

Bijlage VMBO-KB
2017

tijdvak 2

Nederlands CSE KB

Tekstboekje

Lees eerst de vragen in het boekje Examen VMBO-KB. Zoek daarna de antwoorden op in de hierna volgende tekst. Je hoeft de tekst dus niet eerst door te lezen. Let op: deze tekst bestaat uit vijf bladzijden!

Tekst 1

Test koekjes

Koekje van geknutseld deeg

In de lekkerste koek zitten de beste ingrediënten. Zou je denken! Maar bij onze koekjestest constateerden we dat nep vaak net zo goed smaakt als echt. Drie koeken waarbij je iets anders eet dan je denkt.



Lekkere trek?

Koekjes zijn lekker, maar voor je gezondheid kun je ze beter laten staan. Ze bevatten flink wat ongezond vet en verder vooral suiker. Zo zitten er in één mergpijpje al snel vijf suikerklontjes en in een appelkoek vier. In een stroopwafel zit een klontje of drie. Qua energie zit je met één koek al snel op 150 kilocalorieën (kcal). Van Kanjers Stroopwafels en Ok€ Appelkoeken is één koekje zelfs goed voor 200 kcal; dat is zo'n 10% van wat je op een dag aan calorieën nodig hebt.

Appelkoek met appelconcentraat

Bij de appelkoeken uit onze test prijkt het woord 'appel' steevast in de naam. Toch verschillen ze nogal in hoe 'appelig' ze zijn. In die van Ok€ zit maar 0,8% appelconcentraat.

Volgens de fabrikant is er voor 1 kilo appelconcentraat 6,1 kilo appels gebruikt. Omgerekend zit er dus in één appelkoek iets meer dan 2 gram appel. Hoe weinig is dat? Zo weinig dat deze bakker met één appel maar liefst 58 'appel'-koeken kan bakken. In de appelsterren van Coop zit iets meer appel (4x zoveel), maar nog steeds bestaat minder dan de helft van de vulling uit fruit; de rest is suiker en hulpstoffen. Ons testpanel vindt Coops appelkoek het lekkerst, maar niet vanwege de appelsmaak. Ze vinden de koek van Ok€ en Coop evenveel en even echt naar appel smaken. Dat zal vooral komen door de synthetische aroma's. De panelleden proeven dat er in die van Coop roomboter zit; in die van Ok€ is margarine gebruikt. Terwijl de consumenten zich de appelkoeken

laten smaken, vinden de experts het proeven geen pretje: “Dit is niet te eten, het lijkt wel stopverf.” En zij vinden de koeken niet naar echte appel smaken. Toch lukt het ook hen niet om de echte appel te onderscheiden van het synthetische aroma.

De lekkerste

Coop appelsterren

Deze koek is gemaakt met roomboter en in de vulling zit redelijk wat appel. Hij bevat weinig zout, wel veel suiker.

test appelkoeken

merk en type	richtprijs	testoordeel	prijs per 100 gram	smaak	vet	zout	etiket	% appel	% roomboter
weging voor testoordeel				65%	15%	15%	5%		
1 Coop appelsterren	€1,55	7,9	€0,52	++	□	+	++	20	13
2 Ok€ Appelkoeken	€0,60	6,7	€0,20	+	+	+	□	0,8*	0
3 Aldi heerlijk banket Midi Appelkoeken	€1,25	6,5	€1,25	+	-	++	+	6,5	15

* = concentraat

Verkrijgbaarheid: Ok€ is te koop bij onder meer Plus en Coop.

++ zeer goed + goed □ redelijk - matig -- slecht

Mergpijpjes zónder chocola en marsepein

De favoriet van ons testpanel is gek genoeg niet het mergpijpje met echte ingrediënten: onze proevers vinden de crème mergpijpjes van Jumbo zónder echte chocola en marsepein het lekkerst. Jumbo's bakker gebruikt in zijn mergpijpjes geen marsepein (van amandelen en suiker) maar 'imitatiemarsepein'. Voor het maken

van de imitatievariant heb je twee grondstoffen nodig: sojabonen en abrikozepitten. De amandelsmaak komt van synthetische aroma's. In plaats van chocola moeten we het doen met 'cacaofantasie', een substantie die vooral bestaat uit suiker en plantaardige olie. De andere vier geteste mergpijpjes vallen minder in de smaak.

