

**Examen VMBO-BB**

**2010**

tijdvak 1  
dinsdag 25 mei  
9.00 - 10.30 uur

**Nederlands CSE BB**

Bij dit examen hoort een uitwerkbijlage.

Beantwoord alle vragen in de uitwerkbijlage.

Dit examen bestaat uit 26 vragen en een schrijfopdracht.

Voor dit examen zijn maximaal 39 punten te behalen.

Voor elk vraagnummer staat hoeveel punten met een goed antwoord behaald kunnen worden.

BB-0011-a-10-1-o

Beschikbaar gesteld door Stichting Studiebegeleiding Leiden (SSL).

Voor alle eindexamens, zie [www.alleexamens.nl](http://www.alleexamens.nl). Voor de perfecte voorbereiding op je eindexamen, zie [www.sslleiden.nl](http://www.sslleiden.nl).

### Waar kinderen zijn, is Ola

- 1 Steeds meer bedrijven en organisaties ontdekken dat ze via games reclame kunnen maken. Logisch: gamen is allang geen hobby meer van een kleine groep computer-freaks; ruim 72 procent van alle Nederlanders speelt af en toe een spelletje op de computer. Wereldwijd betekent dat miljoenen mogelijke klanten voor de meest uiteenlopende producten. Maar er wordt niet alleen reclame gemaakt voor ijsjes, frisdrank of pizza's, ook goede doelen hebben de games ontdekt.**
- 2 Wie een spelletje zit te spelen, krijgt op een gegeven moment trek in iets lekkers. Dat zou kunnen doordat je al een hele tijd achter je pc zit, maar ook doordat je in het spel onbewust allerlei merknamen voorbij hebt zien komen. In de achtergronden van het bekende spel World of Warcraft bijvoorbeeld zitten merknamen voor frisdranken en snacks als reclameposter in het stadsbeeld verstoppt. Wie die namen maar vaak genoeg ziet, krijgt vanzelf trek. En het is bewezen: wie keer op keer de naam Coca Cola voorbij ziet komen, ook al is het onbewust, die neemt als hij dorst krijgt ... juist, Coca Cola!
- 3 Domino's, een bedrijvenketen van pizza's, wil nog een stapje verder gaan. "Wij vinden het prima dat mensen ons bellen, als ze bij het spelen van een spel zin krijgen in een pizza. Maar dan moeten ze achter hun computer vandaan, de telefoon pakken en ons bellen. Dat vinden wij nogal omslachtig. Wij willen niet alleen onze merknaam in het spel terugzien, wij willen zelf in het spel zitten. Stel je voor: je loopt als speler door een stad en om het hoekje kom je écht bij ons terecht. Via internet moet het mogelijk zijn om op een Domino's symbool te klikken en dan rechtstreeks bij ons een pizza Margherita te bestellen. Dan kun je gewoon doorspelen."
- 4 Nuon pakt het anders aan. Het energiebedrijf is sponsor van het Nederlands voetbalelftal en werft de ballenjongens. Doordat er echter niet elk jaar een groot toernooi is, verschilt het aantal bezoekers van de site ook erg. Daarom heeft Nuon een voetbalgame gemaakt op de website van muziekzender TMF. Spelers kunnen zich binnen deze game via een link opgeven als ballenjongen voor wedstrijden van het Nederlands Elftal. Resultaat: duizenden nieuwe inschrijvingen.
- 5 KWF Kankerbestrijding wil de games gebruiken om geld in te zamelen voor onderzoek naar kanker. De organisatie heeft daarvoor de krachten gebundeld met de website Spelpunt.nl. Elke maand storten zich daar 350.000 bezoekers op scrabble, bingo en poker. In de virtuele kamers van het spel waren onlangs de kleuren en het logo van 'Fight Cancer' (Bestrijd Kanker) te vinden. "Drieduizend mensen klikten op de dikke doneerknop, die meteen doorverwees naar de Kankerbestrijding," zegt Rik Haandrikman van Spelpunt. De opbrengst is nog onbekend, maar de naamsbekendheid van Fight Cancer is onder de bezoekers met tientallen procenten omhoog geschoten.
- 6 De manieren om reclame te maken via games zijn niet eindeloos. Reclames voor bier en sigaretten zijn natuurlijk verboden. Verder willen de makers van

de games ook lang niet altijd met alle producten in verband gebracht worden. Maar als een groot merk aanbiedt om tientallen miljoenen te betalen in ruil voor hun naam in de game, dan verdwijnen de bezwaren vaak snel.

