

**Examen VMBO-BB**

**2016**

tijdvak 1  
woensdag 18 mei  
13.30 - 15.00 uur

**Nederlands CSE BB**

Bij dit examen hoort een uitwerkbijlage.

Beantwoord alle vragen en maak alle opdrachten in de uitwerkbijlage.

Dit examen bestaat uit 28 vragen en een schrijfopdracht.  
Voor dit examen zijn maximaal 40 punten te behalen.  
Voor elk vraagnummer staat hoeveel punten met een goed antwoord behaald kunnen worden.

### Paard als spiegel

**(1) Ooit op een paard gezeten dat absoluut niet deed wat jij wilde? Dat links in plaats van rechts ging? Grote kans dat je niet lekker in je vel zat of gestrest was. Paarden voelen zulke dingen aan. Met die gave kunnen ze een spiegel van jouw leven zijn. Ben je op de goede weg in je carrière, heb je vervelende eigenschappen waaraan je zou moeten werken of juist heel positieve waaruit je meer zou kunnen halen?**

**(2)** Paarden voelen van nature aan wat de emoties zijn van diegene met wie ze contact hebben. Ze reageren niet op verstandelijke denkprocessen, maar spiegelen de, vaak onbewuste, gevoelens van mensen. Veel praktijken in coaching met paarden maken gebruik van deze eigenschap. Het doel van de coaching is mensen te helpen bij onzekerheid, angst en stress, maar bijvoorbeeld ook teams beter te laten samenwerken. In Nederland zijn verschillende plekken waar paarden je duidelijk maken hoe je jezelf kunt ontwikkelen, of dat nu zakelijk of privé is. Een van de coaches is Sascha Schalkwijk uit Amsterdam. 'Aarden met Paarden' is de toepasselijke naam van haar praktijk.

**(3)** "Paarden zijn een spiegel. Ze trappen niet in schijnhoudingen, maar prikken daar feilloos doorheen. Doe jij je stoer voor, maar ben je eigenlijk onzeker, dan zal dat tijdens de sessie onherroepelijk duidelijk worden", stelt Sascha Schalkwijk,

paardentrainer, psycholoog en communicatietrainer. Bijna 90% van onze communicatie is fysiek. "Het gaat er om dat je eenduidig bent, dat geest en lichaam op één lijn zitten." Tijdens een sessie probeert iemand een paard van punt A naar punt B te leiden. Halverwege zet het dier zijn begeleider klem door te veel naar links te lopen. "Een paard zal zich alleen laten leiden door iemand die het vertrouwt. Op het moment dat jij er geestelijk niet volledig achter staat, zal het paard je niet vertrouwen en je dus niet volgen."

**(4)** Sascha Schalkwijk vertaalt het gedrag van de paarden niet voor haar deelnemers. "De paarden brengen jouw dagelijks leven naar boven, maar je moet zelf achterhalen welke onderwerpen uit jouw leven het paard jou laat zien. Door de juiste vragen te stellen, probeer ik dit voor de deelnemers duidelijk te maken." Zo ging een van haar paarden eens meteen voor de voeten van een deelnemster op de grond liggen. "Zij voelde het als een geruststelling. Ze was erg onzeker over alles: werk, gezin, vrienden. Dit paard vertelde haar dat het niet nodig was zo onzeker te zijn."

**(5)** De coachingsessies van Sascha worden door uiteenlopende mensen gevolgd. Bijvoorbeeld door personen die even niet weten hoe het verder moet met hun bedrijf. Zoals Marieke van Meijeren. Zij vertelt: "Ik wilde weten of ik mensen, zonder met ze te praten, kan inspireren. Ik moest één

van de paarden naar de andere kant van de wei leiden, maar diep van binnen wilde ik eigenlijk alleen maar een beetje met ze rondhangen. Het paard liep dus niet mee. Toen greep Sascha in en hadden we een gesprek waardoor ik opeens wél echt wilde. Het paard volgde. Niet alleen dat ene paard, maar de rest van de groep ook. Dat was heel bijzonder.”

**(6)** Ook tijdens teamuitjes wordt gebruikgemaakt van Sascha’s vaardigheid om bruggen te slaan tussen de ‘spiegel’ van het paard en de dagelijkse praktijk op een afdeling. “Als een manager roept: ‘We gaan ervoor’, maar er ondertussen eigenlijk niet bij is met zijn hoofd, dan zal zijn personeel

hem niet snel volgen. Misschien heeft de manager zelfs helemaal geen leiderscapaciteiten. Zo’n sessie kan dan zeer zinvol zijn.”

