarvan maakt de schrijver in deze tekst gebruik?
- A** 1 en 2.
 - B** 1 en 3.
 - C** 2 en 3.
 - D** 1, 2 en 3.
- 1p **23** ■ Wat is het schrijfdoel van de auteur van deze tekst?
- De auteur wil vooral:
- A** amuseren.
 - B** informeren.
 - C** overtuigen.
 - D** tot handelen aansporen.

Tekst 3



Wat je ook zoekt, zoek ook even naar het Milieukeur.

Als je op zoek bent naar een product, let dan ook even op het Milieukeur. Dan weet je zeker dat je iets koopt wat beter is voor het milieu. Bijvoorbeeld omdat er minder energie verbruikt wordt of omdat bij de productie minder schadelijke stoffen vrijkomen. Het Milieukeur staat nog niet op alle producten, maar het worden er wel steeds meer. Wil je weten welke, bel dan met Stichting Milieukeur 070 - 358 63 00.



██ Tekst 3 Advertentie 'Milieukeur'

Een afbeelding in een folder of in een advertentie kan verschillende functies hebben.

1 De afbeelding dient om aandacht te trekken.

2 De afbeelding is nodig om de tekst te kunnen begrijpen.

3 De afbeelding voegt inhoudelijk iets nieuws toe aan de tekst.

- 1p **24** ■ Welke functie(s) heeft de afbeelding in deze advertentie?
- A Alleen 1.
 - B Alleen 2.
 - C Alleen 3.
 - D 1 en 2.
 - E 1 en 3.
 - F 2 en 3.

In tekst 3 staat als afbeelding: een verzameling voorwerpen.

- 1p **25** ■ Welke kant van het *Milieukeur* brengt deze afbeelding vooral tot uitdrukking?
Het feit dat het Milieukeur
- A alleen op dagelijkse gebruiksartikelen slaat.
 - B bedoeld is voor artikelen van natuurlijk materiaal.
 - C op veel verschillende voorwerpen kan staan.
 - D vooral bij luxe artikelen past.

Tekst 4

Lachen is heilzaam

1 Sommigen kirren als houtduiven, wanneer ze lachen, of als verliefde tortelduiven. Anderen roepen als een bosuil, een kalkoen of een pauw, of sissen als ganzen. Er zijn er die hinniken als een paard, 5 keffen als een hond, knorren als een varken en zich bij het lachen lijken te verslikken. Weer anderen maken het geluid van een slecht geoliede wagen, zo leert een oud en geleerd geschrift over de lach. 6 Hihihi, hahaha of hohoho, al het gelach is al een 10 keertje door artsen en geleerden onderzocht, zelfs de gelijkenis tussen lachen en huilen.

2 Een in het lichaam onstuitbaar zwellende en uit de diepte van de onderbuik opborrelende lach verfrist de geest, geneest zieken en troost zwaarmoedigen. 15 Lachen is een wonder. Welk mechanisme zet onze heupen, mond, aders, ogen en gelaatstrekken in beweging? Komt het uit het hart of uit het middenrif? Regelen koude of warme levenssappen de volle, de schalkse, de triomfantelijke of de ingehouden lach? 20 Het geheim van de lach, bewees onlangs het wetenschappelijke tijdschrift *Nature*, zetelt op een plekje van twee bij twee centimeter op de menselijke linker frontale hersenlob. We worden op dat plekje, net als bij een ziekte of een griepje, door het lachen overrompeld. 25

3 Johan Verberckmoes is docent aan de universiteit van Leuven en beschreef in zijn boek *Schertsen, schimpen en schateren* de geschiedenis van het lachen in de Zuidelijke Nederlanden. De historicus 30 Verberckmoes, die oude teksten over de lach heeft bestudeerd, komt in oude teksten over lachen steeds weer de opvatting tegen dat de lach de lacher niet toebehoort, maar dat die hem overvalt en overmeestert. Aan den lijve voelt de lacher dat de lach hem 35 een kort moment van glorie bezorgt. Het kriebelt in de buik. Maar het ontredert hem of haar ook. Want het lichaam beslist in feite over 'de passie' van het lachen, wanneer en hoe er gelachen wordt. „De grote zelfstandigheid van het lachen als lichamelijk gebaar 40 is een van de weinige vaststellingen waarover bijna iedereen die over het lachen heeft nagedacht, het eens is.” De lach is heer en meester. 8