- 7 Het effect van reclame in games lijkt nog niet erg groot. Neem Ola, dat via

kindernet Nickelodeon oproept om de game op zijn website te spelen. Manager Marieke de Goeij denkt niet dat daardoor meer ijsjes worden verkocht. “Dat ligt toch vooral aan de zomer. Maar wij willen zijn waar kinderen zijn. Dus niet alleen meer op het strand en in het zwembad. Tegenwoordig horen games daar ook bij.”

*Naar een artikel van Mark van der Werf, Algemeen Dagblad, 10 maart 2009*

- 1p 1 De tekst begint met een vetgedrukte inleiding. Wat is het doel van deze inleiding?
- A de aanleiding noemen voor het schrijven van de tekst
  - B een indruk geven van wat het onderwerp van de tekst is
  - C een persoonlijke mening vooraf geven
  - D iets vertellen over de opbouw van de tekst
- 1p 2 Welke bewering is waar volgens alinea 2?
- A Het is bewezen dat reclame in games effect heeft.
  - B Het is bewezen dat reclame in games nooit effect heeft.
  - C Reclame in games werkt alleen als het om grote merken gaat.
  - D Reclame in games werkt alleen als je trek hebt.
- 1p 3 Wat is het verband tussen alinea 3, 4 en 5?
- A Alinea 3, 4 en 5 vormen een opsomming.
  - B Alinea 3, 4 en 5 vormen een tegenstelling.
  - C Alinea 5 noemt een gevolg van wat er in alinea 3 en 4 wordt verteld.
  - D Alinea 5 noemt een voorbeeld bij wat er in alinea 3 en 4 wordt verteld.
- 1p 4 Welk kopje past het beste boven alinea 6?
- A Beperkte mogelijkheden
  - B Bier en sigaretten
  - C Makers van games
  - D Tientallen miljoenen
- 1p 5 In een tekst staan feiten, meningen van anderen en meningen van de schrijver. Waaruit bestaat alinea 7?
- A alleen feiten
  - B feiten en de mening van de schrijver
  - C feiten en de mening van een ander
  - D feiten, de mening van de schrijver en de mening van een ander

- 1p 6 Een schrijver heeft altijd een doel met een tekst.  
Wat is de belangrijkste bedoeling van de schrijver van deze tekst?
- A de lezer informatie te geven over reclame in games
  - B de lezer over te halen producten te kopen waarvoor in games reclame wordt gemaakt
  - C de lezer te overtuigen van het nut van reclame in games
  - D de lezer te waarschuwen voor reclame die voorkomt in games

## Tekst 2

---

### Koopverslaving is een serieuze ziekte

- 1 **Wat bezielt iemand die zijn twaalfde boormachine koopt, 'omdat het zo'n leuk modelletje is'? Waarom geeft Saskia (41) haar hele maandinkomen in één dag uit aan kleding en schoenen? Wat is er aan de hand met het echtpaar dat tijdens de Dwaaze Koopjesdagen in De Bijenkorf maar liefst twee hele dagen in het warenhuis vertoefde? Waarschijnlijk lijden deze mensen aan koopverslaving.**

