

Tekst 1 „Dank u wel, alstublieft”

- 1 Waar gebeurt: een man wil bij een loket van de Nederlandse Spoorwegen een NS-jaarkaart van bijna vijfduizend gulden kopen. De man vraagt: „Klopt het dat ik hier niet kan pinnen?” „Inderdaad”, antwoordt de lokettiste opgewekt. „Kunt u me dan vertellen hoe laat de stoomtrein gaat?” vraagt de man geërgerd. Het meisje snapt de vraag niet.
- 2 Een andere situatie. Nog een voorbeeld: een echtpaar zoekt een herenbroek. Op de vraag van de verkoper of hij kan helpen, antwoordt het echtpaar: „Nee dank u, we kijken even.” „Mooie broek, hè”, dringt de verkoper aan, wijzend op de broek die het paar uit het rek heeft gehaald. Het paar antwoordt kortaf ‘ja’ en loopt van hem weg. Hij volgt hen en begint bovendien nu zelf broeken aan te dragen. Eenmaal buiten vraagt het echtpaar zich geërgerd af waarom ze de man niet de wind van voren hebben gegeven. Uit beleefdheid?
- 3 Het is ook nooit goed: te weinig en te veel service, beide situaties irriteren. Als we consumentenonderzoeken, eigen en andermans ervaringen mogen geloven, is het bar slecht gesteld met de Nederlandse service. En we klagen er graag over. Een smeelige anekdote over ‘dat mens van de kassa’ en een verhaal over ‘een zwaar nalatige huisarts’ doen het goed op het werk en tijdens feestjes. Aan kop gaan nog altijd de Spoorwegen. Naast de wachttijden wegens vertragingen, irriteert het uitblijven van informatie over de oorzaak van het oponthoud en een duidelijke oplossing. Komt de volgende trein wel en hoe lang duurt dat nog?
- 4 Ervaringen van buitenlanders in Nederland verfraaien het beeld van de service hier niet. Buitenlanders vinden Nederlandse dienstverleners lui. En onbeleefd. Amerikaanse toeristen weten soms niet wat ze meemaken als ze lunchen op een Amsterdams terras. Met een beetje pech moeten ze een kwartier wachten voor de serveerster tijd heeft, zit er tussen de koffie en het broodje een forse pauze en moeten ze, voordat de koffie mag worden genuttigd, meteen betalen. Ook voor de broodjes.
- 5 De regel ‘de klant is koning’ geldt hier maar tot op zekere hoogte. De gelijkwaardigheid tussen klant en personeel staat voorop. In de Verenigde Staten zal een winkelbediende altijd beleefd blijven, ook tegen een onredelijke klant. In Nederland kan zo’n klant op z’n minst een pittige discussie verwachten en in het ergste geval een scheldkanonnade. Want ook de serviceverlener heeft recht op een mening.
- 6 Al deze ergnissen zeggen echter weinig over wat we dan wél willen. Wat verwacht de klant van winkelpersoneel, de treinconductor, de helpdesk-medewerker en de ober? Over de wenselijkheid van Amerikaanse service, met standaardzinnen als ‘*How are we doing today sir, my name is Bob*’, lopen de meningen uiteen. „Liever oppervlakkige vriendelijkheid dan oprechte onbeschoftheid”, vindt de Europarlementariër Lousewies van der Laan, die veel met een vliegtuig reist. Onbeschoft vindt ze de Nederlandse service overigens zelden, wel informeel en daardoor niet altijd gepast. Rijk van Ark, veelvuldig klant in restaurants, stoort zich wel af en toe aan de houding van personeel: „Soms lijkt het of je blij moet zijn dat je mag gaan zitten. Ik wil niet als overlast worden ervaren.” Toch noemt hij de Amerikaanse service ‘ongeloofwaardig’. Het heeft te weinig te maken met de ‘behandeling op maat’ die hij wenst: „Ik wil dat er rekening met mij wordt gehouden.”
- 7 Ook uit onderzoek blijkt dat de Nederlandse consument niet altijd van nadrukkelijke service is gediend. Maar liefst 24 procent van de winkelende klanten ergert zich aan opdringerig personeel. In kledingwinkels is dit zelfs 36 procent. Het is klacht nummer één. Onder de prettige ervaringen scoort ‘je kunt er rustig rondkijken’ met afstand het hoogst. Toch willen we natuurlijk wel goed geholpen worden. Vriendelijkheid en deskundigheid worden, zo blijkt uit het onderzoek, op prijs gesteld. De consument wil kortom de gulden middenweg: persoonlijke service, maar niet te opdringerig.
- 8 Bedrijven en dienstverleners zijn zich daarvan in toenemende mate bewust. Door verhoogde concurrentie en commercialisering, ook van overheidsdiensten, is service een steeds belangrijker manier om je van de concurrent te onderscheiden. Dus doen bedrijven onderzoek naar klanttevredenheid, sturen winkels hun personeel naar servicetrainingen, stellen sociale diensten nieuwe regels op voor klantvriendelijkheid, plannen leveranciers hun afspraken binnen een vast dagdeel en worden klachten- en informatietelefoonnummers geopend.
- 9 Worden deze inspanningen door de klant beloond? Vaak niet, luidt de mening van de serviceverleners. Een veel gehoorde klacht is dat klanten geen oog hebben voor de belangen van de serviceverlener. Het eettijdschrift *Lekker* noteert als frustratie van restauranteigenaars dat gasten die reserveren, wegblijven zonder af te bellen. De bezorgers van doe-het-zelf keten Gamma moeten bij iedere klant uitleggen dat het fysiek niet mogelijk is om dagelijks bij twintig klanten een kast naar boven te sjuuwen. Sommige klanten vinden dat geen goed excuus.
- 10 Ook onduidelijke informatie van de klant en dubbelzinnige wensen leiden tot irritatie. Ernstiger is het feit dat het gedrag van de klanten van de KLM en de sociale diensten soms zo uit de hand loopt, dat het personeel inmiddels wordt getraind in het omgaan met agressie. Schelden en erger komen regelmatig voor, zelfs in een gewone kledingwinkel.
- 11 De ergernis is dus wederzijds. De verwachtingen en belangen van klant en serviceverlener lopen vaak uiteen. Opvallende overeenkomst is dat vele geïnterviewden verwijzen naar de aloude wens ‘in hun waarde te worden gelaten’. „Het ergste is: niet te worden opgemerkt”, zegt restaurantklant Rijk van Ark. „Het respect moet van beide kanten komen”, zegt de ober. Geen rekening met elkaar houden is voor beide partijen bijklaar de doodsteek voor een prettige samenwerking.