De lekkerste

Jumbo crème mergpijpjes

Met 'imitatiemarsepein' van soja-bonen en abrikozenpitten en gevuld

met een crème van vooral margarine en suiker. Bevat geen zout en weinig ongezond vet, maar wel vijf suikerklontjes per stuk.

test mergpijpjes

merk en type	richtprijs	testoordeel	prijs per 100 gram	smaak	vet	zout	etiket	chocolade	marsepein
weging voor testoordeel				65%	15%	15%	5%		
1 Jumbo crème mergpijpjes	€1,52	7,4	€0,57	+	□	++	--	nep	nep
2 AH cake mergpijpjes	€1,55	6,6	€0,57	□	□	++	++	nep	nep
3 Lidl luxe crème mergpijpen	€1,50	6,5	€0,63	□	-	++	--	echt	echt
4 AH crème mergpijpjes	€0,95	6,4	€0,63	□	□	++	+	echt	echt
5 Jumbo mergpijpjes	€1,10	5,9	€0,55	□	-	++	-	nep	nep

++ zeer goed + goed □ redelijk - matig -- slecht

Stroopwafels met 0% roomboter

Stroopwafels in de supermarkt zijn er met en zonder roomboter. Maar 'hoe meer roomboter, hoe lekkerder' gaat niet op. De stroopwafel van Aldi, ook met veel roomboter, vindt ons panel niet bijzonder lekker. En de margarinewafel van AH Basic vindt ons testpanel best aardig. De andere stroopwafels zonder roomboter, de biologische van Billy's farm, eindigt bij zowel consumenten als experts onderaan. Er zijn ook stroopwafels

met roomboter én margarine.

Sommige huismerken verleiden de consument door op het etiket van het pakje 'bereid met roomboter' te zetten. En inderdaad: er zit roomboter in de vulling. Wat het etiket niet meldt, is dat de wafel met margarine is gemaakt. De experts waarderen de stroopwafels van Kanjers het meest. Hij is slechts gedeeltelijk met roomboter gemaakt, maar smaakt toch het meest naar roomboter.

De lekkerste

Albert Heijn 'verse' stroopwafels
Ze bestaan voor een kwart uit room-
boter. Dat geeft smaak. Echt 'vers'

zijn ze overigens niet: de koeken zijn
volgens AH tenminste houdbaar tot
zes weken nadat ze gebakken zijn.

test stroopwafels

merk en type	richtprijs	testoordeel	prijs per 100 gram	smaak	vet	zout	etiket	% roomboter
weging voor testoordeel				65%	15%	15%	5%	
1 AH verse stroopwafels	€1,80	6,5	€0,58	++	--	□	--	25
2 AH stroopwafels	€1,35	5,7	€0,35	+	-	□	-	14
3 AH basic stroopwafels	€0,75	5,6	€0,20	□	□	□	□	0
4 Kanjers extra grote stroopwafels	€1,30	5,4	€0,41	□	-	□	□	*
5 Aldi heerlijk banket	€1,60	5,2	€0,33	□	--	-	□	23
6 Jumbo stroopwafels minder suiker	€1,95	5,0	€0,62	□	-	-	+	17
7 Billy's Farm tarwe-stroopwafels (bio)	€2,95	3,2	€0,94	-	□	--	□	0

* = informatie ontbreekt

verkrijgbaarheid: Billy's farm is te koop bij EkoPlaza en andere natuur-voedingswinkels.

Kanjers is te koop bij diverse supermarkten.

++ zeer goed + goed □ redelijk - matig -- slecht

Zo hebben we getest

We lieten 20 verschillende koeken proeven. Per type koek kochten we producten met een van elkaar afwijkende ingrediëntenlijst, om te achterhalen of de verschillen te proeven zijn. Verder onderzochten we de hoeveelheid en soort vet, de

hoeveelheid zout en suiker en het aantal calorieën.

Wie hebben getest?

Het testpanel bestond uit 40 consumenten. Naast die consumenten hebben ook nog andere experts meegedaan aan de

koekjesproeverij. We vroegen vier experts om hun mening. Het zijn bakkerijdocenten Fransje Wels van HAS Den Bosch en Danny Sutterland van ROC Leiden, en de bakkers Piet van Eden van koekjesbakkerij Veldt en Ronald Punselie van Punselie Cookie Company.