hij het product gekocht heeft, geeft dat een enorme kick. Zo kan het van kwaad tot erger gaan. Wie zich de eerste keer wel goed kan beheersen, loopt veel minder risico om in dit patroon terecht te komen." Toch geeft Karsten ook de winkeliers een deel van de schuld. Ze legt uit: "Supermarkten leggen de lekkerste snoepjes op ooghoogte, zodat jongeren gauw geneigd zijn om die te kopen. Bij Ikea moet je eerst de hele winkel door, voor je aan de kassa komt. Je moet jezelf als klant wel heel goed in kunnen houden om geen dingen te kopen die je niet nodig hebt. Als je dan zwak bent, word je een gemakkelijk slachtoffer."
- 2 Volgens Carien Karsten, die als psycholoog dit probleem onderzocht heeft, is ongeveer één op de vijftig Nederlanders koopverslaafd. Het komt voornamelijk voor bij vrouwen en het begint vaak al op jonge leeftijd, zo rond de veertien jaar. Bij een groot deel van die veertienjarigen gaat de koopverslaving na verloop van tijd over. Er is echter een toenemend aantal mensen bij wie het niet vanzelf overgaat. Bij die groep kan de verslaving zich ontwikkelen tot een serieuze ziekte. In haar boek beschrijft Karsten de oorzaken en de gevolgen van het probleem en vertelt ze wat er aan te doen is.
- 3 Het is volgens haar te gemakkelijk om alleen de koopverslaafde persoon de schuld te geven. "Een klant die in de winkel loopt, krijgt het gevoel dat hij iets móet kopen. Op het moment dat
- 4 De problemen door koopverslaving variëren nogal. "Het minst erge probleem is dat je als klant met spullen komt te zitten die je eigenlijk helemaal niet nodig hebt. De meeste mensen hebben genoeg aan één boormachine, twaalf is belachelijk. Maar dat is alleen maar vervelend. Het wordt ernstiger als mensen schulden krijgen, want dat kan gevolgen hebben voor het hele gezin. Ten slotte zijn er de psychische gevolgen. Mensen die niet meer weten wat ze moeten doen om van de verslaving en de schulden af te komen. Ze raken hun sociale contacten kwijt en komen in een isolement terecht. Sommigen gaan zelfs stelen."

5 De oplossing van het koopprobleem is niet gemakkelijk. Volgens Karsten moet koopverslaving gezien worden als een ziekte, net zoals gokverslaving of verslaving aan alcohol, drugs of tabak. “Pas dan kan de juiste behandeling opgestart worden, zoals bij mensen die aan een ‘normale’ ziekte lijden. Ik kom uit de verslavingszorg en heb gezien dat casino’s dat heel goed doen. Ze halen de échte gokverslaafden eruit en gaan met ze praten. Dat is vaak al een goede eerste stap.” Willen winkeliers wel meewerken? Je zou denken dat ze niet graag klanten kwijtraken, zeker niet als die zoveel kopen. Karsten is daar niet bang voor. “Winkeliers weten ook wel dat koopverslaafden op den duur in de problemen komen en dan toch niets meer kunnen kopen. Ze zijn dus gebaat bij

een oplossing. Als een winkel meewerkt om koopverslaving terug te dringen, levert dat de zaak een goede naam op.”

6 De huidige economische crisis zou een gunstig effect kunnen hebben. Mensen hebben nu eenmaal minder te besteden. Maar of ook de koopverslaafden zich dan kunnen inhouden, is twijfelachtig. “Het wordt hun ook niet gemakkelijk gemaakt. Integendeel: het is tegenwoordig juist heel gemakkelijk om wel geld uit te geven, door koopzondagen, extra koopavonden en openingstijden tot laat op de avond. En dat is nog niet het einde; het kan hier in Nederland nog veel gekker worden. De kans op genezing is groot, maar het probleem moet wel onderkend worden.”

*Naar een artikel in Elsevier,  
juni 2003*

- 1p 7 De tekst begint met een vetgedrukte inleiding. Wat is het doel van deze inleiding?
- A aan de lezer duidelijk maken hoe de tekst opgebouwd is
  - B de aandacht van de lezer trekken met enkele aansprekende voorbeelden
  - C een samenvatting geven van de rest van het artikel
  - D enkele belangrijke personen uit de tekst aan de lezer voorstellen
- 1p 8 In de inleiding staan drie vragen. In welke alinea staat een duidelijk antwoord op deze vragen?
- A in alinea 1
  - B in alinea 4
  - C in alinea 5
  - D in alinea 6
- 1p 9 Welk kopje past het beste boven alinea 3?
- A Ikea
  - B Ooghoogte
  - C Schuld
  - D Slachtoffer

- 1p **10** Wat is het verband tussen alinea 3 en 4?
- A** Alinea 3 en 4 vormen een opsomming.
  - B** Alinea 3 en 4 vormen een tegenstelling.
  - C** Alinea 4 noemt een voorbeeld bij wat er in alinea 3 wordt verteld.
  - D** Alinea 4 noemt gevolgen en alinea 3 noemt oorzaken.
- 2p **11** Welke gevolgen van koopverslaving noemt Carien Karsten in alinea 4?
- 1p **12** Een schrijver heeft altijd een doel met een tekst.  
Wat is de bedoeling van de schrijver van deze tekst?
- A** amuseren en overtuigen
  - B** amuseren en tot handelen aanzetten
  - C** informeren en overtuigen
  - D** informeren en tot handelen aanzetten

