

Bijlage HAVO
2016

tijdvak 1

Nederlands

Tekstboekje

Hoe we waarheden vermijden Over het nut van onwaarheden

(1) Leugens die niemand gelooft, zijn dat nog steeds leugens? Een voorbeeld: bij sollicitatieprocedures is het in de mode geraakt om sollicitanten te vragen naar hun zwakke punten. In Nederland moet je een zwak punt bedenken. Natuurlijk geen écht zwak punt – ‘ik drink te veel’ of ‘ik ben roekeloos met andermans geld’ – en ook niet iets onbeduidends – ‘mijn naam is lastig te spellen’ – maar graag een zwak punt dat tegelijkertijd een sterk punt is. De voor de hand liggende gecombineerd sterk-zwakke punten ‘ik ben bereid voor mijn baan de wet te overtreden’ of ‘ik ben aartslui en heb geleerd anderen mijn werk te laten doen’ zijn echter opnieuw niet goed.

(2) Men verwacht een antwoord dat past binnen onze morele kaders. In feite ken ik maar twee acceptabele antwoorden, namelijk: ‘Ik ben soms te perfectionistisch’ en ‘ik ben ongeduldig wanneer het aankomt op het behalen van resultaat’. U moet dus een van deze twee antwoorden geven, ook als u een absolute voorkeur voor imperfectie heeft en krankzinnig geduldig bent. Maar liegt u dan?

(3) Er zijn meer voorbeelden denkbaar. Een patiënt die uit schaamte zijn huisarts een andere verklaring voor zijn verwonding geeft dan de werkelijke verklaring. Liegt die? Politici die beweren dat we hogere overheidsuitgaven driedubbel terugverdienen door het stimuleren van de economie. Liegen die?

(4) Van Dale definieert een leugen als een ‘onjuiste mededeling bedoeld om te misleiden’. De bovenstaande voorbeelden zullen weinig mensen misleiden, al zouden de personen in kwestie ongetwijfeld graag worden geloofd. Wellicht gelden ze alleen als leugens indien uitgesproken tegen domme of wereldvreemde mensen. Onwaarheden blijven het natuurlijk wel, maar die zijn niet per se laakbaar. Sterker nog: ze zijn essentieel, want ze helpen ons te ontkomen aan waarheden. Onze afhankelijkheid ervan valt op zodra mensen zich niet meer houden aan de afspraken en ons met ongecensureerde waarheden confronteren.

(5) Onlangs trof ik bij de ingang van de supermarkt een oud-studiegenoot die ik al jaren niet meer had gezien. ‘Hallo’, zei ik. ‘Hallo’, zei hij. ‘Alles goed?’ Misschien ging ik met die vraag te ver, maar de afspraak is te antwoorden: ‘Ja prima.’ In plaats daarvan koos hij voor: ‘Wil je dat écht weten?’

(6) Onvoorbereid als ik was op zo’n moeilijke vraag zei ik: ‘Ja, natuurlijk.’ Toen vertelde hij hoe hij psychisch was ontspoord, tijdelijk was opgenomen in een gesloten inrichting en nu met zware medicatie en dagopvang weer wat vooruitging. Hij leek verder niets van mij te verwachten, dus ik wenste hem sterkte, pakte een mandje en deed mijn boodschappen. Zonder een waardeoordeel te willen vellen over zijn openheid: als iedereen deze

tentoon gaat spreiden, dan zullen we snel ophouden elkaar ‘alles goed?’ te vragen.

(7) Iemand flink de waarheid vertellen, zo luidt het gezegde, waardoor meteen duidelijk wordt dat dit niet bepaald de bedoeling is. Waarheden zijn ongemakkelijke, stugge obstakels die het leven van een ieder overmatig bemoeilijken. Met louter ongecensureerde waarheden ook geen indirecte democratie, geen sociale codes en sociale klassen, geen kunst, geen religie, geen beschaving: kortom, het functioneren van welke complexe gemeenschap dan ook zou onmogelijk zijn.

(8) Grofweg hebben we drie mechanismen om waarheden te verzachten: door feitelijke onwaarheden te vertellen, door waarheden te verzwijgen en door definities en betekenissen op te rekken. Soms kiest men voor een combinatie van strategieën en soms is het onderscheid nauwelijks te maken. Feitelijke onwaarheden vertellen is banaal, iedereen kan dat. Zodra kinderen een paar woorden coherent achter elkaar kunnen zetten, beginnen ze de wereld al bij elkaar te fantaseren, om tussen hun veertiende en tweeëntwintigste jaar een maximale dichtheid van feitelijke onjuistheden tegen de ouders te bereiken. Daarna gaan ze geleidelijk over op volwassener technieken als verzwijgingen.