**(7)** Sascha werkt ook met dieren van cliënten zelf. “Soms werkt het niet tussen een eigenaar en het paard. Vaak komt dat ook doordat de eigenaar iets anders uitdraagt dan hij voelt. Het dier krijgt dan gemengde signalen, raakt in de war en gaat tegendraads doen. Ik probeer tijdens zo’n sessie de vinger op de zere plek te leggen. Dat lukt gelukkig vrijwel altijd.”

*naar een artikel van Nienke Oort, de Telegraaf, 7 september 2013*

- 1p 1 De eerste alinea van een tekst kan onder andere de volgende bedoelingen hebben:
- 1 nieuwsgierigheid wekken door enkele opvallende feiten te noemen
  - 2 de opbouw van de tekst aangeven
  - 3 een kritisch standpunt innemen
- Welke bedoeling of bedoelingen heeft de eerste alinea van de tekst ‘Paard als spiegel’?
- A alleen 1
  - B 1 en 2
  - C 1 en 3
  - D 2 en 3
  - E 1, 2 en 3
- 1p 2 Wat is het verband tussen alinea 1 en 2?
- A Alinea 1 en 2 vormen een tegenstelling.
  - B Alinea 2 snijdt een nieuw onderwerp aan.
  - C Alinea 2 trekt een conclusie uit gegevens uit alinea 1.
  - D Alinea 2 werkt de informatie uit alinea 1 verder uit.

- 1p 3 In alinea 2 staat de zin: “Veel praktijken in coaching met paarden maken gebruik van deze eigenschap.”  
Welke eigenschap van paarden wordt hier bedoeld?
- A het aanvoelen van emoties bij mensen
  - B het contact kunnen maken met mensen
  - C het helpen bij de samenwerking tussen mensen
  - D het reageren op het verstand bij mensen
- 1p 4 Wat is het verband tussen alinea 5 en 6?
- A Alinea 5 en 6 vormen een opsomming.
  - B Alinea 5 en 6 vormen een tegenstelling.
  - C Alinea 6 noemt een gevolg van wat er in alinea 5 wordt verteld.
  - D Alinea 6 noemt een voorbeeld bij wat er in alinea 5 wordt verteld.
- 1p 5 Welk kopje geeft het beste de inhoud weer van alinea 5?
- A Bijzondere ervaring
  - B Communicatie met paarden
  - C Omgaan met paarden
  - D Sascha Schalkwijk
- 1p 6 Wat is de hoofdgedachte van deze tekst?
- A Een paard laat zich alleen leiden door iemand die het vertrouwt.
  - B Je kunt jezelf beter leren kennen door om te gaan met paarden.
  - C Op veel locaties in Nederland kun je leren om met paarden om te gaan.
  - D Wie met paarden omgaat, moet eerlijk communiceren.
- 1p 7 Wat is de bedoeling van de laatste alinea?
- A een advies geven
  - B een nieuw gegeven inbrengen
  - C een samenvatting geven
  - D een waarschuwing geven
- 1p 8 Wat is het doel van de tekst?
- A de lezer informeren
  - B de lezer overtuigen
  - C de lezer tot handelen aanzetten
  - D de lezer waarschuwen

### Verkooppraatjes aan de deur

**(1) De bel van een Utrechtse rijtjeswoning gaat en een twintiger in een T-shirt met een logo van een bekende kabelmaatschappij staat voor de deur. “U wilt toch ook sneller internet voor minder geld?”, begint hij zijn verhaal. Hij is niet de enige die aanbelt met een verkooppraatje. Laatst kwamen werkstudenten langs om Artsen zonder Grenzen aan de man te brengen, anderen belden aan namens een energiematschappij.**

**(2)** ‘Direct dialogue’ heet deze steeds meer gebruikte methode, waarbij tot verkoper opgeleide jongeren op straat of aan de deur klanten proberen te werven via een ‘gesprek’. Behalve energie-matschappijen en kranten maken ook tientallen goede doelen er gebruik van. Bijvoorbeeld omdat het werven per telefoon lastiger is geworden door de instelling van het Bel-me-niet Register.

**(3)** Het wordt sommige bewoners wat veel. Op hun deuren zijn stickers geplakt met de boodschap: “Wij maken zelf uit waaraan we doneren.” “Ik ben erg onaardig geweest tegen zo’n aanbeller, dat had ik misschien niet zo moeten doen”, zegt een bewoner. “Het is niet leuk meer. Ik krijg ondertussen een hekel aan goede doelen.”