**Let op: de overige vragen van dit examen staan op de volgende pagina's.**

## Tekst 3



### Nu geopend: **buiten**<sup>®</sup>

Eindelijk is het zover. Alles onder één dak en het hele jaar open. Op blote voeten picknicken in de zon, of met je kaplaarzen springen in de modder. Goed door het stof gaan op de fiets, of gewoon niets doen. Je vindt het buiten en het is vanaf nu geopend.

naar  
**buiten**<sup>®</sup>



Staatsbosbeheer doet meer dan alleen natuurbeheer. **buitencentra** | informatie en beleving op locatie  
**buitenleven** | vakantiewoningen en kampeerterreinen **buitenbinnen** | houten meubels van eigen bodem

[www.staatsbosbeheer.nl](http://www.staatsbosbeheer.nl)



*De tekst in de witte rechthoek binnen de foto is de volgende:*

**Nu geopend: *buiten*<sup>®</sup>**

Eindelijk is het zover. Alles onder één dak en het hele jaar open. Op blote voeten picknicken in de zon, of met je kaplaarzen springen in de modder. Goed door het stof gaan op de fiets, of gewoon niets doen. Je vindt het buiten en het is vanaf nu geopend.

**Nu geopend: buiten**

Velen denken bij de naam Staatsbosbeheer vooral aan boswachters, de mensen die als 'groene politieagenten' de bossen controleren. Maar Staatsbosbeheer doet veel meer. De organisatie zorgt voor behoud en herstel van onze natuur- en recreatiegebieden.

In de beeldtekst wordt een lint doorgeknipt. Normaal gesproken wordt dat gedaan bij de feestelijke officiële opening van een nieuw gebouw, een nieuwe winkel of een nieuwe weg.

- 1p 13 Wat is de belangrijkste bedoeling van de foto in deze advertentie?  
De afbeelding is vooral bedoeld om
- A de aandacht van de lezer te trekken.
  - B de lezer belangrijke informatie te geven die niet in de tekst staat.
  - C de tekst van de de advertentie begrijpelijk te maken.
  - D duidelijk te maken dat de advertentie over Staatsbosbeheer gaat.

### Geen cadeaus voor personeel van Schiphol

- 1 Sinds 6 november 2006 is het volgens een Europese wet verboden om meer dan 90 milliliter vloeistof (zeg maar een kleine tube) mee aan boord van een vliegtuig te nemen. Nogal wat mensen worden hierdoor tijdens de vakantieperiode onaangenaam verrast. Ze laten hun handbagage controleren bij het instappen en moeten plotseling allerlei spullen afgeven. Niet alleen vloeibaar materiaal, maar ook scherpe voorwerpen zoals pincetten, nagelschaartjes of kostbare Zwitserse zakmessen. Wat gebeurt er vervolgens met die spullen?**
- 2 Als je het aan de passagiers vraagt, zeggen ze bijna allemaal hetzelfde. “Ik weet het zeker: die controleurs pikken het natuurlijk zelf in; het is gewoon een schande!” Anderen zijn minder kwaad: “Ik kan ze geen ongelijk geven. Al die dure parfums, de dure wijnen en alle andere waardevolle vloeistoffen nemen ze toch zeker lekker zelf mee naar huis? Of ze geven ze als cadeautjes weg aan hun echtgenotes of familieleden.”
- 3 Er zijn passagiers die willen voorkomen dat anderen hun spullen gebruiken. Daarom drinken ze bliksemsnel enkele flesjes drank achter elkaar op, of spuiten uit protest een heel flesje parfum of deodorant over zich heen. Dat levert dan uiteraard weer boze blikken op van de medepassagiers. Zo betekent het gedwongen inleveren van vaak dure aankopen voor veel mensen een slecht begin of een vervelend einde van de vakantie.
- 4 Elke dag wordt alleen al op Schiphol 420 liter drank, 320 kilo cosmetica en 60 kilo deodorant in beslag genomen. De directie van de luchthaven ontkent dat de dure luchtjes en dranken stiekem door medewerkers kunnen worden meegenomen naar huis. “Simpel: het is verboden. De hele bagagecontrole staat onder toezicht van de politie, zelfs met camera’s, dus het is ook niet mogelijk”, zegt een woordvoerder van de luchthaven beslist. “Het personeel moet de dranken, deodorants en alle andere spullen in afgesloten bakken doen.”
- 5 “We zien helaas dat nog steeds te veel mensen niet op de hoogte zijn van de nieuwe regels. Wie op reis gaat, zorgt toch dat hij goed voorbereid is, zou je denken. Maar dat valt in de praktijk nogal tegen. Dat is vervelend, want nu worden ze boos op ons, terwijl wij alleen maar de regels handhaven. Wij vertellen de passagiers altijd precies wat er met hun spullen gebeurt. Het is jammer dat ze ondanks alles nog steeds denken dat we de spullen zelf houden, maar daar kunnen we niets aan doen”, aldus de woordvoerder.
- 6 De passagiers zien hun spullen nooit meer terug. Het is onbegonnen werk om alles naar het huisadres op te sturen. De vloeistoffen worden uiteindelijk in containers gestopt die worden afgevoerd en vernietigd. Van de scherpe voorwerpen worden de echt gevaarlijke spullen zoals stiletto’s ingenomen door de douane. De ongevaarlijke, zoals nagelschaartjes, briefopeners en zakmesjes, worden eigendom van Schiphol. Na verloop van tijd worden ze naar een veiling gebracht, samen met alle

