

TEKST 1 BIOLOGISCH VOEDSEL WINT TERREIN

- 1 Honderd jaar geleden was elk stukje vlees, elke aardappel en elk hapje andijvie afkomstig uit puur biologische teelt. Chemische bestrijdingsmiddelen waren er nauwelijks. Kunstmest was er niet, er ging hooguit een handje koeienpoep met gemalen eierschalen over de aarde. Koeien aten geen beendermeel, maar gras, graan en hooi. Varkens lagen in de modder en kippen scharrelden op het erf. Een EKO-keurmerk¹⁾ bestond nog niet. Tegenwoordig kampen landbouw en veeteelt met tal van problemen: varkenspest, mestoverschot, BSE en mond- en klauwzeer. Geen wonder dat de consument bereid is steeds meer geld uit te geven voor een biologische boterham met biologische kaas.
- 2 De voornaamste reden voor de overheid om vandaag de dag biologische landbouw te stimuleren, is de enorme milieuwinst die het telen van biologische producten oplevert. Deze milieuwinst valt echter geheel weg als wij de biologische producten importeren uit bijvoorbeeld Zuid-Afrika. Transport over lange afstand is belastend voor het milieu. Biologische producten kopen heeft dus alleen zin als ze zoveel mogelijk uit Nederland en Europa komen. In de praktijk zijn dat groenten 'van het seizoen'.
- 3 Er is duidelijk een markt voor biologische producten. Uit cijfers blijkt dat een groeiend aantal consumenten steeds meer verschillende biologische producten koopt. Nederland telt al 1330 biologische boerenbedrijven en dit aantal groeit snel.
- 4 Maar zijn biologische producten nu echt beter dan de gangbare artikelen van de 'gewone' slager en groenteboer op de hoek? Tegenstanders hebben vooral aanmerkingen op de rotte plekken op biologische groente en biologisch fruit. De houdbaarheid zou minder zijn. Volgens Ellen Winkel van *Platvorm Biologica* valt dit echter mee. "De rotte plekken zijn te wijten aan vervoersproblemen. Bovendien is het tempo waarin de biologische producten worden verkocht in sommige winkels nogal laag. Dan liggen de levensmiddelen te lang in de winkel."
- 5 Voorstanders laten zich niet beïnvloeden door deze kritiek op de houdbaarheid. Zij zien belangrijke voordelen in het vlees van biologisch gefokt vee, biologisch geteelde groente en biologisch geteeld fruit. Biologisch gefokt vee krijgt geen beendermeel en andere dierlijke producten te eten. De kans dat ze BSE ontwikkelen is daardoor erg klein. Ook de biologische kip zorgt voor goed nieuws. Volgens onderzoekers van de Consumentenbond is deze kip minder vaak besmet met ziekmakende bacteriën zoals salmonella. Het gehalte aan eiwitten is vaak wat lager, maar de kwaliteit van de eiwitten is beter. Hierdoor is het vlees minder 'waterig' en smaakvoller.
- 6 Biologische groente en biologisch fruit smaken volgens liefhebbers 'echter' of 'naar vroeger'. Bovendien zijn ze ervan overtuigd dat de producten van de biologische teelt veel gezonder zijn. Biologische zaden mogen immers niet gemanipuleerd zijn en er mogen geen groeibevorderaars, kunstmest, antibiotica en bestrijdingsmiddelen worden ingezet. Restanten daarvan zitten dan ook niet in de producten. De voorstanders hebben nog een andere reden om biologische groente en biologisch fruit te eten. Biologische producten hebben namelijk soms een hogere voedingswaarde. Uit bepaalde onderzoeken blijkt dat biologische producten rijker zijn aan vitamine C en mineralen. Voldoende reden om meer te betalen voor de spruitjes en het gehakt.
- 7 "Niet in ieder opzicht zijn biologische producten beter dan intensief geteelde producten", meent Ellen Winkel. "Sommige planten bevatten van zichzelf schadelijke stoffen. Daarnaast is er de verontreiniging uit het milieu. Als een biologische boer zijn koeien laat grazen in de buurt van een vuilverbrandingsinstallatie die niet goed werkt, kan er dioxine in de melk terechtkomen. Ook de verontreiniging met kleine hoeveelheden zware metalen is niet te voorkomen, doordat die zich vrijwel overal in de bodem en het water bevinden."
- 8 De laatste tijd beweren tegenstanders dat biologische groente en biologisch fruit ook gevaarlijk zouden zijn vanwege de dierlijke bemesting. Risicogroepen zoals

- 105 bejaarden, kleine kinderen en mensen met verminderde werking van het immuunsysteem²⁾ kunnen ernstig ziek worden van een schadelijke bacterie in dierlijke mest. Maar bacteriedeskundige
- 110 Theo Mank ziet dat gevaar niet. "De bacterie is meestal al dood voordat de oogst wordt binnengehaald. Bovendien is goed wassen van groente en fruit voldoende om elke besmetting te voorkomen." Mank maakt zich meer zorgen over het veelvuldig gebruik van antibiotica in de intensieve landbouw, waardoor
- 120 bacteriën weerstand opbouwen tegen geneesmiddelen. Kwetsbare mensen die besmet zijn met een bacterie, zullen daardoor moeizamer genezen. Dit pleit weer vóór de biologische landbouw.
- 9 Biologische voeding zit in de lift. Waterige tomaten, gekke koeien, besmette
- 125 kippen en giftige appels: allemaal problemen waar de biologische teelt een antwoord op lijkt te hebben. Toch zijn de meningen verdeeld over de vraag of biologisch eten écht meer voordelen heeft.
- 130 De consument zal zelf moeten beslissen.

