

## Tekst 1 De routine van de vernieuwing

- 1     1     Toen onze oude kat op een dag haar kattenvoer onaangeroerd liet staan, dachten we dat ze  
2     2     ziek was. Ettelijke jaren lang was ze verlekkerd geweest op de kattenbrokken van het merk  
3     3     *Friskies*, en nu wilde ze er zelfs niet meer aan ruiken. Maar haar gedrag was niet dat van een zieke  
4     4     kat: ze streek luid mauwend langs onze benen en gaf op alle mogelijke manieren te kennen dat ze  
5     5     liever wat anders beliefd. We probeerden simpelweg een ander merk kattenbrokken – *Whiskas*.  
6     6     Het was meteen raak – je had er zó een reclamespot bij kunnen maken.
- 2     7     Denkend over verandering en vernieuwing vroeg ik mij af: wat is hier aan de hand? Waarom  
8     8     is iets wat zo lang goed bleek, opeens niet goed meer? Is er dan ook bij dieren zoiets als een  
9     9     behoefte aan vernieuwing? En is die behoefte er eigenlijk wel bij de mens? Is het een natuurlijke  
10    10    behoefte, of alleen maar een cultuurtrend, op de spits gedreven door economische motieven? In de  
11    11    natuur zou een wilde kater er nooit toe komen jarenlang een eenzijdig menu te verorberen – in de  
12    12    natuur is afwisseling genoeg, waarom zou er daar behoefte zijn aan vernieuwing? Onze kat was  
13    13    oud, en een paar jaar later ging ze dood. Ze werd betreurd – oprecht, maar niet heel lang, want  
14    14    eerlijk gezegd vonden de kinderen dat je er niets meer aan had, aan een oude kat. Toen ze dood  
15    15    was, gingen we dus meteen een nieuwe halen, zo'n springlevend jong ding.
- 3     16    Een nieuwe lente en een nieuw geluid. Iets nieuws trekt de aandacht. Het oude is het bekende  
17    17    en het vertrouwd, dat nauwelijks nog wordt opgemerkt omdat het geheel behoort tot de routine.  
18    18    En routine leidt al gauw tot sleur en verveling. Maar in het geval van de nieuwe kat was er  
19    19    duidelijk nog een andere omstandigheid in het spel: het was niet alleen een nieuwe kat, maar ook  
20    20    nog een jonge kat. Er is met het 'jonge' kennelijk iets speciaals aan de hand dat ontbreekt in het  
21    21    louter nieuwe als het onbekende. Wie altijd al met tweedehands wagens heeft gereden en de ene  
22    22    tweedehands inruilt voor de andere, ervaart hierbij onmiskenbaar een soort van vernieuwing, maar  
23    23    de geestdrift die ermee gepaard gaat, verzinkt in het niet vergeleken bij die na de aanschaf van een  
24    24    écht nieuwe wagen. Merkwaardig is wel dat een échte oldtimer dan weer een sterker gevoel van  
25    25    vernieuwing in de hand werkt dan de allerjongste tweedehands, of zelfs een splinternieuwe wagen.
- 4     26    In dat laatste geval blijkt duidelijk de invloed van economische en sociale motieven op wat  
27    27    als 'nieuw' zal worden ervaren. Het nieuwe hoeft in materiële zin niet echt nieuw te zijn – het mag  
28    28    ook oud zijn, maar dan bij voorkeur heel oud, een antiquiteit, een rariteit, iets wat alom opvalt en  
29    29    waarvan iedereen weet dat het heel veel heeft gekost. Omgekeerd wordt ook lang niet alles wat  
30    30    materieel nieuw is door de toeschouwer of eigenaar als nieuw ervaren. Iemand die zijn kapotte  
31    31    keukenstoel vervangt door een andere die in alle opzichten identiek is, zal nauwelijks het gevoel  
32    32    hebben iets nieuws in huis te hebben gehaald. Overigens is de kans bijzonder groot dat het al een  
33    33    paar jaar na de aankoop van een meubelstuk of apparaat geheel onmogelijk is om nog precies  
34    34    hetzelfde product te vinden. De economie staat het ons niet toe objecten die oud of versleten zijn  
35    35    zonder meer te vervangen door identiek dezelfde objecten – binnen de kortste keren is er wel een  
36    36    of ander onderdeel aan gewijzigd, en steeds wordt de betreffende wijziging gepresenteerd als een  
37    37    verbetering en dus een vooruitgang.
- 5     38    Je vraagt je af hoe het komt dat zoveel mensen depressief zijn, want een simpele wandeling  
39    39    door een supermarkt zou iemand eigenlijk al een existentiële opkikker van jewelste moeten  
40    40    bezorgen. Wat blijkt namelijk? Alles is nieuw! Van de yoghurt tot de wasverzachter, de cornflakes,  
41    41    de mayonaise en de tandpasta: alles is aangepast, verbeterd, verrijkt en ook nog eens  
42    42    wetenschappelijk getest. Wij lijken op de hielen gezeten te worden door de pathologische angst  
43    43    iets beu te zullen worden, iets te herhalen, ons niet te vernieuwen en dus oud te worden.
- 6     44    Ook in andere domeinen poogt men met alle middelen de suggestie te wekken dat het  
45    45    vroegere voorbijgestreefd en achterhaald is, en dat er dus wel degelijk een vernieuwing in de zin  
46    46    van een vooruitgang is. Het volstaat om een zienswijze of een product als 'oudbakken' of  
47    47    'ouderwets' te bestempelen, opdat iedereen die er een lichte sympathie voor zou kunnen hebben,  
48    48    zich zou voelen ineenkrimpen van schrik: hij raakt achterop, hij gaat niet mee met zijn tijd.
- 7     49    Zelfs de geschiedschrijving, die zich ogenschijnlijk uitsluitend interesseert voor het verleden  
50    50    als verleden, blijkt uiteindelijk steeds de vernieuwende lijn op het oog te hebben die naar het heden  
51    51    voert en van daaruit de poort opent naar een betere toekomst. Denken we alleen maar aan de  
52    52    naamgeving van de historische perioden: eerst had je Oudheid, en na de middeleeuwen komt de  
53    53    Nieuwe Tijd, zowaar gevolgd door de Nieuwste Tijd (als kind vraag je je af of daarna dan de  
54    54    Allernieuwste Tijd moet komen, en Spiksplinternieuwste Tijd – en waar dat dan heen moet met al  
55    55    die vernieuwing).
- 8     56    Van alle onderdelen van de westerse cultuur is het wel de kunst die er het meest prat op gaat  
57    57    non-conformistisch te zijn en de heersende burgerlijke waarden ter discussie te stellen. Maar