naar: Brenda van Osch
uit: Elsevier, 19 december 1998

■ Tekst 1 „Dank u wel, alstublieft”

- 2p 1 „'Kunt u me dan vertellen hoe laat de stoomtrein gaat?' vraagt de man geërgerd.” (regels 5–7)
1p 1 Waarom gebruikt de man het woord 'stoomtrein'?

Gebruik maximaal 25 woorden.

- 1p 2 ■ Wat is de functie van de eerste twee alinea's van deze tekst?
- A De aanleiding noemen tot het schrijven van deze tekst.
 - B De tekst inleiden met enkele pakkende anekdotes over het onderwerp.
 - C Een samenvatting vooraf geven.
 - D Enkele opvallende details van het probleem de nadruk geven.

Naast de inleiding, alinea 1 en 2, en het slot, alinea 11, kunnen we de tekst verdelen in vier delen.

Deel 1 : alinea 3, 4 en 5.

Deel 2 : alinea 6 en 7.

Deel 3 : alinea 8.

Deel 4 : alinea 9 en 10.

- 1p 3 ■ Welk kopje geeft het beste de inhoud van deel 1, alinea 3, 4 en 5, weer?
- A Behandeling van klanten
 - B Buitenlanders in Nederland
 - C De klant is koning
 - D De Spoorwegen aan kop

- 1p 4 ■ Welk kopje geeft het beste de inhoud van deel 2, alinea 6 en 7, weer?
- A Amerikaanse service ongeloofwaardig
 - B Hou rekening met de klant
 - C Opdringerig personeel
 - D Verwachtingen van klanten

- 1p 5 ■ Welk kopje geeft het beste de inhoud van deel 3, alinea 8, weer?
- A Concurrentie tussen bedrijven
 - B Maatregelen van bedrijven
 - C Training in dienstverlening
 - D Waardering van dienstverlening

De dienstverlening is in Nederland niet altijd perfect, zo blijkt uit alinea 4.

- 1p 6 Geef er een verklaring voor, dat Amerikaanse toeristen die gebrekkige service opvallend vinden. Baseer je antwoord op alinea 5 en 6.

- 1p 7 ■ Wat is het verband tussen alinea 7 en 8?
- A Alinea 7 en 8 vormen een opsomming.
 - B Alinea 7 en 8 vormen een tegenstelling.
 - C Alinea 8 noemt een gevolg van wat er in alinea 7 wordt verteld.
 - D Alinea 8 noemt een voorbeeld bij wat er in alinea 7 wordt verteld.

- 1p 8 ■ Wat is de functie van de laatste alinea van deze tekst?
- A een advies geven
 - B een conclusie geven
 - C een nieuw gegeven toevoegen
 - D een toekomstverwachting geven

- 1p **9** ■ Welke zin geeft de hoofdgedachte van deze tekst het beste weer?
- A Het is voor bedrijven steeds belangrijker om zich op het gebied van de service te onderscheiden van de concurrentie.
 - B In het buitenland zijn dienstverleners soms te vriendelijk voor klanten, in Nederland is vaak het tegendeel het geval.
 - C Om de ergernis over elkaars gedrag weg te nemen zou er meer sprake moeten zijn van wederzijdse erkenning tussen klanten en personeel.
 - D Onduidelijke informatie en dubbelzinnige wensen van klanten leiden tot irritatie bij de serviceverleners.