*naar een artikel van Hanny Roskamp,
Elsevier, april 2001*

noot 1 EKO-keurmerk: een merk dat als bewijs dient voor milieuvriendelijkheid

noot 2 immuunsysteem: systeem in het lichaam dat ziektekiemen bestrijdt

TEKST 1 BIOLOGISCH VOEDSEL WINT TERREIN

- 1p ● 1 De titel van de tekst luidt: 'Biologisch voedsel wint terrein'.
 Uit welke alinea blijkt het meest dat biologisch voedsel inderdaad terrein wint?
 A alinea 1
 B alinea 2
 C alinea 3
 D alinea 4
- 1p ● 2 In de eerste alinea wordt duidelijk gemaakt waar het artikel over gaat.
 Hoe gebeurt dat?
 Er wordt
 A een beknopte geschiedenis geschetst.
 B een opvallend standpunt ingenomen.
 C een samenvatting van de rest van het artikel gegeven.
 D een voorbeeld bij het onderwerp van het artikel uitgewerkt.
- 1p ● 3 In de eerste alinea wordt opgemerkt dat vlees en groente vroeger geen EKO-keurmerk nodig hadden.
 Welke verklaring wordt hiervoor gegeven?
 A Andere productiemethoden waren er niet.
 B De landbouw en veeteelt hadden geen problemen.
 C Er werd alleen biologisch geteeld.
 D Men had geen interesse in biologische producten.
- 1p ● 4 De schrijfster laat in alinea 4 Ellen Winkel aan het woord.
 Met welk doel doet de schrijfster dat?
 Zij wil met de woorden van Ellen Winkel
 A bezwaren tegen biologische producten afzwakken.
 B kenmerken van biologische producten benoemen.
 C kritiek op biologische producten ondersteunen.
 D voordelen van biologische producten benadrukken.
- 2p ○ 5 De schrijfster bespreekt in het artikel verschillende voor- en nadelen van biologische producten. Die voor- en nadelen hebben onder andere te maken met:
 1 gezondheid
 2 houdbaarheid
 3 milieu
 4 prijs
 5 smaak
 6 voedingswaarde
 → Neem onderstaande tabel over op je antwoordblad. Noteer van elk van bovenstaande nummers of het om een voordeel of een nadeel van biologische producten gaat. Elk nummer mag maar één keer een plaats krijgen.

voordeel	nadeel

- 1p ● **6** Wat is de belangrijkste functie van alinea 9?
In alinea 9 wordt
- A een beknopte samenvatting gegeven van de voorafgaande alinea's.
 - B een nieuw aspect van biologische voeding aan de orde gesteld.
 - C een oproep gedaan aan de consument.
 - D een voorspelling gedaan over consumentengedrag.
- 1p ● **7** In dit artikel laat de schrijfster twee deskundigen aan het woord.
Wat vindt zij van hun uitspraken?
- A Zij gebruikt ze vooral om haar eigen standpunt te verdedigen.
 - B Zij geeft ze weer zonder verder commentaar.
 - C Zij is het absoluut oneens met de uitspraken.
 - D Zij trekt de juistheid van de uitspraken in twijfel.
- 1p ● **8** Wat is de hoofdgedachte van dit artikel?
- A Consumenten accepteren de hogere prijs voor biologische voeding, omdat de smaak beter is.
 - B Consumenten kiezen in toenemende mate voor biologische producten, omdat deze volgens iedereen gezonder zijn.
 - C Consumenten kopen steeds vaker biologische producten, omdat die beter zijn voor het milieu.
 - D Consumenten tonen steeds meer belangstelling voor biologische producten, ondanks negatieve kritiek.