- 58 uitgerekend in de kunst wordt het alom weergalmende ideaal van de vernieuwing óm de  
59 vernieuwing op het hoogste voetstuk geplaatst. Door het nieuwe uit te roepen tot de artistieke  
60 waarde bij uitstek loopt de kunst in feite de economie achterna en is ze geenszins vernieuwend,  
61 maar zo conformistisch als wat. De boodschap van de kunst is in wezen niet anders dan die van  
62 andere producten van de maatschappij: kijk, dit is nieuw, dit werd nog nooit gedaan, nog nooit  
63 gezien, nog nooit gehoord (is het niet schokkend?). Want het toppunt van met-zijn-tijd-meegaan is  
64 natuurlijk zijn-tijd-voortuit-zijn, en daaraan wordt zowel het wetenschappelijke als het artistieke  
65 genie gemeten: deze is de pionier, de eerste om nieuwe gebieden te betreden, de trendsetter, de  
66 avant-gardist. Creativiteit wordt op deze manier stilzwijgend gelijkgesteld met originaliteit of daar  
67 zelfs zonder meer toe gereduceerd. In werkelijkheid is er echter een belangrijk verschil tussen  
68 beide, en wel omdat 'creativiteit' verwijst naar een activiteit als zodanig, terwijl het 'originele'  
69 alleen maar bestaat bij gratie van zijn referentiekader. Verplaats een creatieve handeling millennia  
70 verder de toekomst in en ze blijft haar creativiteit behouden – verplaats het originele naar een iets  
71 later tijdstip en het heeft al niets origineels meer. Het is dan ook, alles welbeschouwd, niet zo  
72 moeilijk om origineel te zijn zonder écht creatief te zijn – je hoeft alleen in te gaan tegen bepaalde  
73 verwachtingspatronen, die je desgewenst van tevoren zelf in het leven kunt roepen.
- 9 74 Onder veredelde benamingen worden in de kunst de opeenvolgende stromingen beschreven  
75 als een continu vernieuwingsproces met een suggestie van vooruitgang, zodanig dat wie nu nog  
76 zou schrijven of schilderen zoals honderd jaar geleden, zich alleen maar onsterfelijk belachelijk kan  
77 maken. Even belachelijk als wie zijn pantalon met brede pijpen uit de kast zou opdiepen in een tijd  
78 waarin iedereen nauwsluitende pantalons met smalle pijpen draagt. Zoiets kún je blijkbaar niet  
79 doen, al kan niemand precies aangeven waarom eigenlijk niet. Te meer daar het doorgaans volstaat  
80 om het moment af te wachten dat de ouderwetse pantalon – in een lichtjes gewijzigde combinatie –  
81 plots weer hoogst origineel is geworden. Net zo in de kunst: als je lang genoeg wacht, wordt het  
82 oude weer nieuw – het wordt dan 'neo' genoemd en wordt opnieuw interessant.
- 10 83 De vraag blijft wat nu eigenlijk de inherente betekenis of waarde is van deze in onze  
84 maatschappij zo onvoorwaardelijk gecultiveerde originaliteit. Het antwoord zou wel eens veel  
85 nuchterder kunnen zijn dan de gevleugelde bewoordingen waarin het originele wordt bezongen.  
86 Het basisgegeven van de cultuur is misschien niet zozeer het originele zélf – al steekt dat natuurlijk  
87 alom de ogen uit – maar datgene waarvoor het als pleister dient: de routine, de gruwelijke  
88 verveling van de beschaafde mens.
- 11 89 Routine is het cultuurproduct bij uitstek. Hoe beschaafder een cultuur, hoe groter de routine  
90 en hoe groter de waarde die gehecht wordt aan originaliteit – maar helaas ook hoe sterker de  
91 neiging om ook het originele te laten ontaarden in routine. Het wordt een ware escalatie, een  
92 almaar sneller wordende opeenvolging van sleur en vernieuwing. In een maatschappij als de onze  
93 zou er pas écht sprake zijn van iets nieuws als de waarde van het oude verdedigd werd. Niet het  
94 oude in de zin van het exclusief oude (de Rembrandt, de oldtimer), noch het oude als het  
95 nostalgisch oude (pannenkoeken op grootmoeders wijze) of het ecologisch oude (natuurproducten  
96 zonder kleur- en smaakstoffen) – en zovele andere vormen van verholde vernieuwing – maar het  
97 oude in de zin van het doodgewone, het vanzelfsprekende dat onze aandacht niet nog eens extra  
98 hoeft te prikkelen, het er-zijn van de dingen.