Op onze site

Houdt u van chocolate chip cookies? Daarvan hebben we vijf merken getest. Het koekje met de meeste chocolade, de KoekKie Chocolate Cookies van Aldi, is de favoriet van ons panel. Meer over deze koekjes leest u op www.consumentenbond.nl/koekjes.

Naar een artikel van Nelleke Polderman, Consumentengids, februari 2015

Het gevaar van lawaai

(1) “Prachtig hè, die krekels, hoor je ze?” Nee, Ron Faber hoorde er helemaal niets van deze zomer, tijdens de vakantie met zijn gezin in 5 Frankrijk. Mevrouw Faber had het concert, dat typisch mediterrane zomergeluid, graag met haar man gedeeld. Het komt er niet meer van. Als gevolg van gehoorschade die 10 Faber tijdens zijn werk opliep, vallen hoge tonen buiten zijn bereik.

(2) Faber is motoragent bij het korps Zuid-Oost Friesland en zit het overgrote deel van zijn werktijd op de 15 weg. Hij staat bloot aan nogal wat decibellen gedurende de dag. Als hij bijvoorbeeld met hoge snelheid over de weg rijdt, heeft hij last van windgeruis. De continue druk van het 20 mobilfoonverkeer via de speaker in zijn helm is ook belastend. “Al rijdend krijgen we gesprekken van alle hulpdiensten mee. De hele dag geklets. Hard vooral, om boven verkeers- 25 geluid en windgeruis uit te komen.”

(3) De krekels waren een confrontatie. Een paar weken daarvoor had Ron Faber tijdens de periodieke 30 bedrijfsgezondheidscheck al ontdekt dat zijn gehoor in slechts twee jaar tijd sterk is afgenomen. Daar is hij behoorlijk van geschrokken. Vandaar dat Faber zich nu sterk maakt voor preventie. Hij heeft ook al wat 35 bereikt! Hij kreeg het voor elkaar dat de helm voorzien wordt van filters met betere geluidsdemping. Tegenwoordig zijn politiemotoren voorzien van bredere windschermen, waar- 40 door de bestuurder minder last van ruis heeft.

(4) “Lawaai is een sluipmoordenaar”, zegt Bas Sorgdrager van het Nederlands Centrum voor Beroepsziekten.

45 “Fraai, stoer, hip? Dat is gehoorbescherming niet, maar lawaai op de werkvloer is echt een probleem. Vandaar dat gehoorbescherming op de werkvloer hard nodig is, omdat veel 50 mensen het gevaar van lawaai onderschatten.”

(5) Lawaai op de werkvloer kun je 55 verdelen in verschillende soorten. Er zijn beroepen die met mechanisch lawaai geconfronteerd worden. Een voorbeeld hiervan is de bouwnijverheid. Mensen die in die sector 60 werken, werken vaak met machines. Ook industrie, defensie, groenvoorziening, muziek en de vervoerssector zijn risicovol. Mensen die in die 65 sector werken, hebben ook vaak te maken met mechanisch lawaai. Het dragen van gehoorbescherming is hier algemeen geaccepteerd. Daarnaast is er nog een andere vorm van 70 lawaai op de werkvloer, namelijk beroepen die met levend lawaai te maken hebben. Deze vorm van lawaai is minder bekend, maar is wel 75 degelijk een risico. Een voorbeeld van een beroepsgroep die met levend lawaai wordt geconfronteerd is de veeteelt met het biggengekrijs. Ook de kinderopvang is hier een 80 duidelijk voorbeeld van. Net zoals dat werken in zwembaden, gymzalen en horeca een risico oplevert. De gevolgen van het probleem kunnen volgens Sorgdrager ernstig zijn. “Door lawaai functioneren 85 werknemers slechter. Het gevolg daarvan is dat mensen hun baan

85 kunnen verliezen. Een ander gevolg kan zijn dat mensen gehoorbeschadiging oplopen en hierdoor hun werk niet meer kunnen uitvoeren.”