TEKST 2 DE RUSTELOZE ZAP-TOERIST

- 1 De meeste Nederlanders rennen zich rot omwille van carrière, gezin en vriendenkring. Volgens het Sociaal Cultureel Planbureau zijn zij gemiddeld 63
5 uur per week kwijt aan allerlei verplichtingen. En in de spaarzame uurtjes die dan nog overblijven, zoeken zij massaal de verlokkingen van de vrijetijdsindustrie op. Keuze genoeg
10 trouwens: musea, kajakken, verwenweekendjes, zwemparadijzen, hotelarrangementen, braderieën, funshoppen, bioscopen, monumenten, attractieparken, enzovoort. Samen goed voor 935 miljoen
15 dagtochten per jaar. Dat zijn er 77 per Nederlander (van 16 jaar of ouder), oftewel anderhalve dagtocht per week.
- 2 De enorme vlucht van het dagtoerisme heeft uiteraard te maken met de toegenomen welvaart en mobiliteit. Bovendien
20 hebben we in onze welvaartsstaat veel vrije tijd. De bescheiden bermtoerist uit de jaren vijftig, die in de berm van de weg een broodje at en een beetje om zich heen
25 zat te kijken in de zon, is een lachwekkende figuur geworden. Dit soort eenvoudig vermaak is uit de mode. Alles meemaken en óveral geweest zijn, is de trend. Wie niet meedoet aan de trend van
30 meer, hoger en verder, telt niet mee.
- 3 "Daarbij is voortdurend iets nieuws beleven een vorm van zelfexpressie geworden", zegt Frans Jansen, directeur van Toerisme & Recreatie AVN, een
35 samenwerkingsverband van de ANWB, het Nationaal Bureau Toerisme en de VVV's. "Wie wil laten zien dat het hem goed gaat - financieel, cultureel en wat de
40 lichamelijke gezondheid betreft - zorgt ervoor dat hij de ene toeristische topervaring na de andere kan noemen. Het liefst zo gevarieerd mogelijk: de ene week super relaxend, de andere week
45 extreem actief; iets cultureels gevolgd door iets sportiefs, iets alledaags en dan weer iets heel bijzonders. Mensen trekken er immers niet alleen op uit voor hun eigen plezier. Ze doen dat ook voor hun aanzien bij familie, collega's en kennissen. Met
50 een nieuwe auto valt vandaag de dag immers nauwelijks meer te pronken."
- 4 Wie meedoet, loopt daardoor grote kans op een permanent gevoel van rusteloosheid. Er móet namelijk regelmatig
55 gescoord worden. Een weekendje rustig thuis blijven, maakt bloednerveus. Wie thuis zit, mist voor zijn gevoel van alles. Althans, dat is de vrees die kan ontstaan.
- 5 Attractieparken, winkelcentra, musea
60 en hotels investeren meer dan ooit kapitalen om mooier, spannender, gekker of gevaarlijker te zijn dan de concurrentie. Met twee apen in een kooitje of een roeibootje op een vijver red je het niet
65 meer. Vervolgens is eenzelfde hoeveelheid tijd, energie én geld nodig om op te vallen bij de verwende dagtoeristen. Een advertentie in het weekblaadje is niet
70 meer toereikend. Toerisme en recreatie hebben altijd al een enorme concurrentie gekend. Dat betekent dat het bezoekerssucces van de ene attractie ten koste gaat van de andere, volgens Frans Jansen. Verwaarloosde of fantasieloze parken en
75 saaie dagevenementen verdwijnen.
- 6 Verder denkt Jansen dat parken, attracties en evenementen meer en meer rekening gaan houden met de grote groep
80 alloctonen, die wat betreft dagtoerisme aan een inhaalslag bezig is. "En laten we niet de miljoenen alleenstaanden in Nederland vergeten. Die mensen willen best een lang weekendje met vrienden in een bungalowpark zitten, maar dan
85 moeten de attracties en faciliteiten minder kind- en gezinsgericht zijn. Er komen meer huisjes met vier in plaats van twee slaapkamers. Samen uit oké, maar samen slapen gaat vaak net te ver."
- 7 Een andere, minder voor de hand liggende 'verliezer' van het rusteloze zaptoerisme is volgens Jansen het traditionele verenigingsleven. "Toneelclubs en
90 voetbalverenigingen moeten allerlei extraatjes (zomerkamp, barbecues) in de strijd gooien om hun leden te behouden. Mensen zijn verwend met toeristische en recreatieve fun-ervaringen. Steeds minder
95 mensen willen zich nog binden aan verenigingen waarvoor ze twee doordeweekse avonden plus elke zaterdag kwijt zijn."
- 8 De vraag is wat (jonge) mensen die zijn opgegroeid met deze *altijd-fun-houding*, nog kan boeien als ze 55 jaar zijn. Als ze
105 overal zijn geweest en alles hebben gezien? Jansen: "Een deel zal teruggaan naar basisactiviteiten als 'logeren bij de boer', maar de overgrote meerderheid zal alleen te bevredigen zijn met: nóg sneller, nóg wilder, nóg extremer."
- 9 Volgens Frans Jansen zal de vrijetijdsindustrie dus aan de Nederlandse toerist blijven trekken met nieuwe verlokkingen. De belangen zijn er groot genoeg voor. De
115 935 miljoen dagtochten die Nederlanders thans maken, zorgen voor een omzet van bijna 7 miljard euro en bieden 280.000 mensen (parttime) werk.
- 10 Enige jaren geleden leek de markt voor dagrecreatie verzadigd. Inmiddels zijn er, vooral op sportief gebied, weer tal van
120 nieuwe mogelijkheden. Frans Jansen: "De

speeltuin met alleen een wip en een
glijbaan heeft plaatsgemaakt voor
125 overdekte skibanen en klimwanden. Ooit
was skeeleren een zomertraining voor de
nationale schaatsploeg, nu is het een
volkssport. Het kan niet anders of er zullen
tal van overdekte skeeler- en skatebanen
130 verrijzen."