Een auteur kan gebruikmaken van:

1 feiten;

2 de eigen mening;

3 de mening van anderen.

- 1p **10** ■ Waarvan maakt de schrijfster van deze tekst gebruik?
- A 1 en 2
 - B 1 en 3
 - C 2 en 3
 - D 1, 2 en 3

- 1p **11** ■ Wat is het doel van de schrijfster met deze tekst?
- A amuseren
 - B informeren
 - C overtuigen
 - D tot handelen aansporen

Tekst 2 Halalvoedsel voor de Nederlandse moslim

Slimme supermarkten mikken op een enorme nieuwe afzetmarkt

- 1 Na de Surinaamse *roti*, exotisch fruit en biologisch voedsel experimenteren supermarkten in de grote steden nu met *halal*voedsel: eten dat volgens de wetten van de Koran is bereid. Voor een verantwoord kroketje of saucijzenbroodje zonder varkensvlees kunnen moslims voortaan gewoon in de winkel terecht. Het is een slimme zet van de supermarkten. Met ruim anderhalf miljoen moslims in Nederland boren ze een enorme afzetmarkt aan.
- 2 10 De Konmar in de Megastores, een groot overdekt winkelcentrum in de multiculturele Haagse Schilderswijk, experimenteert sinds een half jaar met voedsel dat volgens de islamitische spijswetten is bereid. Achterin de winkel, naast de flessen cola, zijn 15 een vleesschap, een diepvriesvak en een aantal planken gevuld met een zestigtal verschillende halalproducten. Van vers vlees, broodbeleg, diepgevroren kroketten, frikadellen en saucijzenbroodjes zónder varkensvlees, tot chocolade, koekjes, kruiden en 20 babyvoedsel: de poldermoslim wordt op iets meer dan drie bij drie meter op zijn wenken bediend.
- 3 Naast de Konmar zijn er tientallen supermarkten in Amsterdam, Rotterdam en Den Haag begonnen met de verkoop van voedsel dat volgens islamitische spijswetten is bereid. Dit houdt onder meer in 25 dat 'reine' dieren (dus geen varkens) op rituele wijze moeten worden geslacht en helemaal leeg moeten bloeden voordat het vlees verwerkt kan worden.
- 4 Vooral in wijken met een grote concentratie allochtonen mikken de grote supermarktketens op de 30 tweede en derde generatie moslims. Het is een doelgroep die is opgegroeid met de Nederlandse manier van boodschappen doen, naar gemak zoekt, kritisch is en bovendien veel geld te besteden heeft.
- 5 35 Niet alleen moslims, ook andere groepen tonen belangstelling voor dit voedsel. Neem de Surinaamse bankmedewerker Vinodh Bhageloe. Hij koopt sinds een paar maanden de halal-kipproducten, 'omdat ze onwijs lekker zijn'. Een filetje van de Hollandse slager gaat er bij hem niet meer in. Een bedrijfsleider 40 van een supermarkt in Amsterdam-Buitenveldert is erachter gekomen dat de diepvriesproducten gretig aftrek vinden bij de joodse gemeenschap. En in Rotterdam-Zuid merkt men dat ook Nederlanders belangstellend naar dit voedsel kijken.
- 6 45 Bevorderen de supermarkten op deze manier nu de integratie van allochtonen in de Nederlandse samenleving? Dat zou best wel eens het geval kunnen zijn, maar daar is het de winkeliers natuurlijk 50 niet om te doen. Het is vooral een slimme manier om een doelgroep naar de supermarkt te halen die er anders niet zou komen. Iedereen die een supermarkt binnenloopt, komt er weer uit met dingen die hij niet van plan was te kopen. Kortom, altijd kassa 55 voor de winkel!
- 7 Ed Hendriks, unit-manager versproducten bij een supermarktketen, geeft grif toe dat het commercieel belang voorop staat. „Nederland telt bijna anderhalf miljoen moslims die halalvoedsel gebruiken. Dat is 60 een enorme afzetmarkt. Het was niet meer dan logisch om in gebieden met veel allochtonen te starten met de verkoop van die producten.”
- 8 In de helft van de filialen loopt de verkoop volgens plan. In gebieden waar de omzet tegenvalt, zal het assortiment worden aangepast. Iedereen kan op 65 zijn vingers natellen dat supermarkten in buurten met veel islamitische slagers beter niet met een uitgebreid assortiment vers vlees op de proppen kunnen komen. Moslimconsumenten gaan namelijk liever 70 naar een winkel waar ze er zeker van zijn dat het voedsel halal is. Beter is het om producten in het assortiment op te nemen, zoals broodbeleg en diepvriesproducten, die de concurrent niet aanbiedt.
- 9 Het is voor de supermarkten belangrijk klanten 75 ervan te overtuigen dat het voedsel écht volgens de islamitische wetten is bereid. „Het vertrouwen is het belangrijkste”, beaamt Peter Boogers, bedrijfsleider van een supermarkt in het Haagse Moerwijk. „De 80 consument moet er zeker van zijn dat het voedsel halal is. De leverancier heeft wel een keurmerk, maar dat is niet landelijk erkend. We moeten het dus hebben van mond-tot-mondreclame.”
- 10 Boogers verkoopt de etenswaren sinds vijf weken en mikt daarmee op de groep jonge allochtonen. 85 Hoewel het 'nog niet denderend loopt', is de bedrijfsleider er zeker van dat de nieuwe producten winst gaan opleveren. „Ongeveer zestig procent van onze klanten is allochtoon en er is veel vraag naar deze producten. Wij hebben veel buitenlandse mensen in 90 dienst, van wie een aantal islamitisch is. Dat geeft de klanten vertrouwen in de producten. Ook kunnen deze medewerkers ons bruikbare tips geven.”
- 11 Dat het concept bij de jonge werkende moslim wel aanslaat, is vooral in de avonduren merkbaar. 95 's Avonds is er een ware file van karretjes in de winkel. „Van een uur of vijf tot zeven is het een stormloop van jonge mensen die net van hun werk komen en nog eten willen kopen”, aldus Boogers.
- 12 Bij de meeste supermarkten zijn nog geen exacte 100 verkoopcijfers bekend. Toch gaan de meeste bedrijfsleiders van de supermarkten in de grote steden ervan uit dat halalvoedsel een blijvertje is. Steeds meer kruideniers zullen deze producten in hun assortiment gaan opnemen.
- 13 105 De 24-jarige Haagse Jasmina is in ieder geval blij dat ze nu legale snacks bij de supermarkt kan halen. Regelmatig kocht ze een rundvleeskroket bij de snackbar, maar daar stopte ze mee toen ze van alle kanten hoorde dat het vlees niet op islamitische 110 wijze was bereid. „Ik vond het heel moeilijk om de kroketten te laten liggen. Het werd voor mij tijd dat ze halalvoedsel gingen verkopen. Het smaakt goed en het verschil met een gewone kroket proef je niet. Ik doe hier al mijn boodschappen, omdat ik hier ook 115 andere producten kan krijgen, zoals vleeswaren. Dat ze halalvoedsel in de supermarkt verkopen, vind ik goed. Heel goed zelfs. Nu kunnen wij moslims tenminste ook allemaal meedoen.”