(9) Verzwijgingen zijn al een stuk interessanter, natuurlijk niet het soort dat bestaat uit stilte – vergeten inkomsten bij de belastingopgave, vergeten banden met bedrijven, met een zwarte markerstift bijgewerkte rapporten, onvolledige verklaringen – maar verzwij-

gingen die bestaan uit woorden. Verzwijgen met woorden kan op duizend manieren, maar uiteindelijk komen deze allemaal neer op het volgende: persoon A wil van persoon B informatie over onderwerp C; persoon B suggereert dat hij over onderwerp C praat, maar houdt in plaats daarvan een verhaal over onderwerp D. Onderwerp D kan een echt onderwerp zijn. Mijn grootmoeder verkocht gebak en banket. Als de klanten haar vroegen of het vers was, antwoordde ze steevast: ‘Het komt vers uit de oven.’ En dát was altijd waar. Het exacte tijdstip van uitname uit de oven kon zo in het midden worden gelaten.

(10) Soms is onderwerp D echter slechts een verzameling woorden of klanken gekozen om zo weinig mogelijk betekenis te bevatten. Woorden als ‘sociaal’, ‘eerlijk’ of ‘verantwoordelijk’ worden in dat verband vaak gebruikt, maar ook de uitdrukking ‘het zou hem/haar sieren als... (...hij/zij het tweede paspoort opgeeft)’ ontnemt de omliggende woorden hun betekenis. Deze deconcretisering van de taal gaan soms zo ver dat ze het Nederlands elke betekenis doen verliezen. ‘Toekomstbestendig’ en ‘een adequater mandaat’: het enige wat ze met woorden gemeenschappelijk hebben, is dat ze bestaan uit letters. Een alternatief is het gebruik van beeldspraak, negen van de tien keer net zo vrij van betekenis. Neem het standpunt van een staatssecretaris inzake een politieke partij: ‘Het is voor mij een gesloten boek. Ik leg het ergens in een hoekje, ik laat het daar liggen, er komt stof op, en het stof blijft

erop.’ Méér wilde hij niet zeggen,
mínder was onmogelijk.
(11) Het derde mechanisme om
waarheden te vermijden, het
180 sleutelen aan betekenissen, is het
mooist. In zijn simpelste vorm is dit
een doorgesloten eufemisme dat
aanhangt tegen een feitelijke
onjuistheid. ‘De ooievaar komt je
185 een zusje brengen’, ‘Ome Henk is
een maand op vakantie^{a)}, ‘We
willen vijftig miljoen ombuigen^{b)} op
onderwijs’, ‘We sturen een politie-
missie^{c)} naar Afghanistan’, ‘Na deze
190 verkiezingsuitslag past ons
bescheidenheid^{d)}.
(12) Gaan we hiermee een stap
verder, dan zijn we daadwerkelijk
de betekenis van woorden aan het
195 veranderen, zoals een minister
deed met het woord ‘extra’ (‘Er
komen 3.000 politieagenten extra^{e)})
en zoals een andere minister deed
met het woord ‘strategisch’ (‘Ik wil
200 een strategische^{f)} voorraad
griepvaccins aanleggen’). Vergelijk-
baar waren de pogingen van de
Amerikaanse overheid om de
definitie van groente op te rekken
205 zodat ketchup erbinnen zou vallen.
Uiteindelijk ging dat niet door, al
geldt pizza wel als groente
vanwege de twee eetlepels
tomatenpasta.
210 **(13)** De meeste van bovenstaande
voorbeelden zijn politiek van aard
en dat is natuurlijk geen toeval: van
geen enkele beroepsgroep eisen
we immers dat ze op grote schaal
215 welgevallige verhalen vertelt. We
willen politici die uitleggen dat
niemand wordt benadeeld door te
korten op ontwikkelingssamenwer-
king, dat Irak en Afghanistan veilige
220 landen zijn voor elke vluchteling die
daar vandaan komt, dat we de
miljardenoverschrijdingen in de
zorg kunnen oplossen door een