11 Door de genoemde grote variatie is de
hedendaagse vrijetijdsbesteding
waarschijnlijk een stuk oppervlakkiger
geworden dan die van vroeger. Maar of
135 mensen dat ook als minder plezierig
ervaren? Er is enorme belangstelling voor
veel attracties. Blijkbaar vinden veel
mensen het zap-toerisme heel plezierig.

*naar een artikel van Ron Buitenhuis,
Brabants Dagblad, 5 februari 2000*

TEKST 2 DE RUSTELOZE ZAP-TOERIST

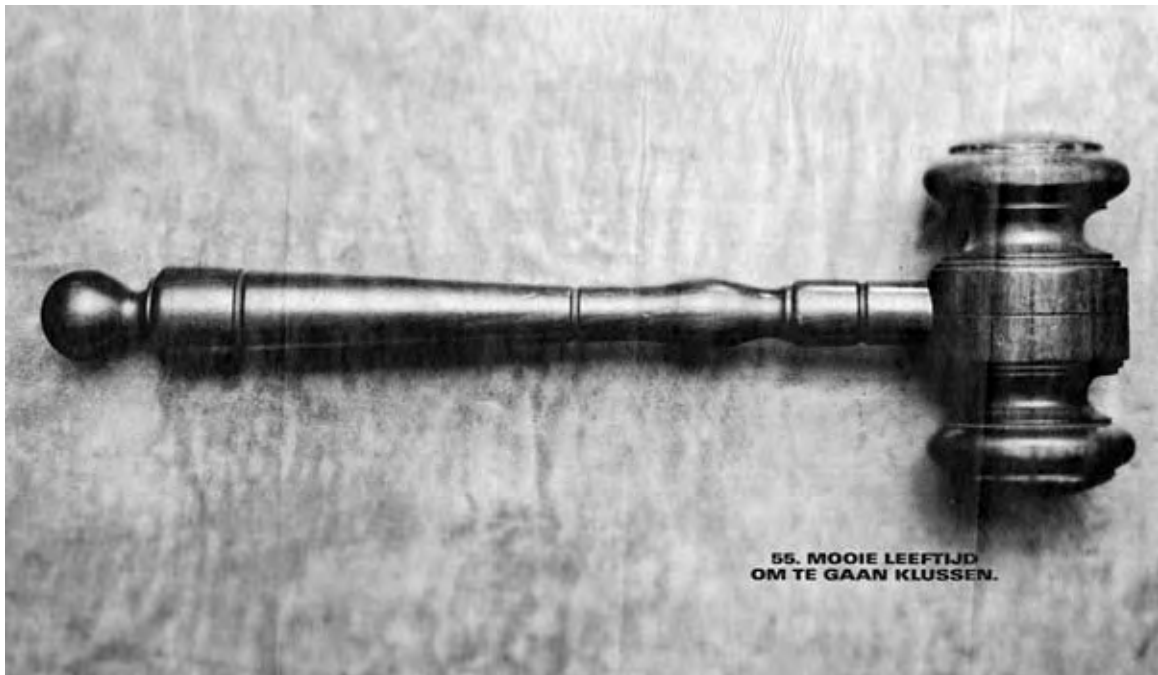
- 1p ● 9 Wat is de functie van de eerste alinea?
Het onderwerp van de tekst inleiden door
A de aanleiding voor het schrijven van de tekst te noemen.
B een aantal belangrijke gegevens op te sommen.
C een anekdote uit de wereld van het toerisme weer te geven.
D een historisch overzicht van het toerisme te geven.
- 1p ○ 10 In regel 32 noemt Frans Jansen het zap-toerisme "een vorm van zelfexpressie".
→ Citeer de zin uit alinea 3 waarin Jansen het begrip 'zelfexpressie' uitlegt.

Buiten de inleiding en de afsluiting kun je deze tekst in drieën verdelen:
1 oorzaken van het zap-toerisme
2 gevolgen van het zap-toerisme
3 een toekomstvisie op het zap-toerisme

- 1p ● 11 Bij welke alinea begint deel 1?
A alinea 2
B alinea 3
C alinea 4
D alinea 5
- 1p ● 12 Bij welke alinea begint deel 2?
A alinea 3
B alinea 4
C alinea 5
D alinea 6
- 1p ● 13 Bij welke alinea begint deel 3?
A alinea 7
B alinea 8
C alinea 9
D alinea 10
- 1p ● 14 De doelgroep van de toeristenindustrie, dus de mensen op wie die industrie zich richt, verandert.
In welke alinea komt die verandering in de doelgroep het duidelijkst aan de orde?
A alinea 3
B alinea 5
C alinea 6
D alinea 7
- 1p ● 15 Wat is de functie van de laatste alinea?
A een conclusie geven
B een samenvatting geven
C een toekomstbeeld geven
D een waarschuwing geven