naar: Samar Hadad
uit: Metro, 11 oktober 2000

Tekst 2 Halalvoedsel voor de Nederlandse moslim

1p **12** ■ Op welke wijze tracht de schrijver van het artikel in alinea 1 de aandacht van de lezer te trekken?

De schrijver

- A geeft in alinea 1 aan voor welke groep lezers het artikel bedoeld is.
- B maakt in alinea 1 duidelijk hoe de rest van het artikel is opgebouwd.
- C signaleert in alinea 1 een nieuw verschijnsel.

1p **13** ■ Wat is het verband tussen alinea 1 en 2?

- A Alinea 1 en 2 vormen een tegenstelling.
- B Alinea 1 en 2 vormen samen een opsomming.
- C In alinea 2 staat een voorbeeld bij alinea 1.
- D In alinea 2 wordt een uitspraak uit alinea 1 in twijfel getrokken.

„Met ruim anderhalf miljoen moslims in Nederland boren ze een enorme afzetmarkt aan.”
(regels 8–9)

In het vervolg van het artikel is precies aangegeven welke klanten de supermarkten vooral op het oog hebben.

1p **14** ■ Welke zijn dit?

- A Alle in Nederland wonende allochtonen.
- B Alle mensen die interesse tonen in halalvoedsel.
- C De moslims van de tweede en derde generatie.
- D De werkende jongeren die weinig vrije tijd hebben.

1p **15** ■ Op welke manier sluit alinea 5 aan op alinea 4?

- A Alinea 4 en 5 vormen een tegenstelling.
- B Alinea 4 en 5 vormen samen een opsomming.
- C Alinea 5 geeft voorbeelden bij wat er in alinea 4 staat.
- D Alinea 5 verheldert wat er in alinea 4 staat.

Uit alinea 6 en 7 valt op te maken wat het belangrijkste doel is van de verkoop van halalvoedsel.

2p **16** □ Wat is dit doel?

Gebruik maximaal 15 woorden.

2p **17** □ Op welke wijze probeert de supermarkt van bedrijfsleider Peter Boogers het vertrouwen van zijn islamitische klanten te winnen, gelet op alinea 9 en 10?

Gebruik maximaal 15 woorden.

1p **18** ■ Op welke manier sluit de schrijver de tekst af in alinea 13?

In alinea 13

- A geeft de schrijver de mening van een willekeurige klant weer.
- B geeft de schrijver zijn eigen mening.
- C laat de schrijver een deskundige een nieuw gezichtspunt toevoegen.
- D trekt de schrijver een conclusie.

„Nu kunnen ... allemaal meedoen.” (regels 117–118)

1p **19** ■ Wat bedoelt Jasmina met deze uitspraak?