90 **(6)** Lawaai op het werk is een vast item in de verplichte jaarlijkse risico-inventarisatie van bedrijven. Geluids-overlast maakt deel uit van arbo-beleid, maar iedereen met gehoorbescherming uitrusten is volgens Bas Sorgdrager en Ilke Jellema van de 95 Nationale Hoorstichting te kort door de bocht. Zij pleiten voor maatregelen in de categorie bronbestrijding. Jellema: “Kan lawaai worden voorkomen? Kun je werknemers beter 100 afschermen? Is het mogelijk het aantal personen dat blootstaat aan lawaai te verminderen? Werkgevers vrezen dat aanpassingen kostbaar zijn, maar ook kleine ingrepen 105 hebben veel effect. Creativiteit kan uitval onder werknemers voorkomen. Vaak wordt vergeten dat gehoor-aandoeningen indirect oorzaak zijn van het ontstaan van andere 110 klachten, zoals overspannenheid. Horen doe je met je oren, maar als die minder functioneren, ook met je hersenen. Daarnaast zijn mensen met gehooraandoeningen vaker ziek, 115 maar ook langer.”

(7) Als individuele gehoorbescherming een oplossing is, horen werkggevers te weten dat goede bescherming verder gaat dan de 120 bekende gele schuimdopjes. “Die werken wel, maar zitten niet lekker.

Je krijgt de neiging ze na een tijdje weer uit te doen”, weet Jellema. “Iets 125 duurder maar beter zijn op maat gemaakte doppen, otoplastieken. Die bevatten een filter waarmee je alleen de schadelijke geluiden kunt dempen. En ze gaan langer mee, dus hoeven uiteindelijk niet duurder te 130 zijn.”

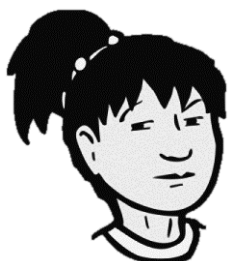
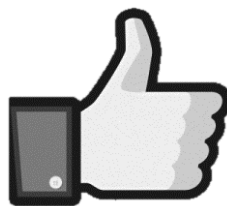
(8) Sorgdrager: “Bij onderzoek onder 300.000 werknemers, ontdekte de arbeidsinspectie dat een derde van de gehoorbescherming niet of niet 135 goed gebruikt wordt. Niet uit onwil, maar omdat je met gehoorbeschermers niet goed kunt communiceren, waarschuwingsgeluiden niet opvangt of het 140 productieproces niet kunt volgen. Dit resulteerde in de ontwikkeling van een nieuw soort dempingsfilter, waardoor omgevingsgeluid niet meer 100 procent wordt afgesloten.”

145 **(9)** Niet alleen werkgevers zijn nonchalant, ook werknemers denken al snel: mij overkomt het niet. Jellema weet dat gehoorbeschadiging een sluipend proces is. Soms 150 zijn de gevolgen van te veel lawaai pas laat, veel later merkbaar. Hij geeft dan ook het volgende advies: “Gehoorbescherming past niet altijd bij de bedrijfscultuur, soms vinden 155 werknemers het niet stoer zichzelf te beschermen. Bescherming draag je niet voor je baas, dat doe je voor jezelf. Oren heb je ook in je vrije tijd nodig, dus bescherm ze!”

Naar een artikel van Sandra van Maanen, de Gelderlander, 11 januari 2014



MET EEN ALLEEN KOMEN ZIJ ER NIET



Help mee om
de dromen van
onze talenten te
verwezenlijken!
Word donateur!



Instrumen-
ten en
lessen aan
het conser-

vatorium voor
jongeren uit de
sloppenwijken van
Buenos Aires,
Argentinië.



Een studie-
beurs voor een
opleiding tot
verpleeg-

kundige voor een
studente in Thailand.



Attributen voor
een eigen kap-
perszaak van
een jonge man

uit Indonesië.

www.talentfoundation.nl
IBAN: NL45RABO0177416610



Algemeen Niet-
Rechtszinnig
ANBI
VOOR
GOEDE DOELLEN

Talent Foundation PVT helpt kansarme jongeren uit landen als Kenia, Nepal, Indonesië, Thailand en Argentinië om hun talenten en vaardigheden te ontwikkelen. Dat doen we door het werven van fondsen en donaties. Jaarlijks helpen we zo een veertigtal individuele talenten om hun droom te verwezenlijken. Op onze website lees je hun verhalen: www.talentfoundation.nl.