**(4)** Bij een aantal wervingsbureaus groeit het besef dat de effectiviteit van de methode kan dalen, als bewoners geïrriteerd raken. Er zou

daarom een maximum moeten worden gesteld aan het aantal keren dat er bij een huis mag worden aangebeld voor goede doelen. Over hoe dat te regelen, woedt nu een stevige discussie in de sector. Want hoe irritant mensen het ook vinden thuis gestoord te worden, de methode blijft lonend, ondanks de relatief hoge kosten.

**(5)** De aanbeller van deze zaterdag is in dienst bij Pepperminds, een van de grote wervingsbureaus. Het doel van de wervers is dat zo veel mogelijk mensen ‘schrijven’; zo noemen ze het als een bewoner een donatieformulier invult. Niet alleen voor het goede doel, maar ook voor de eigen portemonnee; deze huis-aan-huis-werver krijgt, op zijn vaste salaris, 6 euro voor elke binnengehaalde donateur, vertelt hij. Hij spreekt openlijk over het werk dat hij al een aantal jaren doet, maar vertelt niet zijn naam. De werver loopt graag voor goede doelen als de KWF Kankerbestrijding, en rekt voor: belt hij bij 200 deuren aan, dan wordt er bij 150 opgedaan. Aan gemiddeld zeven daarvan kan hij een donateurschap of loten verkopen voor dit goede doel. De goede doelen zeggen genoodzaakt te zijn op deze manier te werven, omdat de meeste mensen niet uit zichzelf geld doneren. “Het is voor ons de meest kostenefficiënte methode, waarmee we jaarlijks tienduizenden nieuwe donateurs werven, die het goede doel een langere tijd blijven steunen. Uit een groep die we anders niet

hadden kunnen bereiken”, zegt een woordvoerder van KWF Kankerbestrijding.

**(6)** Vier bureaus, drie grote en een kleine, hebben afgesproken dat per huis maximaal één keer per maand mag worden aangebeld door een vertegenwoordiger van een goed doel. Hiertoe hebben ze zich verenigd in de branchevereniging Direct Dialogue Donateurswerving Nederland (DDDn), naar eigen zeggen goed voor ruim 80 procent van deze markt. “Als iedereen zich aan dit systeem zou houden, zouden er minder klachten zijn”, zegt directeur Henk Dokter van DDDn.

**(7)** Henk Dokter vindt dat de goede doelen alleen in zee zouden moeten gaan met bureaus die bereid zijn afspraken te maken over een maximum aantal bezoeken per deur. Hij is in gesprek met tien grote goede doelen over hoe de overlast te beperken. Anderen vinden dat het doel de middelen heiligt. “Hoe erg is het om tijdens het eten gestoord te worden voor de honger in Afrika?”, zegt Jaap Zeekant, oprichter van het Vakblad Fondsenwerving en veertig jaar betrokken bij de sector. Zeekant is geen voorstander van een opgelegd rooster. “Niemand heeft onderzocht wat het maximale aantal aanbellende vertegenwoordigers van

goede doelen is zonder irritatie voor bewoners. Veel mensen gooien alle partijen die aan de deur komen op één hoop: de energiemaatschappijen, kabelmaatschappijen en de dakgootschoonmakers.”

Veel goede doelen kunnen volgens hem hun werk niet doen zonder de inkomsten uit de werving aan de deur en op straat. Als deze vorm aan banden wordt gelegd, lopen ze veel inkomsten mis. DDDn-directeur Dokter: “Dan kunnen de dokters van Artsen zonder Grenzen geen ebola bestrijden. Daarnaast gaat het om tienduizenden banen voor jongeren, het commercieel talent van Nederland begint bij deze bureaus.”

**(8)** “Het is een leerzame baan, waarin je veel mensenkennis opdoet”, vertelt de werver van KWF Kankerbestrijding. Voordat hij zich weer voegt bij zijn collega’s om bij de volgende Utrechtse deur aan te bellen, zegt hij: “Ik zie veel collega’s technieken uit ons werk toepassen in hun dagelijkse leven; als ze iets gedaan willen krijgen van iemand, bijvoorbeeld. Het verdient bovendien goed.”