*naar: Patricia de Martelaere  
uit: Trouw, 30 december 2000*

## ■ Tekst 1 De routine van de vernieuwing

Hieronder staan vier beweringen over mogelijke bedoelingen van de tekst *De routine van de vernieuwing*.

- 1p 1 ■ Welke bewering geeft het beste de tekstbedoeling weer?
- A De tekst wil de gevolgen schetsen van een bepaald verschijnsel.
  - B De tekst wil een historisch overzicht geven van een bepaald verschijnsel.
  - C In de tekst wordt een toekomstvisie geschetst met betrekking tot een bepaald verschijnsel.
  - D In de tekst wordt naar een verklaring gezocht voor een bepaald verschijnsel.

Binnen het tekstgedeelte van alinea 1 tot en met 4 heeft elke alinea een eigen functie. Benoem die functie door voor elke alinea steeds één van de volgende functiewoorden te kiezen: *bewijs, constatering, gevolg, oorzaak, samenvatting, tegenwerping, toepassing, uitwerking, voorbeeld, vraagstelling*.

- 1p 2 □ Welke functie heeft alinea 1?
- 1p 3 □ Welke functie heeft alinea 2?
- 1p 4 □ Welke functie heeft alinea 3?
- 1p 5 □ Welke functie heeft alinea 4?