- 1p ● **16** De schrijver besteedt in de tekst aandacht aan verschillende kanten van het zap-toerisme. Welke van de volgende kanten krijgt de meeste aandacht in de tekst?
- A gevarieerdheid
 - B invloed van de televisie
 - C kortstondige mode
 - D oppervlakkigheid
- 1p ● **17** Welke zin geeft de hoofdgedachte van de tekst 'De rusteloze zap-toerist' het beste weer?
- A Door de welvaart en de behoefte aan status nemen veel mensen deel aan het zap-toerisme, waardoor de eisen hoger en de attracties steeds aantrekkelijker moeten worden.
 - B Door het zap-toerisme beleven wij allerlei ontspannende activiteiten oppervlakkiger dan vroeger, maar dat vinden wij niet erg.
 - C Het zap-toerisme is een trend waaraan iedereen wil meedoen, want elk weekend een andere toeristische topervaring hebben, geeft aan dat je meetelt.
 - D Het zap-toerisme kent een enorme groei, waardoor er een hevige concurrentiestrijd tussen bedrijven en verenigingen is ontstaan.
- 1p ● **18** Wat is het doel van de schrijver?
- A amuseren
 - B informeren
 - C overtuigen
 - D tot handelen aansporen
- 1p ● **19** Een schrijver kan gebruikmaken van:
- 1 feiten;
 - 2 de eigen mening;
 - 3 de mening van anderen.
- 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

TEKST 3 HAMER



U bent rond de 55 jaar. U bekleedt een hoogwaardige functie in de juridische sector en u hebt een boeiende carrière opgebouwd. En toch: er is iets. U mist iets. Met pensioen wilt u niet. Daar bent u nog niet aan toe. Nee, u bent eerder toe aan een nieuwe uitdaging. Een nieuwe klus. Wellicht die van het rechterschap. Uiteraard is het rechterschap niet zomaar een klus. We hebben het hier over het vervullen van een bijzonder ambt waar hoge eisen aan worden gesteld. Rechter wordt u niet zomaar. Rechter zijn vraagt om veel meer dan alleen het toepassen van de regels en uitgebreide wetskennis. Er komt meer kijken bij het nemen van beslissingen op een dergelijk niveau. U wordt geacht grote verantwoordelijkheid te dragen, uw beslissingen helder te motiveren en na zorgvuldig wikken en wegen

een weloverwogen oordeel te vellen. Daarom zoeken we mensen die over de nodige levenservaring beschikken. En deze in de functie van rechter toe willen passen binnen een van de volgende **RECHTERS** specialisaties: strafrecht, bestuursrecht, familie- en jeugdrecht of civiel recht. Uw reeds opgedane ervaringen kunnen hierbij een meerwaarde betekenen. Vanzelfsprekend zijn een voltooide studie Nederlands recht en een ruime juridische ervaring de minimale vereisten. Daarbij zijn zaken als evenwichtigheid, overtuigingskracht, zelfstandigheid, **M/V** besluitvaardigheid en een goed analytisch vermogen onontbeerlijk. Beschikt u over dit gereedschap, neem dan contact op met de president van de Rechtbank Rotterdam: mr. F.W.H. van den Emster, telefoon 010-297 22 01. Of e-mail: gerechten@wanadoo.nl.

de Volkskrant, 20 april 2001

TEKST 3 HAMER

- 1p ● **20** Een afbeelding in een folder of 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 aan de tekst toe.
- 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 ● **21** Wat is het belangrijkste doel van de adverteerder met deze advertentie?
- A** de lezer informeren
B de lezer overtuigen
C de lezer tot handelen aansporen
D de lezer waarschuwen
- 1p ● **22** Voor wie is deze advertentie bedoeld?
- A** Voor mensen die op latere leeftijd nog rechter willen worden en daarvoor de capaciteiten hebben.
B Voor mensen die zich te jong vinden om te stoppen met werken en iets willen bijverdienen.
C Voor rechters die na een lange diensttijd nog eens van specialisatie willen veranderen.