4 Verberckmoes, lid van het nieuwe gilde van de lach, beweert: „Onder historici was lachen en humor 45 lange tijd ook een nauwelijks verkend studieonderwerp. Intussen is er een flinke verandering gaande. Het lachwekkende is bijna onuitputtelijk. Er ligt voor historici een indrukwekkende hoeveelheid aan humoristische gegevens zomaar voor het grijpen: vermakelijke kluchten en fabels, geleerde teksten, etiquetteboeken met adviezen 'hoe te lachen', moppenboeken en tientallen handgeschreven collecties van grappen. 50

5 De lach heeft geschiedenis. Het moet bij wijze van spreken mogelijk zijn om, wanneer je alle in het verleden geproduceerde grappen en lachjes telt, het klimaat van de humor in een of ander land te peilen en zelfs een afwisseling van vrolijke en droefgeestige tijdvakken vast te stellen. Humor zegt natuurlijk iets over de tijdgeest. Grappen zijn wél vaak zeer tijdgebonden. Zo luidde twee jaar geleden een van de stel- 60

lingen tijdens een Rotterdams congres over humor in de geschiedenis: „Een van de meest teleurstellende resultaten van het nieuwe onderzoek naar humor is wel dat de meeste grappen uit de Oudheid of de 65 Gouden Eeuw absoluut niet leuk zijn. De schuine moppen uit die tijd klinken naar huidige maatstaven buitengewoon melig en oubollig.”

6 Nederlanders gelden bij uitstek als een humorloos volk. Vroeger schoten mensen in de lach wanneer ze 70 een dwerg zagen of een bultenaar. Hun gebrek wekte de lachlust op. Gaandeweg echter trad er een verschraling van het lachen op. Grappen over pies, poep of seks waren verkeerd of zondig. Alleen zuinig glimlachen was nog toegestaan. „Lachen mag wel”, zeiden de predikanten en theologen vroeger, „maar met mate. Hoe minder, hoe beter.” „Een van de argumenten daarvoor”, verduidelijkt de Rotterdamse historicus Rudolf Dekker, „is de constatering dat Christus nooit gelachen heeft, omdat daarover niets in de bijbel te vinden is.” Wie op aarde veel lacht, zal schreien in het hiernamaals, meenden de dominees. 80

7 Maar het lachen is ook steeds gezien als een heilzaam medicijn. Volgens de vroeger gangbare mening zwol het hart door het lachen op en werd op die manier nieuw en fris bloed aangemaakt dat vlot door het hele lichaam stroomde. De lach is een medicijn tegen 85 zwaarmoedigheid, een beproefd tegengif tegen zwartgalligheid. Lachen maakt mensen beter. Daarom waren vroeger vette grappen en grollen bij medici, maar ook bij doodgravers, zo populair. Humor verzacht pijnen; grappen verzachten zelfs doodsangsten in de sterfkamer. 90

8 Die oude leer van het heilzaam lachen is gelukkig weer zeer geliefd bij therapeuten, verplegers en manag- 95 ners. Lachen helpt. Steeds meer psychiaters bepleiten het gebruik van humor in de geestelijke gezondheidszorg of bij de bestrijding van stress en conflicten op de werkvloer. Het recept 'ontspannen bulderen vanuit de onderbuik' is populair. Lachen werkt 100 ontspannend en pijnstillend. Het bevordert zelfinzicht, zeggen de psychiaters. De lacher gaat gemakkelijker om met zijn problemen en zorgen. „Lachen is innerlijk joggen”, schreef een Amerikaans uitgever die een aandoening had aan de ruggengraat 105 en daardoor gedeeltelijk verlamd was. Twintig minuten hartelijk lachen stelde hem in staat twee uur zonder pijn te slapen.

9 Dekker: „Lachen werd, kortom, beschouwd als een uitstekend geneesmiddel, en dat wordt de laatste jaren weer ingezien. Medisch onderzoek toont aan dat lachen een gunstige invloed kan hebben op het genezingsproces, en in ziekenhuizen lopen tegenwoordig cliniclowns rond.” Lachen heeft een verzoenende functie. „Samen ergens om lachen is een 110 aanwijzing voor wederzijds begrip”, schrijft Dekker in zijn boek *Lachen in de Gouden Eeuw*. „Managers wordt geleerd dat een grapje op zijn tijd de sfeer op de werkvloer ten goede komt.” Hij adviseert dan ook: „We moeten meer lachen!”