handvol managers te ontslaan...
225 We hebben wensen die onverenig-
baar zijn met de wensen van de
buurman, we hebben wensen die
onverenigbaar zijn met onze eigen
wensen en aan ál die wensen moet
230 tegemoet worden gekomen, zo niet
in daden dan toch minstens in
gevoel. Belangrijker wordt dan
geacht wat de burger ervan vindt,
dan hoe het in werkelijkheid is.
235 **(14)** De politiek is in haar worsteling
met waarheden zeker niet de
eenzame uitzondering. Neem mijn
eigen vak, de geneeskunde. Zelfs
hier in Nederland, waar we mensen
240 met kanker vertellen dat ze kanker
hebben en niet een of andere vage
‘ontsteking’, scheppen artsen
doorgaans hogere verwachtingen
van een behandeling dan gerecht-
245 vaardigd, al is het maar omdat
gelóven in de werkzaamheid, de
klachten vermindert. Patiënten op
hun beurt overdrijven het effect van
de therapie omdat ze hun dokter
250 niet willen teleurstellen.
(15) Waarheidsvermijdingen stellen
ons op ons gemak. Ze zijn daar-
naast mechanistisch functioneel: je
kunt ermee onder verantwoordelijk-
255 heden uitkomen of er juist mensen
mee aan het werk zetten. Artsen
weten welke verhalen ze hun colle-
ga’s moeten vertellen om patiënten
met spoed onderzocht of behandeld
260 te krijgen. Patiënten dikken hun
klachten aan in de hoop op meer
aandacht. Voor uw eigen baan kunt
u vast talloze vergelijkbare voor-
beelden opnoemen en, tenzij u
265 alleen woont, kunt u waarschijnlijk
ook thuis niet volledig open en
eerlijk zijn. Los van wat u wel en
niet bespreekt met uw partner: ik
ben ervan overtuigd dat u uw
270 kinderen ’s avonds in bed enge

verhaaltjes voorleest over Rood-
kapje en de boze wolf en niet over
de tekorten op de wereldvoedsel-

markt, de smeltende poolkappen en
275 de economische crisis.

naar: Miquel Ekkelenkamp Bulnes, NRC Handelsblad, 6 & 7 oktober 2012

*Miquel Ekkelenkamp Bulnes is auteur van romans en schrijft regelmatig
opiniestukken voor NRC Handelsblad.*

Noten van de auteur:

- a ... en de deur van zijn hotelkamer gaat alleen van buiten open
- b wegbezuinigen
- c militairen die schieten, maar wel met tegenzin
- d een minimum van zes ministers
- e meer dan er momenteel zijn als we datzelfde aantal niet zouden hebben omgebogen
- f nutteloze, langzaam wegtrottende

Tekst 2

Of een megaseller, of bijna niets

(1) Onwaarschijnlijke aantallen zijn er verkocht van de *Vijftig tinten*-trilogie¹⁾, die misschien wel op weg is om het best verkochte boek in de historie te worden, op de Bijbel na dan. Ook boeken over voetballers doen het met sinterklaas en kerst buitengewoon goed, net als het laatste kookboek van de bekende televisiekok Jamie Oliver.

(2) Daarna wordt het echter heel snel heel veel minder. 'Damesporno, de voetballers en koken, daar moeten we het van hebben en dan houdt het ook op', zegt literair agent²⁾ Paul Sebes. 'Als je alle andere verkochte boeken bij elkaar optelt, is die stapel kleiner dan die onvoorstelbare *Vijftig tinten*-hype. Midsellers bestaan steeds minder. Het is een megaseller, of het is bijna niks.'

(3) De teruglopende omzetten zijn zichtbaar in de winkelstraten. Volgens onderzoeksbureau Locatus daalde het aantal boekwinkels vorig jaar tot 728: 519 zelfstandige en 209 als onderdeel van een keten. Dat zijn er 38 minder dan aan het begin van het jaar. Ruim 40 miljoen euro minder omzet en krap vijf procent minder boekwinkels – het is niet leuk, maar de schade voor het boekenvak is nog te overzien.

Misschien blijven grote drama's de branche ook wel bespaard, want december was volgens de eerste schattingen redelijk goed. De feestmaand is essentieel voor de branche. De verkopen voor sinter-

klaas en kerst maken voor menig boekhandelaar en uitgever het verschil tussen stoppen of doorgaan.

(4) Bij literaire uitgevers groeien de zorgen. 'Het gaat dramatisch slecht', zegt een redacteur van een uitgeverij, die niet met zijn naam in de krant wil. 'Vroeger had je titels waarvan er altijd wel een stuk of tienduizend verkocht werden. Nu zijn dat er nog geen duizend. Dan kom je niet eens uit de kosten. Er gaan straks uitgevers failliet, of er komen meer fusies.'