We zijn bewust een kleine, doelgerichte organisatie met lage kosten, door vrijwilligers die zich belangeloos voor ons inzetten. Slimme samenwerking met lokale landencommissies en intermediairs zorgt dat de financiële ondersteuning direct en vrijwel volledig ten goede komt aan onze talenten. We ondersteunen individuele talenten die worden aanbevolen door onze intermediairs ter plekke. Voorwaarden voor onze ondersteuning:

- leeftijd 15-25 jaar
- zeer ambitieus, gemotiveerd
- lokale voorbeeldfunctie

Naar een advertentie uit NRC-charity-award

Nog lekkerder!

(1) Eten. De meeste mensen zijn er niet zo heel erg mee bezig. Denken ze. Dat weet ik als schrijver van artikelen over gezonde voeding maar al te goed! Maar elk mens neemt gemiddeld maar liefst 226 beslissingen per dag die met eten te maken hebben. Dat gaat heel gemakkelijk, leggen voedingsdeskundige Jaap Seidell en Jutka Halberstadt uit in een winkelcentrum in Amsterdam. Halberstadt: “Als je hier binnenloopt, kom je direct langs gespecialiseerde voedingszaken. Bakkers blazen de geur van versgebakken brood bewust de gangpaden op. En als je bij de Hema een paar sokken afrekent, vraagt de caissière tegenwoordig bewust of je er iets lekkers bij wilt. Dat is beleid.”

(2) Seidell heeft eens gekeken naar het mogelijke effect van al die verleidingen aan het einde van de middag bij een treinstation. “Zo tussen vijf en zeven uur komen er veel mensen langs die iets eten: een snack, een ijsje, een milkshake. Aan al die mensen vroegen we waarom ze dat gekocht hadden. Steevast keken ze dan verbaasd naar hun handen, alsof het eten er vanzelf in was komen vliegen. In het kader van een ander onderzoek vroegen we mensen zich te herinneren wat ze de dag ervoor hadden gegeten. Daar hadden ze meestal geen idee meer van.”

(3) Wie bewuster omgaat met eten, denkt goede keuzes te maken, maar je belandt al snel in een voedselmijnenveld. Neem nou olijfolie. Die is

goed voor je. En dus werken wij in Nederland zes keer meer olijfolie weg dan vijftien jaar geleden. Al die olijven moeten ergens vandaan komen. Daarom gaat nu bijvoorbeeld in Spanje 80 procent van het schaarse regenwater naar de irrigatie van olijfbomen. Maar hebben we al die olijfolie wel nodig?

(4) “Welk product kun je dan het best kiezen? Consumenten komen daar vaak niet uit”, zeggen Seidell en Halberstadt. Ze schreven er een boek over: ‘Het voedsellabyrint’. Dat staat vol inzichten in de oorzaken van ons eetgedrag, aangevuld met praktische aanbevelingen om gezonder en duurzamer te eten. “Er zijn al veel boeken die over voeding gaan en ze staan altijd vol dwingende tips: eet dit niet, dat wel”, zegt Seidell. “Wij proberen daar afstand van te nemen en vooral te verklaren hoe het komt dat mensen bepaalde keuzes maken. Mensen worden niet met opzet dik, ze leven in een maatschappij die te veel eten en te weinig bewegen heel makkelijk maakt.”

(5) Seidell en Halberstadt willen ‘stroomopwaarts’ werken: niet de gevolgen van onze dikmakende maatschappij aanpakken, maar de oorzaken laten zien, zodat mensen geholpen worden de juiste keuzes te maken. Juist het aandacht schenken aan gezond leven speelt daarbij een belangrijke rol. Eten is belangrijk en doen we elke dag. Toch zijn er verschillen merkbaar. Zo is vers en gezond eten in arme wijken minder