naar: Paul Depondt

uit: de Volkskrant 18 april 1998

Tekst 4 Lachen is heilzaam

- 1p **26** ■ Wat is de functie van de eerste alinea?
- A Een aspect van het centrale onderwerp presenteren.
 - B Met een mening van de auteur het onderwerp introduceren.
 - C Vooraf een mening van deskundigen presenteren.
 - D Vooraf een samenvatting geven.
- 1p **27** ■ Op welke manier sluit alinea 3 aan op alinea 2?
- A Alinea 3 is een bevestiging van wat in alinea 2 is beweerd.
 - B Alinea 3 is een gevolg van alinea 2.
 - C Alinea 3 is een voorbeeld bij alinea 2.
 - D Alinea 3 vormt een tegenstelling met alinea 2.
- 2p **28** □ „De lach is heer en meester.” (regel 42)
Zeg met eigen woorden wat de schrijver, geleet op de informatie in alinea 3, met deze uitspraak bedoelt.
Gebruik maximaal 15 woorden.
- 1p **29** ■ „Intussen is er een flinke verandering gaande.” (regel 46)
Wat bedoelt Verberckmoes met deze uitspraak?
- A De lach is niet langer de baas over de mens.
 - B Er is meer studiemateriaal beschikbaar gekomen.
 - C Grappen uit het verleden worden meestal niet leuk meer gevonden.
 - D Humor en lachen zijn tegenwoordig wel onderwerp van studie.
- „vermakelijke kluchten en fabels, geleerde teksten, etiquetteboeken met adviezen 'hoe te lachen', moppenboeken en tientallen handgeschreven collecties van grappen.”
(regels 49–52)
- 1p **30** ■ Wat illustreert de schrijver met deze opsomming?
- A De lach heeft geschiedenis.
 - B Er is een flinke verandering gaande.
 - C Er zijn veel historische gegevens over humor beschikbaar.
 - D Lachen is al lange tijd een nauwelijks verkend studieonderwerp.
- 1p **31** ■ Op welke manier sluit alinea 8 aan op alinea 7?
- A Alinea 8 is een bevestiging van wat in alinea 7 is beweerd.
 - B Alinea 8 is een gevolg van alinea 7.
 - C Alinea 8 is een voorbeeld bij alinea 7.
 - D Alinea 8 noemt een conclusie uit alinea 7.
- 2p **32** □ Zeg met eigen woorden wat de Amerikaanse uitgever bedoelt met zijn opmerking „Lachen is innerlijk joggen” (regel 103).
Gebruik maximaal 20 woorden.
- 1p **33** ■ Welke van de onderstaande zinnen geeft de hoofdgedachte van deze tekst het beste weer?
- A Het is niet gemakkelijk de grappen uit het verleden op waarde te schatten, omdat ze voor ons nu vaak flauw zijn, maar zeker is dat predikanten in het verleden nauwelijks waardering konden opbrengen voor de humor uit hun tijd.
 - B Lachen is door de eeuwen heen als een bijzonder verschijnsel gezien, dat zowel op afkeuring als op instemming kon rekenen, maar momenteel is men overtuigd van de gunstige uitwerking van de lach op lichaam en geest.
 - C Nu uit medisch onderzoek duidelijk wordt dat het lachen op een klein plekje in de hersenen zetelt, bevreedt het lachen met al zijn bijzonderheden de mensen nog sterker dan vroeger.
 - D Sinds kort hebben historici oog voor de humor uit verschillende tijdperken en met behulp van allerlei documenten proberen ze het gevoel voor humor in die tijdperken te beschrijven.

- 1p **34** ■ Wat is het hoofddoel van de schrijver van deze tekst?
- A Amuseren.
 - B Informeren.
 - C Overtuigen.
 - D Tot handelen aansporen.


De schrijver van een tekst kan gebruikmaken van:

1 feiten;

2 een eigen mening;

3 meningen van anderen.

- 1p **35** ■ Waarvan maakt de schrijver van de tekst *Lachen is heilzaam* gebruik?
- A 1 en 2.
 - B 1 en 3.
 - C 2 en 3.
 - D 1, 2 en 3.