In alinea 1 en 2 trekt de auteur een vergelijking tussen mens en dier.

- 1p 6 ■ Wat is de functie van deze vergelijking?
- De auteur maakt hiermee duidelijk
- A dat het onduidelijk is of mens en dier een natuurlijke behoefte hebben aan vernieuwing.
  - B dat het onduidelijk is waarom alleen de mens behoefte aan vernieuwing heeft.
  - C dat zowel mens als dier een natuurlijke behoefte aan vernieuwing hebben.
  - D dat zowel mens als dier geen natuurlijke behoefte aan vernieuwing hebben.
- 1p 7 □ Citeer een zin uit het tekstgedeelte van alinea 4 en 5, die wijst op het *dwangmatige* karakter van de vernieuwingsdrift.

In alinea 6 wordt gesuggereerd dat het vernieuwingsmechanisme bij de geschiedschrijving (beschreven in alinea 7) tot een zekere mate van vertekening leidt van de historische werkelijkheid.

- 1p 8 ■ Waaruit bestaat die vertekening?
- De naamgeving van de historische perioden wekt ten onrechte de indruk
- A dat de menselijke geschiedenis een continu succesverhaal zou zijn.
  - B dat het verleden uitsluitend uit vernieuwingen zou bestaan.
  - C dat historische perioden correct zouden zijn af te bakenen.
  - D dat vernieuwing een willekeurig opduikend verschijnsel zou zijn.

- 2p 9 □ Welke tegenstrijdigheid kenmerkt de kunst? (zie alinea 8)
- Gebruik voor je antwoord niet meer dan 25 woorden.*

- 2p 10 □ In welk geval gaat creativiteit gepaard met originaliteit? Leid je antwoord af uit alinea 8.
- Gebruik voor je antwoord niet meer dan 15 woorden.*

„als je lang genoeg wacht, wordt het oude weer nieuw” (regels 81–82)

- 1p 11 ■ Welke van onderstaande beweringen over deze zin is juist?
- A De zin kan beschouwd worden als een stelling, die in de context van alinea 9 onderdeel is van een cirkelredenering.
  - B Deze zin suggereert een ervaringsfeit te geven, maar kan ook opgevat worden als een overhaaste generalisatie.
  - C Het vermelde ervaringsfeit in genoemde zin is moeilijk aanvaardbaar, want wordt verder niet door argumenten ondersteund.
  - D Vanwege de controleerbaarheid van het beweerde, moet de inhoud als juist worden aanvaard.

# Eindexamen Nederlands vwo 2002-I

havovwo.nl

De slotalinea bevat de volgende uitspraak over het verschijnsel vernieuwing: „In een maatschappij als de onze zou er pas écht sprake zijn van iets nieuws als de waarde van het oude verdedigd werd.” (regels 92–93)

1p 12 ■ Welke bewering is juist?

- Deze uitspraak
- A bevat een logische gevolgtrekking uit het voorafgaande.
  - B is in strijd met de voorafgaande gedachtegang.
  - C kan beschouwd worden als een samenvattende conclusie.
  - D vormt het antwoord op de in de tekst gestelde hoofdvraag.

In de slotalinea wordt het volgende gesteld: „In een maatschappij als de onze zou er pas écht sprake zijn van iets nieuws als de waarde van het oude verdedigd werd.” (regels 92–93)

2p 13 □ Leg uit waarom dit volgens deze tekst pas 'echt iets nieuws' zou zijn.

*Gebruik voor je antwoord niet meer dan 40 woorden.*

De enigszins paradoxale titel van de tekst luidt: „De routine van de vernieuwing”.

2p 14 □ Leg uit wat deze titel over het begrip 'vernieuwing' zegt.

*Gebruik voor je antwoord niet meer dan 20 woorden.*

1p 15 ■ Uit welke zin blijkt het duidelijkst dat de tekst hier en daar ironisch is?

- A „De economie ... een vooruitgang.” (regels 34–37)
- B „Je vraagt ... moeten bezorgen.” (regels 38–40)
- C „Ook in ... vooruitgang is.” (regels 44–46)
- D „Van alle ...te stellen.” (regels 56–57)

1p 16 ■ Welke van onderstaande zinnen drukt het beste de hoofdgedachte uit van de tekst *De routine van de vernieuwing*?