goed te krijgen. En wie minder geld te besteden heeft, kiest vaker voor
85 goedkoop, energierijk voedsel. In achterstandswijken zijn ook meer goedkope snackbars. En door het ontbreken van parken en speeltuinen worden de mensen er sneller dik.
90 **(6)** De strijd om betere producten in de supermarkten is taai. Overheid, producenten en inkopers wijzen daarbij graag naar de consument, die immers zelf kiest wat hij eet en die
95 het niet pikt als zijn eten minder zoet, zout of vet wordt gemaakt. In het Amsterdamse winkelcentrum lopen Seidell en Halberstadt inmiddels in de supermarkt. Al bij de groente-
100 afdeling staat Seidell stil. “Groente vinden veel mensen duur en het klaarmaken kost tijd. Wat hier bij zou moeten liggen, is de diepvries-
105 goedkoper.” Even verderop, bij de smeer- en bakboters, valt het enorme aanbod op. De consument heeft het voor het kiezen: met of zonder olij-

olie, kinderboter, halvarine, margarine. Seidell pakt een halvarine en
110 leest de aanbeveling ‘Bevat belangrijke bouwstenen voor de hersenen’. “Vroeger zette de fabrikant erop dat je kind er slimmer van wordt. Maar
115 dat mag niet meer.”
(7) Lopend langs de schappen valt vooral op hoeveel producten er zijn gemaakt om in kinderhandjes terecht te komen. Er zijn speciale mierzoete
120 kindersapjes, waar al het etiket ‘bessensap’ op mag als er zo ongeveer een besje per liter aan te pas komt. Even verderop staan schappen vol biologische producten.
125 “Je krijgt het idee dat die gezonder zijn, omdat het biologisch is, maar suiker is ook een natuurproduct.” Halberstadt vult aan dat de superfoodtrend op zich niet verkeerd is.
130 “Het sexy maken van rode linzen is uitstekend. Maar mensen wijs maken dat ze alleen goed bezig zijn als ze dure dingen kopen, is natuurlijk niet de bedoeling.”

Naar een artikel van Lindy Jense, de Gelderlander, 13 december 2014

Onbetaalbaar eigendom

(1) Als we in Nederland ergens goed in zijn, dan is het wel in het aanhalen van de broekriem. Zodra er economisch slechte tijden aanbreken, gaan we zuiniger aan doen, onze schulden afbetalen en sparen. Ook nu weer, tot wanhoop van auto- en meubelverkopers, middenstand en horeca. Ineens blijken we veel langer te kunnen doen met die auto en dat bankstel. We hoeven helemaal geen nieuwe spullen, de oude zijn nog goed genoeg.

(2) En worden we ongelukkiger van deze 'koopstaking', om het zo maar even te noemen? Welnee. Diep van binnen beseffen we al te goed dat geluk slechts tot op zekere hoogte samenhangt met materieel bezit. En dan ook nog eens op een manier die niets met geld te maken heeft.

(3) Bezittingen worden doorgaans beschouwd als voorwerpen waaraan we waarde hechten, omdat ze praktisch nut of financiële waarde hebben. Maar het zijn juist de zaken die niet zo praktisch of duur zijn waaraan we de meeste waarde toekennen en die we voor geen goud zouden willen kwijtraken.

(4) Kijk maar naar mensen die moeten vluchten voor een brand of overstroming. Ze wagen desnoods hun leven om een paar spullen te redden die voor anderen waardeloos zouden zijn. Oude foto's, afgedragen babyschoentjes, een uitgedroogd bruidsboekje, de halsband van hun overleden hond. Ze missen de rest van hun leven de emotionele kost-

baarheden die ze niet hebben kunnen redden.

(5) Wat is dat toch, die enorme sentimentele waarde die we aan bepaalde spullen toekennen? Dieren doen dat niet. Dat zie je terug in hun dagelijkse praktijk. Dieren gebruiken voorwerpen wel als gereedschap om voedsel te vergaren of als materiaal om nesten te bouwen en te versieren. Maar zodra dat doel is bereikt, kijken ze niet meer naar hun spullen om. Voor hen is nut van belang.

(6) Wij mensen daarentegen zijn van nature in staat om aan de gekste dingen emotionele waarde toe te kennen. Dat geldt voor jong en oud. Het begint al vaak in de wieg, bij de baby die net zolang huult tot hij zijn zachte doekje voelt en ruikt. We zien het bij de peuter die nergens naartoe wil zonder zijn knuffel, bij de kleuter die begint te gillen als een ander kind aan zijn favoriete speelgoed komt en bij het jonge kind dat per se elke dag zijn lievelingstrui naar school aan wil.