andere verloren of achtergelaten voorwerpen.

### Drugs

- 7 Met het veilen van achtergebleven koffers is de luchthaven overigens enkele jaren geleden gestopt. Slimme criminelen hadden namelijk ontdekt dat het een ideale manier zou zijn om drugs het land binnen te smokkelen. Ze lie-

ten hun koffer met heroïne na de vlucht gewoon op de band staan en kochten die een paar maanden later terug op de veiling. Daarom wordt tegenwoordig alle bagage die niet wordt teruggehaald, vernietigd door een gespecialiseerd bedrijf. Samen met de in beslag genomen dranken, parfums en deodorants dus.

*Naar een artikel van Peter de Waard,  
www.volkskrantreizen.nl, 29 augustus 2007*

- 1p 14 De tekst begint met een vetgedrukte inleiding. Wat is het doel van deze inleiding?
- A de lezer amuseren met enkele aansprekende voorbeelden
  - B de opbouw van de tekst duidelijk maken
  - C een samenvatting geven van de rest van het artikel
  - D het onderwerp van de tekst aankondigen
- 1p 15 Alinea 1 eindigt met de vraag "Wat gebeurt er vervolgens met die spullen?" In welke alinea's wordt antwoord gegeven op deze vraag?
- A in alinea's 4 en 5
  - B in alinea's 4, 6 en 7
  - C in alinea's 5, 6 en 7
- 1p 16 Een tekst kan een of meerdere feiten bevatten, maar ook meningen van de schrijver of van andere personen. Wat tref je aan in alinea 2?
- A alleen feiten
  - B alleen de mening van de schrijver
  - C feit(en) en de mening van de schrijver
  - D feit(en) en de mening van anderen
- 1p 17 Welk kopje past het beste boven alinea 4?
- A Camera's
  - B Cosmetica
  - C Deodorant
  - D Toezicht
- 1p 18 Een schrijver heeft altijd een doel met een tekst. Wat is de belangrijkste bedoeling van de schrijver van deze tekst?
- A amuseren
  - B informeren
  - C overtuigen
  - D tot handelen aanzetten

- 1p 19 Welke zin geeft het beste de hoofdgedachte van de tekst weer?
- A Ieder voorwerp dat op Schiphol in beslag genomen wordt, wordt vernietigd.
  - B Personeel op Schiphol mag geen in beslag genomen spullen meenemen.
  - C Politie houdt met camera's toezicht op de bagagecontrole op Schiphol.
  - D Veel mensen denken dat personeel van Schiphol spullen mee naar huis neemt.