(5) Om dat te voorkomen, beknibbelen de uitgevers op de kosten. Voorschotten voor auteurs worden verlaagd of geschrapt en beursbezoek wordt kritisch bekeken. 'Londen, Frankfurt en twee keer New York, dat was tot voor kort vrij normaal. Nu niet meer', zegt Paul Sebes. 'Ik hoorde onlangs van een uitgeverij waar twee vertrokken redacteuren niet worden vervangen. Bij een literaire uitgeverij is dat zomaar een vijfde van het personeel.'

(6) Uitgevers lijken verder te bezuinigen door eindelijk echt minder nieuwe titels op de markt te brengen. Dat beloven ze al jaren, omdat iedereen vindt dat er te veel matige boeken verschijnen, die het zicht ontnemen op het hoogstaande en belangrijke werk. Meulenhoff meldde vorig jaar al een derde minder te gaan uitbrengen, andere

80 uitgevers lijken nu ook het mes te
zetten in de 'spaghettimethode':
zoveel mogelijk uitgeven in de hoop
dat er een bestseller tussen zit.
(7) Sebes maakt zich er zorgen
85 over dat literaire fictie het slacht-
offer wordt van deze trend. Ook
veelbelovende debutanten komen
dan nog moeilijker aan de bak. Hij
houdt naar eigen zeggen het hoofd
90 boven water door heel hard te
werken en heel zuinig aan te doen.
'Komend jaar wordt dat nóg harder
werken, nóg zuiniger aan doen en
steeds nieuwe wegen zoeken. Zo
95 werken we vaker samen met film-
en documentairemakers.'
(8) Er wordt veel gesproken over
e-books, maar verkocht worden ze
in Nederland nog maar in
100 bescheiden mate: de omzet van de
elektronische boeken voor tablets

en e-readers verdubbelde vorig jaar
weliswaar, maar dat was een
stijging van 1,5 naar 3 procent van
105 het totaal. Er zijn hier minder
apparaten en vooral ook veel
minder titels beschikbaar dan in de
Verenigde Staten en Groot-
Brittannië, waar het digitale boek de
110 papieren versie soms al passeert.
Hans Janssen, directeur van
Unieboek/het Spectrum, dat ook
een eigen e-bookcatalogus heeft,
denkt dat het papieren boek nooit
115 helemaal zal verdwijnen, net als de
zelfstandige boekwinkel.
'Boekwinkels die op de sociale
media zitten, die goed advies geven
en die ervoor zorgen dat er altijd
120 wat te beleven is in en rond de
zaak, die doen het ondanks de
crisis gewoon goed.'

naar: Wilco Dekker, de Volkskrant, 10 januari 2013

Wilco Dekker is verslaggever economie bij de Volkskrant.

noot 1 De *Vijftig tinten*-trilogie is een erotische trilogie van E.L. James, waarvan alleen in Nederland al meer dan een miljoen exemplaren zijn verkocht en wereldwijd meer dan 100 miljoen.

noot 2 Een literair agent probeert nieuw literair talent te ontdekken en er een uitgever voor te vinden.

Tekst 3

Eindelijk gebeurt er iets in het boekenvak

(1) Onlangs beschreef verslaggever Wilco Dekker de stand van zaken in het boekenvak [tekst 2]. Het is een zwartgallig stuk. Ook literair agent Paul Sebes maakt zich grote zorgen: er wordt bezuinigd, uitgevers kunnen niet meer twee keer per jaar naar New York, de aanbiedingscatalogi worden dunner, er worden minder debutanten uitgegeven, de voor- schotten slinken en *last but not least*: de omzetten dalen en boek- winkels moeten sluiten. Ik zou er als uitgever een forse winterdip van kunnen krijgen, maar vreemd genoeg ziet mijn wereld er heel anders uit. Al deze ontwikkelingen zijn weliswaar gaande, maar de vraag is: hoe erg is dat?

(2) Laten we eerst eens naar de cijfers kijken. Vorig jaar is in de hele detailhandel de omzet met zo'n 6 procent gedaald ten opzichte van 2011. De boekenverkoop daalde 7,5 procent. De boekenmarkt doet het dus slechter dan de rest van de detailhandel.