- A Nu kunnen moslims net als de andere burgers in de supermarkt verantwoord kroketten kopen.
- B Nu kunnen moslims net als de andere burgers profiteren van de goedkope aanbiedingen in supermarkten.
- C Nu kunnen moslims net als de andere burgers voor vrijwel alle levensmiddelen in de supermarkt terecht.
- D Nu mogen moslims net als de andere burgers ook in de avonduren winkelen in de supermarkt.

- 1p **20** ■ Wat is het belangrijkste schrijfdoel van de schrijver van dit artikel?
- A amuseren
 - B informeren
 - C overtuigen
 - D tot handelen aansporen
- 1p **21** ■ Welke zin geeft de hoofdgedachte van het artikel *Halalvoedsel voor de Nederlandse moslim* het beste weer?
- A Door experimenten met halalvoedsel in supermarkten wordt de integratie van allochtonen in Nederland bevorderd.
 - B Door experimenten met halalvoedsel proberen supermarkten in grote steden ook moslims naar hun winkels te halen.
 - C Het is belangrijk dat de supermarkten de moslimconsumenten ervan kunnen overtuigen dat het voedsel echt halal is.
 - D Niet alleen moslims, maar ook andere groepen zijn blij met de experimenten met halalvoedsel in supermarkten.

■ Tekst 3 Waar doen ze 't toch van?



"WAAR DOEN ZE 'T TOCH VAN?"

Deze week is het de week van de bezorger. Dit betekent speciale aandacht voor al die mensen die dagelijks - weer of geen weer - de krant rondbrengen. De Leeuwarder Courant laat deze week niet ongemerkt voorbij gaan en geeft de bezorgers twee dagen dubbel loon. De Leeuwarder Courant is zuinig op haar bezorgers, want zonder bezorgers geen krant in de bus!

BEZORGER WORDEN BIJ DE LEEUWARDER COURANT LIJKT JE DAT WAT?

Je kunt je aanmelden bij de Leeuwarder Courant, tel. (058) 284 56 49 of fax (058) 284 56 59.

**WORD DAGBLADBEZORGER.
WANT GELD MAAKT WÉL GELUKKIG.**

■ Tekst 3 Waar doen ze 't toch van?

Een afbeelding in een advertentie kan verschillende functies hebben.

1 De afbeelding is nodig om de tekst te begrijpen.

2 De afbeelding trekt de aandacht van de lezer.

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

1p **22** ■ Welke functie of functies 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

1p **23** ■ Voor wie is deze advertentie bedoeld?

- A alle lezers van de Leeuwarder Courant
- B mensen die op zoek zijn naar een baantje
- C mensen die zich willen abonneren op de Leeuwarder Courant
- D scholieren

1p **24** ■ Wat is het belangrijkste doel van deze advertentie?