## Tekst 5

### Weten kinderen meer van computers dan hun ouders?

- 1 **Bijna alle gezinnen hebben de beschikking over één of meer computers. Het apparaat is helemaal ingeburgerd, sterker nog, het is niet meer weg te denken uit het dagelijkse leven. Jongeren van tegenwoordig zijn opgegroeid met de pc. In hun ogen heeft de computer altijd bestaan. Zij kunnen zich niet voorstellen dat hun ouders vroeger konden leven zonder deze alleskunner. Langere tijd is er gesproken van 'de digitale kloof': het feit dat kinderen veel meer zouden weten van de computer dan hun ouders. Maar bestaat die digitale kloof tegenwoordig nog wel?**
- 2 Vaders en moeders weten nog heel goed dat ze op de middelbare school allerlei verslagen moesten inleveren. Boekverslagen en andere werkstukken, vaak was het uren en uren typewerk op een ouderwetse typemachine. En als je een foutje had getikt? Tja, dan had je een probleempje. Om maar te zwijgen van het verliezen of beschadigen van je verslag. Dan kon je helemaal opnieuw beginnen.
- 3 Toen de computer zijn opmars maakte, waren de ouders van nu al van school af. Zij hebben op dat gebied dus niet kunnen profiteren van heerlijke programma's als tekstverwerkers en zoekmachines. Als je nu een typefout maakt, druk je op de delete-toets. Als je je verslag eenmaal opgeslagen hebt, kun je het bijna niet meer kwijtraaken. Het grootste voordeel is echter, dat je met zoekmachines gewoon hele verslagen van het internet kunt halen, zodat je nog meer tijd wint.
- 4 Het maakt een groot verschil of je op latere leeftijd iets nieuws moet leren of dat je opgroeit met iets wat voor jou heel vanzelfsprekend is. Je ziet vaak dat ouders die bijvoorbeeld iets willen downloaden, hulp inroepen van hun kind. Die schuift pa of ma aan de kant, rammelt even op de toetsen en het is geregeld. Na vijf minuten kan pa naar zijn favoriete muziek luisteren, maar heeft hij nog steeds niets geleerd. Kinderen pikken dit soort dingen nou eenmaal sneller op en lijken in de ogen van hun ouders zogenaamde whizzkids. Kinderen beschouwen hun ouders als digibeten, mensen die totaal niets weten van computers. Ziedaar hoe een digitale kloof kan ontstaan.
- 5 In opdracht van het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP) is er in het voorjaar van 2007 onderzoek gedaan naar het bestaan van deze kloof. De resultaten van het onderzoek stonden in het rapport "Nieuwe Links in het Gezin". Ruim 1500 tieners tussen 13 en 18 jaar werkten mee, evenals ruim

1000 ouders. De conclusie: er zijn zeker verschillen, maar je kunt niet echt spreken van een kloof. Op sommige gebieden zijn ouders zelfs veel beter dan hun kinderen.

- 6 Kinderen winnen het op het gebied van omgaan met de muis, de knoppen en de menu's op een computer. Zij zien sneller in dat één knop verschillende functies kan hebben. Deze vaardigheden zijn veelal te vergelijken met de bediening van hun mobieltjes. In het werken met computerprogramma's zijn de verschillen echter te verwaarlozen. Tot zover noteren we dus een licht voordeel voor de jeugd.

- 7 Het grote probleem voor jongeren is dat ze niet altijd in staat zijn om informatie die ze op internet vinden, te beoordelen. Op dat gebied kunnen ze dus nog veel leren van hun ouders of docenten. Volwassenen kunnen veel beter inschatten of ze de juiste informatie hebben gevonden. Tieners zijn heel snel tevreden als ze iets gevonden hebben. Ze denken: "Zo, klaar. Inleveren maar!", terwijl ze de inhoud van hun werk amper beoordeeld hebben. De digitale kloof is dus niet zo groot als gedacht werd, de voorsprong van de jeugd valt mee. Soms is het verschil in computerkennis juist andersom. Denk daar maar eens over na!

*Naar een artikel van Jan Benjamin,  
NRC.nl, 22 augustus 2008*

- 1p **20** In de inleiding staan beweringen over computers in gezinnen. Welke bewering noemt een mogelijke oorzaak voor de digitale kloof tussen ouders en kinderen?
- A Bijna alle gezinnen hebben de beschikking over één of meer computers.
  - B De computer is niet meer weg te denken uit het dagelijkse leven.
  - C Kinderen weten meer van computers dan hun ouders.
  - D Ouders zijn niet opgegroeid met een computer.
- 1p **21** Alinea 1 eindigt met een vraag. In welke alinea('s) staat het antwoord op deze vraag?
- A alleen in alinea 5
  - B alleen in alinea 6
  - C alleen in alinea 6 en 7
  - D in alinea 5, 6 en 7
- 1p **22** Welk kopje past het beste boven alinea 4?
- A Digibeten
  - B Digitale kloof
  - C Downloaden
  - D Whizzkids