(3) De meest genoemde bedreigin- gen, ook in het stuk van Dekker, zijn de digitalisering, de ontleding en de bestselleritis: het verschijnsel dat het meeste geld wordt verdiend met een paar boeken waar er heel veel van worden verkocht, terwijl aan al die andere geen droog brood wordt verdiend. Ook hier verschil ik graag met hem van mening.

(4) Digitalisering is volgens mij eerder verkoopbevorderend dan

nadelig. Uit onderzoeken blijkt dat mensen die e-books op hun iPhone of iPad hebben staan, meer lezen dan anderen. Tijd die ze doelloos doorbrengen op perrons of bij de tandarts wordt nu gebruikt om te lezen. Bovendien zijn e-books iets goedkoper en worden ze regelmatig gebruikt om te zien of een titel bevalt, waarna alsnog de papieren versie van het boek wordt aange- schaft. In Amerika lijken e-books daarnaast eerder de redding van het boekenvak dan de ondergang. In Nederland zijn we nog niet zo ver: de digitale omzet is een fractie van de papieren. Een boekhandel als Atheneum in Amsterdam, die erg actief is op dat gebied, heeft een digitaal omzetaandeel van circa 0,007 procent. Ook als dat meer wordt, is het e-book een versprei- dingsmiddel, net als een paperback of een luisterboek. Het maakt voor mij niets uit in welke vorm mensen boeken lezen, als ze maar lezen.

(5) Dan het tweede onheil: de ontleding. Ook dat is al decennia een spookfenomeen. Tot mijn grote vreugde zie ik iets heel anders: op feestjes en bij literaire bijeenkom- sten als 'Kalf', van onze uitgeverij, kom ik grote groepen jonge lezers tegen bij wie literatuur helemaal in is. Als ik me de jonge, ambitieuze schrijvers uit ons fonds voor ogen haal, word ik steeds optimistischer over de toekomst.

(6) Tot slot de bestselleritis. Ook daar is volgens mij niets nieuws

onder de zon. De ontwikkeling dat een klein aantal boeken een steeds groter deel van de markt inneemt, is al heel lang gaande. Het proces versterkt zichzelf en het is waar dat maar een klein aantal auteurs daarvan profiteert. Het is echter niet de dood in de pot. Uitgevers zullen altijd op zoek zijn en dus zullen ze altijd nieuwe dingen blijven zoeken en uitproberen. Daarnaast zijn uitgevers over het algemeen mensen die een grote liefde hebben voor boeken, ook al is de karikatuur van de uitgever die alleen op de centen let veel populairder. Iedere goede uitgever geeft die boeken uit waar zijn boekenhart sneller van gaat kloppen, ook als er maar een klein publiek voor is. Een uitgever die zegt dat er geen markt is voor een boek, zegt eigenlijk: het is een knap boek waarvoor ik niet direct een publiek zie, maar omdat ik er niet verliefd op werd, ga ik dat publiek ook niet zoeken. Voor een boek waar hij wel verliefd op wordt, zal hij door roeien en ruiten gaan. (7) Het is niet zo dat ik denk dat er niks aan de hand is in ons vak.

Integendeel, ik denk dat er heel veel aan de hand is. De werkelijkheid is alleen zoveel interessanter dan het gesomber in het stuk van Wilco Dekker. De werkelijkheid is dat we niet weten in welke ontwikkeling we nu precies zitten en dat we stap voor stap kunnen uitzoeken hoe we het toekomstige boekenvak mogen vormgeven. Wat wordt de rol van de boekwinkel, wat die van onlineverkoop? Wat voor mogelijkheden biedt de digitalisering aan schrijvers, redacteuren, ontwerpers en marketeers? Wat kunnen we met de rechtstreekse band tussen schrijvers en boekenkopers of met een fenomeen als metadata? (8) Eindelijk gebeurt er weer eens iets. Eindelijk mogen we ons vak weer eens opnieuw uitvinden. Sterker: we worden ertoe gedwongen. De laatste vijftig jaar is er nauwelijks iets veranderd in het boekenvak en nu, nu opeens ligt er een heel nieuw speelveld open. Ik beschouw het als een groot voorrecht in deze tijd uitgever te zijn. *Never waste a good crisis*¹⁾.

naar: Mizzi van der Pluijm, de Volkskrant, 26 januari 2013

Mizzi van der Pluijm is directeur-uitgever van een literaire uitgeverij voor fictie en non-fictie.

noot 1 *Never waste a good crisis*: verspil nooit een goede crisis

Ik eet wat ik wil

(1) Hoon, spot en woede. Dat is waar je op wordt getraakteerd als je je gaat bemoeien met het eet- en drinkgedrag van burgers en medewerkers. Dat bleek toen demissionair staatssecretaris Paul de Krom de aftrap verrichtte van de overheidscampagne 'duurzame inzetbaarheid'¹⁾. In die campagne worden bedrijven opgeroepen om de vitaliteit van medewerkers te bevorderen, onder meer door het aanbieden van gezond voedsel. En dat bleek de afgelopen maanden in New York, toen burgemeester Michael Bloomberg de verkoop van *supersized* frisdranken in bekertjes van meer dan een halve liter besloot te verbieden.