- A amuseren
- B informeren
- C overtuigen
- D tot handelen aansporen

Tekst 4 Onvoltooid puberbrein

- 1 De puberteit staat officieel voor de periode van
 2 lichamelijke geslachtsrijping die bij meisjes rond
 3 het twaalfde en bij jongens rond het dertiende
 4 levensjaar begint. In een tijdsbestek van enkele
 5 jaren ondergaat het lichaam opzienbarende ver-
 6 anderingen die niet zelden gepaard gaan met hef-
 7 tige emoties en verbazingwekkend gedrag. Het
 8 kan niet anders of die veranderingen vinden ook
 9 plaats in het brein van de puber. Wat zich onder
 10 de schedel afspeelt, bleef tot voor kort voor de
 11 meeste wetenschappers een even groot mysterie
 12 als voor veel ouders.
- 13 Enkele hersenonderzoekers hebben onlangs
 14 een tipje van de sluier opgelicht. Zij vonden in de
 15 hersenen van pubers een aantal typische zaken
 16 die erop zouden kunnen wijzen dat het brein in
 17 deze ontwikkelingsfase nog een aantal funda-
 18 mentele veranderingen ondergaat. Die verande-
 19 ringen kunnen een verklaring vormen voor de
 20 heftige emoties en het buitengewone gedrag
 21 waar pubers om bekendstaan.
- 22 In een van de studies werd de ontwikkeling
 23 van de hersenschors van tieners gedurende een
 24 aantal jaren gevolgd. In een andere studie wer-
 25 den de hersenen van een groep pubers verge-
 26 leken met die van een groep twintigers. In beide
 27 onderzoeken vond men dat die delen van de
 28 hersenen die te maken hebben met het ver-
 29 werken van zintuiglijke en motorische informa-
 30 tie, geen veranderingen meer ondergaan. Blijk-
 31 baar is de ontwikkeling van deze hersendelen al
 32 voor de puberteit voltooid.
- 33 Sommige delen van de hersenen vertonen een
 34 groeispurt tussen het tiende en twaalfde levens-
 35 jaar. Bij meisjes begint die groeispurt iets eerder
 36 dan bij jongens. Wat nog meer opvalt, is dat die
 37 hersengebieden tijdens de puberteit weer even
 38 hard krimpen als ze daarvoor zijn uitgedijd.
- 39 Het groeiproces van de hersenen tijdens de pu-
 40 berteit boeit de onderzoekers, omdat in het al-
 41 gemeen wordt aangenomen dat het brein zich
 42 definitief vormt tijdens de vroege ontwikkeling,
 43 dus in de eerste levensjaren. De nieuwe gege-
 44 vens zouden wel eens kunnen aantonen dat som-
 45 mige delen van de hersenen zich pas tijdens de
 46 puberteit definitief ontwikkelen. Voeg daarbij
 47 de wetenschap dat de hersenschors een belangrijke
 48 rol speelt bij de regulering van emoties, dus het
 49 vermogen tot zelfbeheersing, en het verband met
 50 typisch puberaal gedrag is makkelijk gelegd. Hoe-
 51 wel het om minieme veranderingen gaat, noe-
 52 men de onderzoekers Elizabeth Sowell en Jay
 53 Giedd ze toch kenmerkend.
- 54 Breinonderzoeker Michel Hofman van het Neder-
 55 lands Instituut voor Hersenonderzoek (NIH) in
 56 Amsterdam plaatst er kanttekeningen bij: „De
 57 vondst is beslist niet nieuw. Uit onderzoek van her-
 58 senen van overleden kinderen is al langer bekend
 59 dat zich vlak voor het begin van de puberteit
 60 veranderingen voordoen in de hersenen. Ook zijn de
 61 gevonden verschillen in de onderzoeken van Sowell
 62 en Giedd zo gering, dat je er niet zomaar
 63 veranderingen in gedragspatronen uit kunt afleiden.”
- 64 Door betere onderzoeksmethoden van de her-
 65 senen zal in de toekomst het geheim van ontwik-
 66 keling en werking van het brein onthuld worden.
 67 Naar Hofmans overtuiging zal dan blijken dat het
 68 orgaan veranderlijk blijft van de wieg tot het graf,
 69 onder invloed van ontwikkelingen in het lichaam
 70 die het zelf aanstuurt, maar ook van invloeden
 71 van buiten het lichaam.
- 72 Bij de vraag of een puberbrein ‘rijp’ is, volwas-
 73 sen, zoals tot dusver door veel onderzoekers
 74 werd aangenomen, moet Hofman glimlachen:
 75 „Kijk nu eens goed naar zo’n puber. Wat zie je
 76 dan? Dat hij emotioneel nogal onevenwichtig is.
 77 Dat zijn emoties schommelen tussen diep ver-
 78 driet en groot geluk. Dat hij verstandelijk een be-
 79 langrijke ontwikkeling doormaakt en gevoelens
 80 en ervaringen steeds beter leert beheersen.”
- 81 Dat alles wijst erop dat de hersenen tijdens de
 82 puberteit druk bezig zijn goede, sterke ver-
 83 bindingen aan te leggen tussen de emotionele en
 84 de denkende delen van het brein. De interactie
 85 tussen die delen, het uitwisselen van informatie,
 86 wordt verfijnd en versneld. „Als alles goed gaat,
 87 zal dit uitmonden in een goede balans tussen bei-
 88 de delen. Volwassenheid dus”, zegt Hofman.
- 89 Het leren beheersen van emoties wordt in de
 90 moderne pedagogiek gezien als een van de be-
 91 langrijkste opvoedingsdoelen. Kennis over wat er
 92 zich op dit gebied in het brein van een puber af-
 93 speelt en hoe dat proces te beïnvloeden valt, zou
 94 kunnen leiden tot nieuwe opvoedingsmethoden.
 95 Hofman huivert bij de gedachte dat kennis van
 96 het onvoltooid puberbrein reden gaat worden
 97 voor opvoeders om zich intensiever met pubers
 98 te bemoeien.
- 99 Hij adviseert vooral: handen af van het puberge-
 100 drag. Want de vrijheid om zoveel mogelijk emo-
 101 ties en ervaringen op te doen is nu juist waar het
 102 puberbrein behoefte aan heeft. Af en toe een
 103 flink conflict met de opvoeders kan geen kwaad.
 104 Het is goed voor de prikkeloverdracht in de her-
 105 schenschors, waar de zelfbeheersing zetelt. „Geef
 106 rebellie een kans!” roept Hofman. Als ouders de
 107 hersenen per se een handje willen helpen in hun
 108 gezonde ontwikkeling, dan moeten ze dat vooral
 109 doen met het aanbieden van emoties als liefde
 110 en veiligheid. Die zijn immers niet zo makkelijk
 111 elders te vinden, terwijl er in deze roerige periode
 112 wel veel behoefte aan is.
- 113 Twee zaken kunnen voor de gezonde ontwikke-
 114 ling van het puberbrein gevaarlijk zijn: chemische
 115 stoffen en slaapgebrek. De slechte invloed van
 116 veelvuldig en langdurig drugsgebruik laat zich raden.
 117 Te weinig slaap in een periode in het leven waarin
 118 de hersenen zo’n belangrijke ontwikkeling door-
 119 maken, is ook niet goed. Tijdens de slaap gaat het
 120 brein als het ware naar de garage voor een grote
 121 beurt. De opgedane ervaringen worden verwerkt en
 122 opgeslagen. Niet voor niets blijkt uit slaaponderzoek
 123 dat de slaapbehoefte tijdens de puberteit toeneemt.
 124 Er valt een hoop te verwerken. Het doordeweekse
 125 slaapttekort wordt in het weekend ingehaald. Dus
 rustig laten pitten tot diep in de zondagmiddag, die
 puber. Goed voor z’n brein.

naar: José van der Sman
 uit: Elsevier, 20 mei 2000

Tekst 4 Onvoltooid puberbrein

1p **25** ■ Wat is de functie van de eerste alinea?