- 1p **23** Wat is het verband tussen alinea 6 en 7?
- A Alinea 6 en 7 vormen een opsomming van wat kinderen allemaal kunnen.
  - B Alinea 6 en 7 vormen een tegenstelling tussen wat kinderen en wat ouders beter kunnen.
  - C Alinea 7 noemt een gevolg van wat er in alinea 6 wordt verteld.
  - D Alinea 7 noemt een voorbeeld bij wat er in alinea 6 wordt verteld.
- 1p **24** Wat is de bedoeling van de laatste alinea?
- A alleen een advies geven
  - B alleen een conclusie geven
  - C alleen een samenvatting geven
  - D een advies, conclusie én samenvatting geven
- 1p **25** Een schrijver heeft altijd een doel met een tekst.  
Wat is de belangrijkste bedoeling van de schrijver met deze tekst?  
Hij wil de lezer
- A amuseren met leuke wetenswaardigheden over de computer.
  - B ervan overtuigen dat kinderen meer weten van computers dan hun ouders.
  - C informeren over hoe groot of hoe klein de digitale kloof is.
  - D overhalen om computercursussen te gaan volgen.
- 1p **26** Welke zin geeft het beste de hoofdgedachte van deze tekst weer?
- A De ouders van nu waren al van school af toen de computer thuis en op school populair werd.
  - B Er is een groot verschil tussen op latere leeftijd iets nieuws leren en opgroeien met iets wat vanzelfsprekend is.
  - C Kinderen kunnen veel beter omgaan met muizen, knoppen en menu's op computers.
  - D Uit onderzoek blijkt dat het verschil in computerkennis tussen ouders en kinderen niet zo groot is als gedacht.

**Let op: de laatste opdracht van dit examen staat op de volgende pagina.**

# Schrijfpdracht

---

## Schrijfpdracht: Klachtenbrief rekenmachine

Je hebt in augustus van dit schooljaar bij Van de Veght Educatie in Culemborg een rekenmachine, de Math FX 82, gekocht. Je hebt deze tegelijkertijd met je schoolboeken besteld.

Vorige week kwam je er tijdens de wiskundeles achter dat de rekenmachine niet meer wilde starten. Je wilt heel graag dat er een oplossing voor dit probleem komt. Als je gaat zoeken in de spullen die bij je rekenmachine horen, vind je het garantiebewijs. Daarin staat dat je een jaar garantie hebt op de rekenmachine, als je de aankoopbon meestuurt. Helaas heb je die niet meer. Je hebt nog wel het garantiebewijs en je klantnummer bij Van de Veght: G36111.

Omdat je de rekenmachine hard nodig hebt, besluit je om een klachtenbrief te sturen naar Van de Veght Educatie, Dieselstraat 1, postcode 4163 AE in Culemborg. Je dateert je brief op 12 mei 2010.

Je legt hierin uit wat het probleem met de rekenmachine is. Je vertelt ook dat je nog een jaar garantie hebt op de machine, maar dat je de aankoopbon niet meer hebt.

Je vermeldt daarom je klantnummer in de brief en je zegt als bijlage ook een kopie van het garantiebewijs mee te sturen. Je hoopt dat de firma een oplossing heeft voor je probleem.

Tot slot bedank je vooraf voor het afhandelen van de klacht.

12p **27** Opdracht: Schrijf een keurige brief naar Van de Veght Educatie.

Neem hierin de volgende onderdelen op:

- uitleg van het probleem met de rekenmachine
- vermelding garantie
- het probleem met de aankoopbon
- vermelding van je klantnummer
- vermelding van een kopie garantiebewijs als bijlage
- het verzoek om een oplossing van het probleem
- een bedankje

Let er op dat je alles vermeldt in je klachtenbrief en dat je een goede indeling maakt.

*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 Examens is verantwoordelijk voor vorm en inhoud van dit examen.*

---

### Bronvermelding

Een opsomming van de in dit examen gebruikte bronnen, zoals teksten en afbeeldingen, is te vinden in het bij dit examen behorende correctievoorschrift, dat na afloop van het examen wordt gepubliceerd.