TEKST 4 ONZE TAAK IS HET VERKOPEN VAN NICOTINE

- 1 Philip Morris wil af van de torenhoge schadeclaims van de Amerikaanse overheid en zieke rokers. De fabrikant van Marlboro geeft daarom sinds kort toe dat roken verslavend is. Het terugdringen van het aantal jeugdige rokers heeft 'extra aandacht' gekregen. Maar wie vertrouwt een sigarettenfabrikant nog? De vraag blijft bestaan of de industrie niet bezig is een verslavend product op een vriendelijke manier aan de man te brengen.
- 2 De Marlboro-man heerst binnen de muren van de Philip Morris-fabriek. De hogepriester van de sigaret hangt roerloos boven de lopende banden die elke dag 300 ton tabak aanvoeren. Zijn beeltenis staat naast razende machines die iedere minuut 14 duizend sigaretten voortbrengen, zo snel dat het blote oog het niet kan waarnemen. En hij waakt in de opslaghal, waar 4 miljard Marlboro's en Chesterfields wachten op een vertrek uit Bergen op Zoom. Hier, in het hart van de grootste sigarettenfabriek van Europa, regeert de rokende cowboy.
- 3 Buiten de fabriek wordt het respect voor de Marlboro-man minder, zoals ook het ontzag voor sigarettenfabrikanten afneemt. Schadeclaims van overheden, antirookorganisaties en (ex-)rokers hebben de tabaksindustrie de afgelopen jaren al miljarden dollars gekost. Bovendien hebben ze de reputatie van de fabrikanten grote, volgens sommigen onherstelbare, schade toegebracht.
- 4 Philip Morris, 's werelds grootste sigarettenfabrikant, heeft genoeg van de aanhoudende kritiek. Twee weken geleden kondigde het bedrijf aan elk jaar 100 miljoen dollar te zullen besteden aan de verbetering van het imago. Het eerste initiatief van de fabrikant, een ongevoel openhartige internetsite over de gevaren van roken, haalde de wereldpers.
- 5 Op de site zegt Philip Morris wat de meeste sigarettenfabrikanten liever verzwijgen: "De heersende medische en wetenschappelijke mening is dat het roken van sigaretten longkanker, hartkwalen, emfysemen en andere ernstige ziekten veroorzaakt." Ook wordt er nadrukkelijk vermeld dat "roken verslavend is volgens de meest gangbare definitie van *verslaving*."
- 6 Wetenschappers en antirookorganisaties zijn verheugd. Ze hopen dat de concurrerende tabaksfabrikanten volgen. Volgens directeur Trudy Prins van Stichting Volksgezondheid en Roken (Stivoro) is het een doorbraak.
- 7 De onverwachte openheid van Philip Morris stuit echter ook op wantrouwen. De tabaksfabrikanten weten al sinds de jaren zestig dat roken verslavend is en kanker veroorzaakt, zeggen de antirookorganisaties. Ze hebben verzuimd om sigaretten minder verslavend te maken uit vrees voor hun miljardenwinsten.
- 8 Prins: "Ze houden vermoedelijk nog veel verborgen." Er is voldoende steun voor de beweringen van de antirookorganisaties. Het Britse *Action on Smoking and Health* (ASH) publiceerde vorig jaar het onthullende rapport *Tobacco Explained*. Daarin wordt een beeld geschetst van wat ASH aanduidt als "het meest onthutsende en systematische bedrog door het bedrijfsleven aller tijden". Zo schrijft een advocaat van Brown & Williamson, fabrikant van Lucky Strike-sigaretten, in 1963 al over de verslavende werking van nicotine: "Nicotine is verslavend. Onze taak is dus het verkopen van nicotine, een verslavend middel." In 1977 wordt tijdens een reclameconferentie van Brown & Williamson de vraag gesteld: "Hoe kunnen we een verslavend product op een ethische manier aan de man brengen?" Volgens de ASH wordt er al sinds de jaren zestig door de fabrikanten gezwegen en gelogen. Toegeven dat sigaretten schadelijk zijn, stelden de bedrijfsjuristen toen vast, zou de weg vrijmaken voor torenhoge schadeclaims. Uit het meest recente rapport van ASH, van afgelopen zomer, blijkt dat de tabaksindustrie zelfs een andere weg is ingeslagen. Volgens de onderzoekers voegen de fabrikanten inmiddels stoffen toe die het verslavende effect van nicotine vergroten. Daarvan zou vooral Philip Morris hebben geprofiteerd, gezien de sterk gestegen omzet vanaf de jaren zestig.
- 9 Wie heeft er nu gelijk? De strijdende partijen zijn het nog lang niet met elkaar eens. Philip Morris ontkent dat er stoffen worden toegevoegd die de verslaving bevorderen, net als de andere grote tabaksfabrikanten. Ook de overige beweringen in de ASH-dossiers nemen ze niet serieus. Volgens de Stichting Sigaretten Industrie gaat het om een "willekeurige keuze van fragmenten uit bedrijfsdocumenten". De minister van Volksgezondheid hecht echter grote

120 waarde aan de ASH-rapporten en zegt
niet te twifelen aan de juistheid van het
rapport. De Nederlandse Philip Morris-
woordvoerder Jules Wilhelmus noemt de
reactie van de minister 'pijnlijk'. Hij zegt
dat Philip Morris bereid is de ingrediënten
125 van zijn sigaretten openbaar te maken,
als het ministerie van Volksgezondheid
daarom vraagt. "Mits er goede afspraken
worden gemaakt over de geheimhouding
van de receptuur, mag die worden
130 ingezien."
10 Wilhelmus hoopt dat Den Haag ook de
andere bedoelingen van Philip Morris
serieus neemt. Zo blijft het terugdringen
van het aantal jeugdige rokers volgens
135 Wilhelmus een prioriteit. Advertenties en
reclameboodschappen op de televisie in
bijvoorbeeld Portugal en de Verenigde
Staten moeten jongeren ontmoedigen te
gaan roken. Wilhelmus: "Ik heb ook liever
140 dat mijn kinderen niet roken."
11 Ook de Stichting Volksgezondheid en

Roken hoopt dat de campagnes
aanslaan. Maar de Stichting zal de actie
van Philip Morris nauwlettend volgen. Uit
145 onafhankelijk onderzoek blijkt dat
90 procent van de rokers voor hun
achttiende de eerste sigaret opsteekt.
Stoppen lukt slechts weinigen. Terwijl de
overgrote meerderheid van de rokers van
150 de verslaving af wil, houdt slechts 5 tot
10 procent het langer dan één jaar vol.
12 Stivoro-directeur Prins sluit niet uit dat
de fabrikanten van de sigaret 'een
verboden vrucht' willen maken. Die
155 fabrikanten hopen misschien wel dat
jongeren door de antirookcampagnes
heen kijken en zich blijven identificeren
met bijna verboden symbolen als de
Marlboro-man. Vol argwaan zegt ze: "De
160 industrie zal tegen jongeren zeggen: 'Doe
geen slechte dingen.' Maar als de beste
marketingmensen die boodschap
verpakken, worden die slechte dingen
misschien wel heel aantrekkelijk."