(7) Psychologen hebben de afgelopen decennia onderzoek gedaan naar dit fenomeen. Ze hebben ontdekt dat we emotionele waarde aan bepaalde bezittingen toekennen omdat ons dat veel voordelen oplevert.

(8) Om te beginnen gaat het meestal om dingen die ons een prettig gevoel geven en zelfs kunnen opbeuren. Het lapje in de wieg bijvoorbeeld ruikt lekker naar moedermelk en allerlei andere bekende geuren die de baby een veilig gevoel geven. Bepaald

speelgoed maakt deel uit van de
prettige fantasiewereld van het kind,
dus mag niemand anders eraan
85 komen. De lievelingstrui zit lekker,
staat mooi en geeft het onzekere
kind zelfvertrouwen op school.
(9) Ook als volwassenen omringen
we ons graag met voorwerpen die
90 een goed gevoel kunnen oproepen.
Zoals foto's van de kinderen, de
oude klok van opa, souvenirs van
fijne vakanties en mooie reizen. Maar
ook kunstvoorwerpen, boeken, cd's
95 en dvd's.
(10) De attributen waaraan we zo
sterk zijn gehecht dienen ook om,
zoals psychologen dat noemen, ons
'zelfconcept' uit te drukken. Ze
100 vormen in de loop der jaren de
decorstukken van onze persoonlijk-
heid en identiteit. We hebben ze
nodig om onszelf in te prenten waar
we vandaan komen, wie we zijn, wat
105 we van belang vinden in ons leven en
wat we willen uitstralen tegenover
anderen. De versleten saxofoon in de
hoek van de kamer staat daar niet
alleen om op te spelen, maar ook om
110 gezien te worden. Het instrument
straalt uit dat de eigenaar van muziek
houdt, waarschijnlijk blues of jazz.
Dat hij of zij zelf kan spelen en dat
ook blijkbaar al vrij lang en nog
115 steeds geregeld doet. Die sax vormt
dus een belangrijk onderdeel van zijn
of haar leven. Dat sommige spullen
zo belangrijk zijn voor de identiteit
van een mens, wil niet zeggen dat

120 het ook altijd statussymbolen zijn
zoals vaak wordt beweerd. Denk
maar aan oude foto's of knuffels,
daar valt nauwelijks status aan te
ontlenen. Maar sommige dierbare
125 spullen kunnen wel dat bijkomende
voordeel hebben. Een kunstliefheb-
ber kan intens genieten van zijn
collectie en er tegelijkertijd in
bepaalde kringen goede sier mee
130 maken. De eigenaar van het status-
symbool bij uitstek, een mooie auto,
kan het ook gewoon heerlijk vinden
om erin rond te rijden.
(11) We hechten ook veel waarde
135 aan bepaalde spullen omdat ze onze
bezitsdrang bevredigen; die
ingebouwde behoefte om bepaalde
dingen te hebben waar niemand,
maar dan ook niemand aan mag
140 komen zonder onze toestemming.
Deze spullen zijn als het ware
verlengstukken van ons lichaam en
onze geest, waar ook iedereen vanaf
moet blijven. Hoe sterk die bezits-
145 drang is, blijkt wel uit de felheid
waarmee we reageren als een geliefd
voorwerp ons wordt ontnomen of
moedwillig wordt beschadigd. Een
dikke kras in de deur van je mooie
150 auto doet bijna fysiek pijn en voelt
bijna alsof je zelf beschadigd wordt.
(12) Kortom: we worden vooral
gelukkig van de bezittingen waaraan
we sterke emotionele waarde
155 hechten en die hoeven niet per se
duur te zijn. Daarom is bezuinigen op
spullen helemaal niet erg.

*Naar een artikel van José van der Sman,
Elsevier, 2 maart 2013*

De teksten die voor dit examen gebruikt zijn, zijn bewerkt om ze geschikt te maken voor het examen. Dit is gebeurd met respect voor de opvattingen van de auteur(s). Wie kennis wil nemen van de oorspronkelijke tekst(en), raadplege de vermelde bronnen.

Het College voor Toetsen en Examens is verantwoordelijk voor vorm en inhoud van dit examen.