De schrijfster wil met de eerste alinea het centrale onderwerp inleiden door

- A de aanleiding voor het schrijven van het artikel te noemen.
- B de mening van enkele deskundigen te noemen.
- C een korte omschrijving van het onderwerp te geven.
- D een voorbeeld bij het centrale probleem te geven.

Buiten de inleiding en het slot kunnen we de tekst verdelen in drie delen:

deel 1: alinea 2 tot en met 5;

deel 2: alinea 6 tot en met 9;

deel 3: alinea 10 en 11.

1p **26** ■ Welk kopje geeft het beste de inhoud weer van deel 1?

- A Hersenonderzoek bij pubers
- B Onderzoek groeispuurt hersens
- C Ontwikkeling voltooid
- D Rol van de hersenschors

1p **27** ■ Welk kopje geeft het beste de inhoud weer van deel 2?

- A Continue ontwikkeling
- B Interactie tussen hersendelen
- C Niets nieuws ontdekt
- D Onderzoeksmethoden steeds beter

1p **28** ■ Welk kopje geeft het beste de inhoud weer van deel 3?

- A Afraden van te intensieve bemoeienis
- B Conflicten tussen pubers en ouders
- C Ontbreken van liefde en veiligheid
- D Positieve ontwikkeling?

1p **29** □ Citeer het zinsgedeelte uit alinea 6 tot en met 8 waaruit blijkt dat onderzoeker Hofman er zeker van is dat de hersenen zich ook tijdens de puberteit ontwikkelen.

1p **30** ■ Wat is het verband tussen alinea 8 en 9?

- A Alinea 8 en 9 vormen een tegenstelling.
- B Alinea 8 noemt voorbeelden bij het gestelde in alinea 9.
- C Alinea 9 noemt een waarschuwing bij het gestelde in alinea 8.
- D Alinea 9 noemt voorbeelden bij het gestelde in alinea 8.

2p **31** □ Zeg met eigen woorden wat Hofman verstaat onder 'volwassenheid' volgens de alinea's 9 en 10.

Gebruik maximaal 15 woorden.

„Hofman huivert bij de gedachte dat kennis van het onvoltooide puberbrein reden gaat worden voor opvoeders om zich intensiever met pubers te bemoeien.” (regels 95–98)

1p **32** □ Citeer de zin uit alinea 11 die het beste weergeeft waarom Hofman zich zorgen maakt.

1p **33** ■ Welke zin geeft het beste de hoofdgedachte van deze tekst weer?

- A Het brein kent een constante ontwikkeling; meer kennis daarvan kan die ontwikkeling positief beïnvloeden.
- B Kennis van de ontwikkeling van het puberbrein en van de manieren om die ontwikkeling te beïnvloeden, zal leiden tot nieuwe opvoedingsmethoden.
- C Tot dusver zijn de gevonden veranderingen in het puberbrein te gering om deze te gebruiken voor nieuwe opvoedingsmethoden.
- D Uit onderzoek blijkt, dat hersenen van pubers nog niet volgroeid zijn; dat feit verklaart misschien puberaal gedrag, maar de opvoeding hoeft niet te veranderen.

1p **34** ■ Wat is het doel van de schrijfster met deze tekst?

Ze wil met deze tekst

- A gevoelens tot uitdrukking brengen.
- B informeren.
- C overtuigen.
- D tot handelen aansporen.

Een schrijver kan in een tekst gebruikmaken van:

1 feiten;

2 de mening van de schrijver;

3 de mening van anderen.

1p **35** ■ Waarvan maakt de schrijfster van deze tekst vooral gebruik?