- A Creativiteit dient verworpen te worden als een bruikbaar begrip bij de analyse van vernieuwing.
- B De waarde van de functie van vernieuwing dient opnieuw gezien te worden.
- C Hedendaagse vernieuwing dient, als andere vormen van conformisme, te worden bestreden.
- D Historische analyse levert geen zinvolle bijdrage aan een beschouwing over vernieuwing.

1p 17 ■ De argumentatie in de tekst *De routine van de vernieuwing* berust vooral op

- A controleerbare feiten.
- B oorzaken en gevolgen.
- C overeenkomsten en vergelijkingen.
- D voor- en nadelen.

tekst-  
fragment 1

*Winkelen als tijdverdrijf getuigt dan misschien van consumptiezucht in zijn meest naakte vorm, maar wie ben ik om er zo op af te geven? Ik groeide op in de jaren zestig en kreeg zowel een tik mee van het toen nog volop aanwezige maatschappelijk calvinisme, alsook van de anti-consumptie-mentaliteit van het hippiedom. Ik geef niets om het najagen van materiële verworvenheden als dure kleren en auto's, perfecte woninginrichting en snorkelvakanties. Ik ben meer geïnteresseerd in laten we zeggen geestelijke waarden: boeken, kunst, wetenschap. Dit maakt mij tot een elitarist, die zich al snel verheven acht boven het volk dat dommig in pretparken rondzwierd.*

Naar: Beatrijs Ritsema, fragment uit *De grote verving*  
gepubliceerd in Ons Erfdeel nr. 3 mei-juni 1998, pagina 323–324

De drijfveren van consumentengedrag kunnen op verschillende manieren getypeerd worden. Er zit tussen dit tekstfragment en tekst 1 (alinea 5) een verschil in deze typering.

2p 18 □ Van welke typering is hier sprake?

tekst-  
fragment 2

*De zondag, lange tijd een stijve, opgeprikte dag, beheerst door vormelijkheden, is volgelopen met hedonisme, maar er blijft iets wringen. Alsof de bedding van deze dag niet correspondeert met de inhoud ervan. Het plezier dat op zondag wordt nagejaagd heeft nooit die onbekommerde kwaliteit van zaterdagse genoegens.*

*Dit is het nadeel van de ontkerkelijking die zo'n dertig jaar geleden inzette: een de-structurering van het dagelijks leven. Het wegvallen van verplichtingen leidde tot grotere vrijheid en grotere vrijheid brengt altijd meer verveling met zich mee.*

*Verveling is een verderfelijke geestesgesteldheid. Het merkwaardige is dat iemand die zich verveelt nooit eens die gelegenheid aangrijpt om de keukenkastjes te gaan soppen of zijn oude kleren te sorteren, zodat er het een en ander naar het Leger des Heils kan en er weer wat ruimte in de kast komt. Ook gaat hij geen gedicht schrijven of een mooie tekening maken. Nee, iemand die zich verveelt, zoekt 'iets leuks' om te doen. Hij gaat bijvoorbeeld nieuwe kleren kopen of zoekt een andere vorm van passief vermaak op. Hoe meer verveling, hoe normoverschrijdender het hedonisme.*

Naar: Beatrijs Ritsema, fragment uit *De grote verveling*  
gepubliceerd in Ons Erfdeel nr. 3 mei-juni 1998, pagina 325

Tekst 1 en tekstfragment 2 noemen beide een andere *oorzaak* van 'verveling'.

- 1p **19**  Wat is blijkens tekst 1 de oorzaak? Formuleer je antwoord in één woord.  
1p **20**  Wat is blijkens tekstfragment 2 de oorzaak? Formuleer je antwoord in één woord.

Tekst 1 en tekstfragment 2 noemen beide een ander *gevolg* van 'verveling'.

- 1p **21**  Waartoe leidt die verveling volgens tekst 1? Formuleer je antwoord in één woord.  
1p **22**  Waartoe leidt die verveling volgens tekstfragment 2? Formuleer je antwoord in één woord.