 Tekst 5

Dialectdiscriminatie

- 1 Enkele maanden geleden interviewde NRC Handelsblad een spraaklerares die haar klanten hun accent afleert. „Dialect”, schreef de krant, is voor haar „een tekortkoming in iemands voorkomen, net zoals slechte kleding of vieze nagels. En evenals de laatste twee tekortkomingen, is ook een dialect weg te werken.”
- 2 Dat is een betreurenswaardig standpunt, vindt de taalkundige en leraar Nederlands Aimé van Reydt: „Taal is een deel van iemands persoonlijkheid, dat is niet iets wat je zomaar even aflegt, zoals je je spijkerbroek kunt verwisselen voor jasjes.” Toch zal Van Reydt de laatste zijn om te ontkennen dat een hoorbaar Amsterdamse of Achterhoekse afkomst iemands carrière kan schaden. Hij promoveerde vorig jaar september op een geruchtmakend onderzoek naar het verband tussen dialect en schoolprestaties. Zijn meest opzienbarende conclusie: leerkrachten denken dat dialectsprekende kinderen dommer zijn.
- 3 Die conclusie kwam ook voor de Emmense onderwijzers, docenten en Pabo-studenten uit Van Reydts onderzoek als een schok. Gevraagd of dialectsprekers minder intelligent zijn, had 97 procent van hen geantwoord: nee. Maar hun werkelijke oordeel bleek heel wat minder gunstig.
- 4 Alle genoemde proefpersonen luisterden naar vijf kinderen van twaalf uit Emmen en Alkmaar, die dezelfde tekst voorlasen, sommige in dialect, sommige in standaard-Nederlands. Vervolgens gaven deze proefpersonen de kinderen punten voor intelligentie, zelfvertrouwen, gevoel voor humor, beleefdheid en andere eigenschappen. Wat de onderzochte leerkrachten niet wisten, was dat het eerste kind hetzelfde was als het laatste, een meisje dat zowel Drents als standaardtaal sprak. Toch vond 70 procent haar minder intelligent toen ze dialect sprak.
- 5 Van dergelijke tests met trucjes maken taalkundigen gebruik die het sociale aanzien van allerlei taalvariëaties (meestal de verschillende dialecten, maar ook jongerentaal) onderzoeken. En de uitkomsten zijn altijd hetzelfde: dialectsprekers worden gezien als dommer, onbeschaafder, onbetrouwbaarder en onbeleefder. Hun beste eigenschap zou hun grotere gevoel voor humor zijn.
- 6 Nieuw in het onderzoek van Van Reydt is bovendien het gegeven dat ook leerkrachten discrimineren op dialect. Van Reydt: „Op een beslissend moment in hun onderwijs carrière, bij de overgang naar de middelbare school, zullen dialectsprekende kinderen door hun onderwijzers lager worden ingeschaald. Het gaat daarbij echter alleen om de grensgevallen: als de onderwijzer twijfelt, zal hij bij een kind dat dialect spreekt, voorzichtiger adviseren.”
- 7 Of leerkrachten zelf van huis uit dialect spreken of niet, maakt voor hun vooroordelen niet uit. En ondanks de succesvolle acties voor een speciale status voor de Nedersaksische dialecten en ondanks de populariteit van dialectzangers, blijkt de jongste generatie zelfs sterkere vooroordelen te hebben dan de ouderen. „De Pabo-studenten zijn opgegroeid met het gebruik van dialect in popmuziek zoals bij de band *Normaal* en hebben in hun opleiding lessen over taal en dialect gehad”, zegt Van Reydt. „En tweederde van hen spreekt zelf dialect. Maar ze zoeken toch aansluiting bij de meerderheid, dus bij de sprekers van de standaardtaal. Bovendien werden ze aangesproken als toekomstige onderwijzers en dan blijkt hun mening als leraar zwaarder te wegen dan hun privé-mening.”
- 8 Kinderen die dialect spreken, hebben niet alleen te kampen met de vooroordelen van hun onderwijzers. Leerlingen uit Emmen maken in hun Nederlands hardnekkig fouten als *zij moesten van over ver komen* en *hij heeft er trek aan*. Ze zeggen *omtrekken* en *kopzeer* in plaats van *omkleden* en *hoofdpijn*. Veel van die fouten zijn ook te beluisteren bij kinderen van ouders die standaardtaal spreken: ze leren het op het schoolplein. Van Reydt pleit daarom voor aangepaste lesprogramma's, die kinderen gevoelig maken voor verschillen tussen hun taal en de standaardtaal. Ook de onderwijzers zelf hebben trouwens bijscholing nodig: doordat driekwart van hen uit Emmen en omstreken kwam, zagen ze bij het nakijken van opstellen twee van de vijf door dialect veroorzaakte fouten over het hoofd. Zelf hoorden ze niets vreemds in zinnen als *Waar kom jij weg?* in plaats van *Waar kom jij vandaan?*
- 9 „Ook docenten Nederlands op de middelbare school zouden aandacht moeten besteden aan dialecten”, vindt Van Reydt. „Nu weten veruit de meeste leerlingen niet dat de standaardtaal is ontstaan uit de dialecten; ze denken dat dialect een slecht soort Nederlands is.” Van Reydt: „Het is daarom zo jammer dat de staatssecretaris van onderwijs de plannen heeft afgewezen om taalkunde in te voeren als onderdeel van het eindexamen. En dat terwijl het voorstel echt heel bescheiden was. Net genoeg om de ergste misverstanden uit de weg te ruimen.”

naar: Peter Burger
uit: *Onze Taal*, 1998-1