*naar een artikel van Mark van Driel,
de Volkskrant, 1999*

TEKST 4 ONZE TAAK IS HET VERKOPEN VAN NICOTINE

- 1p ● **23** Wat is de functie van de eerste alinea van deze tekst?
A de mening van de auteur weergeven
B een deskundige introduceren
C een korte samenvatting vooraf geven
D met een anekdote de tekst inleiden
- 1p ● **24** Wat is het verband tussen alinea 4 en 5?
A Alinea 4 en 5 vormen een opsomming.
B Alinea 4 en 5 vormen een tegenstelling.
C Alinea 4 geeft een oorzaak voor het gestelde in alinea 5.
D Alinea 5 geeft een uitwerking van het gestelde in alinea 4.
- 1p ● **25** Wat is het verband tussen alinea 7 en 8?
A Alinea 7 bevat een voorwaarde voor het gestelde in alinea 8.
B Alinea 7 en 8 vormen een tegenstelling.
C Alinea 8 geeft een conclusie van het gestelde in alinea 7.
D Alinea 8 noemt argumenten voor het gestelde in alinea 7.
- 1p ○ **26** In alinea 5 staat dat de meeste sigarettenfabrikanten liever verzwijgen dat roken ernstige ziekten veroorzaakt.
→ Citeer de zin uit alinea 8 waarin de reden van dit verzwijgen wordt genoemd.
- 1p ○ **27** In de regels 153-154 (alinea 12) is sprake van 'een verboden vrucht'.
→ Citeer het zinsgedeelte uit alinea 12 waarin de betekenis van 'een verboden vrucht' het beste wordt uitgelegd.

Na het inleidende gedeelte kunnen we de tekst verdelen in vier delen:
1 het imago van de Marlboro-man;
2 de reactie van Philip Morris op kritiek;
3 reacties van de buitenwereld op de nieuwe houding van de sigarettenindustrie;
4 verdergaande discussie over de houding van de sigarettenindustrie.

- 1p ● **28** Bij welke alinea begint deel 2?
A alinea 3
B alinea 4
C alinea 5
D alinea 6
- 1p ● **29** Bij welke alinea begint deel 3?
A alinea 5
B alinea 6
C alinea 7
D alinea 8
- 1p ● **30** Bij welke alinea begint deel 4?
A alinea 8
B alinea 9
C alinea 10
D alinea 11

- 1p ● **31** Welke zin geeft de hoofdgedachte van deze tekst het beste weer?
- A** De antirookorganisaties zijn verantwoordelijk voor de ommezwaai bij de sigarettenfabrikanten wat betreft de erkenning van de gevaren van roken.
 - B** Philip Morris loopt voorop in de ontwikkeling naar openheid en erkenning van de nadelen van roken.
 - C** Sigarettenfabrikanten als Philip Morris erkennen steeds meer de gevaren van roken, terwijl anderen de goede bedoelingen van de industrie blijven wantrouwen.
 - D** Sigarettenfabrikanten, de overheid en antirookorganisaties bereiken eindelijk hun doel: er wordt steeds minder gerookt.
- 1p ● **32** Een schrijver kan gebruikmaken van:
- 1 feiten;
 - 2 de mening van anderen;
 - 3 zijn eigen mening.
- Waarvan maakt de schrijver van deze tekst vooral gebruik?
- A** 1 en 2
 - B** 1 en 3
 - C** 2 en 3
 - D** 1, 2 en 3
- 1p ● **33** Wat is het doel van de schrijver met deze tekst?
- A** amuseren
 - B** informeren
 - C** overtuigen
 - D** tot handelen aansporen