- A 3
- B 1 en 2
- C 1 en 3
- D 2 en 3

Tekst 5 Weg met de taalachterstand

- 1 Het onderwijs vraagt bij allerlei gelegenheden steeds weer om meer geld van de overheid. Toch is er een groep brede scholengemeenschappen voor voortgezet onderwijs in Overijssel die minder geld willen gaan vragen. Althans, minder geld voor een taak die volgens hen onuitvoerbaar is, namelijk: het wegwerken van taalachterstanden bij allochtone kinderen van twaalf tot achttien jaar die al vrij lang in Nederland hebben gewoond.
- 2 De redenering die de betrokken scholen volgen, is aannemelijk. Een taalachterstand moet weggewerkt worden voordat een kind de middelbare-schoolfase bereikt. Het geld voor taalonderwijs kan dus beter op de basisscholen worden besteed of, zo mogelijk, zelfs nog eerder. Het heeft geen zin middelbare scholen geld te geven voor extra taallessen aan allochtone kinderen, omdat die lessen onmogelijk kunnen opleveren wat ervan verwacht wordt.
- 3 Want hoe, waar en wanneer leert een kind een taal? Bepaalde delen van de taal worden thuis geleerd, andere delen op school, en weer andere delen bij vriendjes en vriendinnetjes. Het thuisdeel kan aangevuld worden door bijvoorbeeld de televisie. *Sesamstraat* is bijvoorbeeld een programma waarin veel woorden en begrippen steeds opnieuw worden aangeboden. Het is goed voor de taalontwikkeling van kinderen als zij vaak naar dit soort programma's kijken.
- 4 Het schooldeel moet gerealiseerd worden door simpele lesjes, bij vakken als aardrijkskunde, muziek, geschiedenis en rekenen die in het Nederlands gegeven worden. Zulk onderwijs vindt plaats op de gewone basisscholen en bij oudere kinderen bijvoorbeeld in de Internationale Schakelklassen (ISK). Daar moet het geld dan ook vooral heen, niet naar het gewone middelbaar onderwijs.
- 5 Het vriendjes- en vriendinnetjesdeel van de taal kan worden geleerd via spelletjes als trefbal, hinkelen, Mens-erger-je-niet, Monopoly, waarbij de spelregels alleen in het Nederlands worden uitgelegd. Ook dat is geen normale taak voor de middelbare school, maar het moet wel gebeuren. Geef het geld dus aan een voetbalclub, tafeltennisvereniging of een buurthuis.
- 6 De ons omringende landen staan niet bekend om het hoogwaardige taalonderwijs dat daar gegeven wordt; toch is in Frankrijk, Duitsland en Engeland de taalachterstand van allochtonen op de autochtonen veel geringer dan in Nederland. Wat natuurlijk niet wil zeggen dat daar in het algemeen beter voor migranten wordt gezorgd dan in Nederland. Maar de taal kennen ze beter.
- 7 Daarvoor zijn twee verklaringen te geven. In de eerste plaats hebben vreemdelingen die naar Frankrijk en Engeland verhuizen op grond van het Britse en Franse koloniale verleden vaak al voorkennis van het Frans of het Engels. Uiteraard helpt dat, maar het is niet de volledige verklaring van het wonderlijke verschijnsel dat in de ons omringende landen de taalachterstand van allochtonen geringer is. Duitsland heeft bijvoorbeeld geen koloniaal verleden in Noord-Afrika of Turkije; toch kennen de migranten in Duitsland redelijk Duits.
- 8 De hoofdoorzaak zit niet in het onderwijs, maar in het algemene beleid ten opzichte van nieuwkomers. De Duitse, Franse en Britse overheid gaan er als vanzelfsprekend van uit dat wie in die landen wil wonen, de taal van het land moet leren. Als je een nieuwkomer zegt dat hij of zij uiteraard de taal van het nieuwe land zal moeten leren, dan zal dat meestal ook wel lukken. Het Nederlandse overheidsbeleid voorziet allochtonen van speciaal voor hen vertaalde folders, brochures en formulieren. In Nederland wordt bijvoorbeeld nieuwkomers direct bij binnenkomst in hun eigen taal uitgelegd dat ze Nederlands moeten gaan leren. Dat is verkeerd. Dat zou juist in het Nederlands verteld moeten worden. Je kunt een vreemdeling beter niet in zijn eigen taal benaderen. Het besef dat wie zich in Nederland wil handhaven, Nederlands moet leren, wordt stelselmatig ondermijnd als de vreemdeling alle regelingen in zijn eigen taal krijgt aangeboden.
- 9 Buiten Europa is meertaligheid doodgewoon. Die meertaligheid wordt niet verworven door cursussen, maar in de praktijk van alledag, door bittere noodzaak. Het leren van de taal van het nieuwe land moet dan ook verplicht worden gesteld door politici, beleidsmakers, werkgevers en publieke opinie. Middelbare scholen kunnen alleen maar in noodgevallen hier en daar wat repareren.

naar: Hans Jansen
uit: HP/De Tijd, 26 mei 2000

■ Tekst 5 Weg met de taalachterstand

9p **36** □ Vat de tekst *Weg met de taalachterstand* samen. Gebruik maximaal 100 woorden. Zorg voor een goed lopend geheel in volledige zinnen. Noem niet onnodig voorbeelden.

De volgende elementen moeten in je samenvatting voorkomen:

- de opvatting van sommige scholen, die aanleiding was voor het schrijven van dit artikel;
- de mening van de auteur over deze opvatting;
- de drie manieren waarop volgens de auteur een taal wordt geleerd;
- de beheersing van het Nederlands door allochtonen vergeleken met de taalvaardigheid van allochtonen in andere landen;
- de twee verklaringen die de auteur geeft voor de verschillen tussen de situatie in Nederland en andere Europese landen;
- het advies van de auteur.