*naar een artikel van Charlotte Huisman, de Volkskrant, 4 september 2014*

- 1p 9 Wat is de bedoeling van de vetgedrukte inleiding?  
De bedoeling is om
- A de aandacht van de lezer te trekken door middel van een uitspraak.
  - B de lezer aan het denken te zetten door het stellen van een centrale vraag.
  - C een personage te introduceren dat in de tekst een belangrijke rol speelt.
  - D een sprekend voorbeeld te geven dat in de tekst wordt uitgewerkt.
- 1p 10 Wat is het verband tussen alinea 1 en alinea 2?
- A Alinea 1 en alinea 2 vormen samen een opsomming.
  - B Alinea 1 en alinea 2 vormen samen een tegenstelling.
  - C Alinea 2 geeft een toelichting op wat er in alinea 1 gezegd wordt.
  - D Alinea 2 is een herhaling van de informatie uit alinea 1.
- 1p 11 Welk kopje geeft het beste de inhoud van alinea 3 weer?
- A Lastige bewoners
  - B Meer geld geven
  - C Stickers plakken
  - D Te veel van het goede
- 1p 12 In alinea 4 staat “de methode blijft lonend”.  
Welke woorden die eerder genoemd worden in de tekst, kunnen het woord “methode” hier vervangen?
- A direct dialogue
  - B gebruik van het Bel-me-niet Register
  - C het stellen van een maximum
  - D werven per telefoon
- 1p 13 Wat is de hoofdgedachte van alinea 4?
- A Direct dialogue is een dure en soms ergerlijke manier om donateurs te werven, maar heeft wel resultaat.
  - B Het zoeken naar geschikte mensen die zich voor goede doelen willen inzetten, is een lastig proces.
  - C Mensen doneren vooral aan goede doelen die redelijk bekend zijn voor ze.
  - D Over het algemeen doen te weinig mensen hun deur open wanneer er een huis-aan-huis verkoper aanbelt.

- 1p 14 In alinea 6 zegt Henk Dokter “Als iedereen zich aan dit systeem zou houden, zouden er minder klachten zijn.”  
Welk systeem wordt hier bedoeld?  
Het systeem
- A dat er alleen voor erkende goede doelen bij een huis mag worden aangeboden.
  - B dat er een maximum aantal keren is vastgesteld waarop er bij een huis mag worden aangeboden.
  - C dat er een vast protocol is dat voorschrijft hoe wervers zich aan de deur moeten gedragen.
  - D dat er een vastgelegde tekst is die wervers aan de deur moeten gebruiken.
- 1p 15 Een tekst kan bestaan uit feiten, de mening van de schrijver en de mening van deskundigen.  
Wat tref je aan in alinea 7 van deze tekst?
- A alleen de mening van de schrijver
  - B alleen feiten
  - C feiten en de mening van de schrijver
  - D feiten en de mening van deskundigen
- 1p 16 Wat is de bedoeling van de laatste alinea?  
De laatste alinea
- A belicht de negatieve kanten van het doneren aan goede doelen.
  - B geeft een advies over hoe je technieken van wervers kunt gebruiken in het dagelijkse leven.
  - C geeft een conclusie over de baan als werver.
  - D spreekt een toekomstverwachting uit over de manier van werven van donateurs voor goede doelen.
- 1p 17 Wat is de belangrijkste bedoeling van de schrijver van deze tekst?  
De schrijver wil de lezer vooral
- A amuseren met een luchtig verhaal dat gaat over straatverkopers aan de deur.
  - B informeren over de manier waarop er gewerkt wordt bij de werving van donateurs voor goede doelen.
  - C overhalen om mensen te laten ophouden met zomaar geld te geven aan mensen die aanbellen.
  - D overtuigen dat het geld dat mensen geven aan goede doelen, goed terecht komt.



### Trainen zonder toeters en bellen

**(1) Budgetfitness groeit erg snel. In uitgeklede sportscholen met vaak maar één personeelslid kun je voor een paar euro per maand onbeperkt trainen. Spinnen doe je virtueel. (Je volgt de instructies van een virtuele sportinstructeur op een groot beeldscherm.) Is dat erg? “Juist prettig dat niemand kijkt of ik het wel goed doe.”**

**(2)** Met een geplastificeerd trainingsschema voor de beginnende sporter in de hand, loopt Isabel van Kollenburg zoekend langs de rijen krachtapparatuur in een sportcentrum in Maastricht. “Ik snap helemaal niets van dit apparaat”, lacht ze en ze tuurt nog maar eens naar de instructies. Professionele hulp van de jongen achter de balie verwacht ze niet voor een abonnement van 15 euro per maand. “Dat is onrealistisch.” En daarom nam ze studiegenoot Hendrik Jan Soet mee voor steun. Hij ziet vandaag voor de tweede keer in zijn leven een sportschool van binnen. “Maar samen komen we er wel uit.”