TEKST 5 DE MAATSCHAPPIJ MAAKT DIK

- 1 Een vette hap in de sportkantine in plaats van fruit of iets anders gezond. Een grof schandaal, vindt prof. dr. Jaap Seidell, hoofd Centrum Chronische Ziekten van het
- 5 Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM). „Om maar te zwijgen over de Cola-automaten op school.” Volgens hem is het niet raar dat overgewicht een toenemend probleem is.
- 2 10 De meeste westerse mensen hebben tegenwoordig altijd voedsel tot hun beschikking. Dat is een bijzondere situatie in de geschiedenis van de mens, meent Seidell, ook bijzonder hoogleraar Voeding
- 15 aan de Vrije Universiteit in Amsterdam. „Vroeger maakten de meeste samenlevingen regelmatig langdurige perioden van honger door. Mensen die niet doelmatig met voedsel konden omgaan,
- 20 raakten ondervoed, konden zich niet voortplanten en gingen jong dood. We zijn als het ware voorgeprogrammeerd om snel, veel voedsel op te slaan.”
- 3 In de vorige eeuw is dat langzamerhand
- 25 veranderd. Steeds meer mensen hebben meer dan voldoende eten tot hun beschikking en hoeven daar niet al te veel lichamelijke inspanning voor te verrichten. En dat gaat fout. Seidell: „We zitten met de
- 30 goede lichamelijke eigenschappen uit het verleden in een verkeerde omgeving.” Zolang iedereen in de samenleving actief blijft, is er niet zoveel aan de hand. De energie die door de keel naar binnen glijdt,
- 35 wordt als het ware wel weer uitgezweet. De laatste tientallen jaren is dat aan het veranderen. Mensen worden steeds minder actief.
- 4 Met afgrijzen verhaalt Seidell over
- 40 Amerika, waar de meeste mensen een zittend beroep hebben. Ze hangen 's avonds voor de televisie (met een zak chips en zoete frisdrank op schoot) en verplaatsen zich met de auto. „Hun steden zijn erop ingericht. Je kunt bijna niet meer bewegen in
- 45 het dagelijks leven, of je moet er veel moeite voor doen.”
- 5 De cijfers spreken boekdelen. Uiteraard
- staat Amerika, waar ruim 65 procent van de
- 50 bewoners te zwaar is, aan de top. De cijfers in Europa zijn minder dramatisch, maar ze stijgen wel, met name bij jongeren. Dit jaar gaven de Britse gezondheidsautoriteiten een waarschuwing. Overgewicht bij kinderen is de laatste twintig jaar verdrievoudigd. Ook in Nederland groeit het aantal mensen dat te zwaar is, maar minder snel, volgens Seidell.
- 55 De gevolgen van overgewicht zijn ernstig. Het leidt tot gezondheidsproblemen op latere leeftijd zoals hart- en vaatziekten, maar ook suikerziekte is een belangrijk gevolg. Vooral diabetes type II (vroeger ouderdomssuikerziekte genoemd) steekt de kop op. Het lichaam maakt gewoonlijk
- 60 voldoende insuline aan om de suikers die binnenkomen, af te breken. Steeds minder mensen zijn echter in staat deze suikers af te breken en raken na verloop van tijd van slag. De ziekte hoort bij ouderen, maar door overgewicht komt de aandoening op steeds jongere leeftijd voor.
- 7 „Ik sprak laatst een Amerikaanse arts”, vertelt Seidell. „Hij vertelde dat ouderdomsdiabetes steeds vaker voorkomt
- 75 bij kinderen van 15 jaar. Een op de drie kinderen met diabetes heeft type II. Als ze veertig zijn, krijgen ze aandoeningen die we vroeger alleen bij ouderen zagen.”
- 8 Of iemand te zwaar is, valt te berekenen
- 80 met eenvoudige formules. Die formules leveren bepaalde grenzen op tussen normaal gewicht en overgewicht. Het gebruik van die formules is niet onomstreden, zegt Seidell. „Ze werken redelijk voor de blanke westerling, maar de Aziaten hebben moeite met de grenzen. Zij pleiten ervoor de norm van overgewicht bij te stellen. Maar de formules blijven nog
- 85 steeds van waarde om groepen met elkaar te vergelijken en de trends in de tijd te volgen.”
- 9 Seidell wil graag meer aandacht voor overgewicht. Eind mei was er een groot wetenschappelijk congres over in Wenen,
- 95 dat 2500 deelnemers trok. „Veel meer dan tien jaar geleden, toen waren het congressen waar je de deelnemers na afloop in je tuin kon uitnodigen.”
- 10 Maar de aandacht van veel
- 100 congresgangers en de sponsors gaat uit naar een medische benadering. Er worden steeds meer medicijnen ontwikkeld,

waarmee overgewicht kan worden
behandeld. Bovendien zijn er allerlei
105 operaties mogelijk, zoals het verkleinen van
de maag. „Technisch kan er veel”, meent
Seidell. Volgens Seidell is het probleem dat
er veel kwakzalvers en beunhazen zijn die
van alles beloven binnen drie maanden. „Dat
110 kan niet.”
11 Seidell ziet meer in een andere kijk op
overgewicht. „De oplossing moet volgens mij
worden gezocht in preventie. Gezonder eten
en meer bewegen. Het individu is niet alleen
115 verantwoordelijk voor het overgewicht, maar
de samenleving waarin het leeft, draagt
mede schuld. De dikke kinderen van
vandaag zijn slachtoffer van hun goede

aangeboren lichamelijke eigenschappen in
120 een verziekte omgeving.”
12 Seidell wil de omgeving veranderen en
daar komt geen arts aan te pas. Wie naar de
overgewichtcijfers kijkt, ziet dat Nederland
een gunstige positie inneemt ten opzichte
125 van de buurlanden en de VS, hoewel hier
niet minder wordt gegeten dan elders.
13 Seidell: „Ik verklaar dat mede uit het
fietsgedrag. Van de korte verplaatsingen
gaat hier 30 procent per fiets en 18 procent
130 te voet. In Engeland zijn de cijfers 8 procent
per fiets en 12 procent te voet en in de VS 1
procent per fiets en 9 procent te voet. We
moeten dat voordeel behouden. Dat
betekent dus meer doen aan fietspaden.”

*naar een artikel van Marc van den Broek
de Volkskrant, 16 juni 2001*