(2) Veel van de negatieve reacties op deze bemoeienis zijn samen te vatten in vijf woorden: ik eet wat ik wil. Of: ik drink wat ik wil. Dat klinkt aannemelijk, maar wetenschappelijk onderzoek laat juist zien dat we helemaal niet eten of drinken wat we willen. We consumeren vooral wat we voorgezet krijgen.

(3) Een klassiek experiment van Brian Wansink, eetgedragonderzoeker aan Cornell University, illustreert dat. Proefpersonen werden gevraagd tomatensoep te eten 'zoveel als ze zelf wilden' uit vier kommen die op een tafel stonden. Twee van deze soepkommen waren aangepast. Door een gat onderin de kom en de tafel werd de hoeveelheid soep voortdurend aangevuld zodat de kom niet leeg raakte. Resultaat: de proefpersonen die hieruit aten, namen gemiddeld 73 procent meer dan de rest, maar hadden dit zelf niet in de gaten. Ze

hadden niet gemerkt dat ze meer hadden gegeten en voelden zich ook niet meer voldaan dan de anderen.

(4) Wansink – ook schrijver van het leerzame *Mindless Eating* waarin hij veel meer van dit soort onderzoeken opdiende – stelt dat onze maag drie standen heeft: 1) ik heb honger; 2) ik zit vol; 3) er kan nog iets bij. Meestal zijn we niet hongerig of vol. Als er dan eten wordt geserveerd, wat of hoeveel dan ook, werken we het naar binnen.

(5) Een belangrijke rol is daarom die van 'voedselpoortwachter'. Degene die in een gezin de dagelijkse boodschappen doet, bepaalt meer dan 70 procent van al het eetgedrag van zijn of haar dierbaren.

(6) Interessante vraag: wie is de poortwachter op kantoor? Moet een werkgever dat willen zijn? De ondernemingsraad? De bedrijfsarts? Of laten we deze rol over aan de kantinebaas of de exploitant van de snackautomaten?

(7) Overheden en bedrijven construeren omgevingen en situaties die een effect hebben op ons gedrag, ook ons eetgedrag. Ik zou willen dat die invloed eerder in mijn voordeel dan in mijn nadeel werkte. Maar ik houd tegelijkertijd niet van betutteling.

(8) Van de weinig aantrekkelijke term 'duurzaam inzetbaar', waarmee De Krom bedrijven ervan wil overtuigen dat het loont om je personeel fruit te serveren, is het een kleine stap naar 'maximaal

winstgevend te maken'. Onverteerbaar.
90 **(9)** Eén ding is duidelijk: onze vrije wil is minder vrij dan we zouden willen. Zeker als het om eten gaat, al geloven we dat niet graag.
Wansink: 'De meeste mensen
95 denken dat ze te slim zijn voor beïnvloeding door genotsvoeding, televisie of de vorm van een glas.'
Wanneer de onderzoeker proefpersonen liet zien dat ze meer
100 hadden gegeten dan ze dachten,

ontkenden ze het zelfs meestal domweg.
(10) Informatie en voorlichting hebben een veel geringer effect op ons gedrag dan het aanpassen van de aangeboden keuzemogelijkheden en andere elementen in de directe omgeving. Bloomberg en De Krom hebben wat dat betreft het
105 gelijk aan hun kant. Het is alleen nog niet zo makkelijk om dit gelijk ook een beetje smakelijk op te dienen.
110

naar: Ben Tiggelaar, NRC Handelsblad, 13 & 14 oktober 2012

Ben Tiggelaar is gedragsonderzoeker, trainer en publicist en schrijft over management en leiderschap.

noot 1 De overheid wil via de campagne 'duurzame inzetbaarheid' tips geven om mensen op hun werk inzetbaar te houden zodat ze kunnen blijven werken tot aan hun pensioen.

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.