**(3)** Budgetfitness wint terrein in Nederland. Veel bedrijven bieden in relatief eenvoudige ruimtes een hele reeks aan cardio- en krachtapparatuur. Daarop kunnen leden zich voor een bedrag van rond de 15 euro per maand op eigen houtje uitleven. De filosofie: ‘what you pay is what you get’ (je krijgt waarvoor je betaalt). Luxe extra’s als een sauna en een sapbar zijn er niet. Begeleiding is er niet of nauwelijks, tenzij je extra betaalt. Openings-

tijden, personele bezetting en aanbod variëren. Zo bieden enkele bedrijven, naar eigen zeggen, wel gratis begeleiding en voor een meerprijs groepslessen met instructeur. Andere beperken zich met een instructeur op een beeldscherm tot virtuele work-outs als spinning en bodypump.

**(4)** Het klinkt misschien allemaal wat minder gezellig dan de oude, vertrouwde sportschool. Maar volgens Paul Haver, onderzoeker bij het onafhankelijke Mulier Instituut, voorzien betaalbare fitnesscentra in een grote behoefte. “Scherpere prijzen maken fitnesscentra toegankelijker voor lage inkomensgroepen. Uit onderzoek naar budgetfitness in Engeland blijkt dat deze centra niet alleen interessant zijn voor ervaren fitnessliefhebbers. Ook niet-sporters worden verleid te gaan bewegen. Dat levert maatschappelijk rendement op.” Er is nog geen onderzoek gedaan naar hoeveel niet-sporters in Nederland uiteindelijk aan de slag gaan door budgetfitness. Haver: “Maar uit informatie van ondernemers blijkt wel degelijk dat ze nieuwe doelgroepen binnenkrijgen.” De vraag is natuurlijk voor hoe lang.

**(5)** Bij de vestiging in Maastricht zijn vandaag vooral ervaren sporters actief. Zoals Sandra Roox. Zij stapte puur vanwege de prijs over. “In mijn oude sportschool betaalde ik 90 euro per maand. En voor wat? Begeleiding heb ik niet meer nodig. Omdat ik altijd heb gesport, weet ik zo

onderhand wel wat ik moet doen.” Ook Patricia Heynen wisselde puur vanwege het geld. “Ik betaal nu minder voor betere apparatuur en een groter aanbod. Zo hoef ik hier overdag nooit te wachten tot de loopband vrij is.”

**(6)** Het idee dat budgetclubs bekibbelen op de kwaliteit van apparatuur om kosten te drukken, is volgens Haver onzin. “Vaak staat er juist apparatuur van A-merken. Dat is de basis, voor al het andere betaal je extra.” Zo kun je een personal coach inschakelen om persoonlijke doelen te bereiken. Maar de meeste leden zitten helemaal niet te wachten op een gedreven instructeur die vertelt dat er wel wat gewicht bij mag. “Ik bouw mijn training wel zelf op”, zegt Patricia Heynen. En als het zo uitkomt, volgt ze wel een keer een virtuele groepsles. Niet vreemd, met

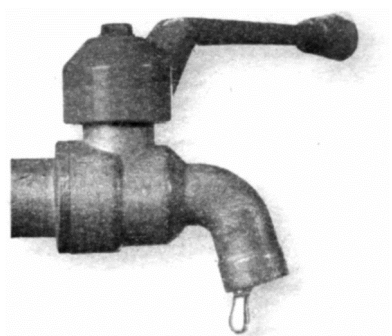
zo’n schermpje? “Nee, ik vind het juist fijn zonder instructeur die de les onderbreekt om te kijken of ik het wel helemaal goed doe. Op mijn werk moet ik al genoeg presteren, dat hoeft voor mij niet ook nog eens in de sportschool.”

**(7)** Of er ook serieuze doelen worden bereikt? Een van de vaste klanten van de sportschool, Henk Dassen, wijst lachend op zijn buik. “Op een gegeven moment begon het allemaal over de broekriem te hangen. Vreselijk! In het afgelopen jaar kreeg ik er 10 kilo af met roeien en krachttraining. Ik begon met vijftien buikspieroefeningen per keer. Nu doe ik er vijfhonderd.”

*naar een artikel van Ingrid Beckers, de Gelderlander, 28 januari 2014*

- 1p 18 De titel van de tekst is: ‘Trainen zonder toeters en bellen’. Wat wordt met deze uitspraak bedoeld?  
Trainen in een sportschool  
A waar mobiele telefoons uit moeten staan.  
B waarbij geen sportbegeleider aanwezig is.  
C zonder lawaai op de achtergrond.  
D zonder onnodige en dure extra’s.
- 1p 19 Teksten kunnen op verschillende manieren beginnen. Hoe begint deze tekst?  
In alinea 1 van deze tekst wordt  
A een probleem genoemd waarvoor in de tekst oplossingen volgen.  
B een samenvatting gegeven van de inhoud van de tekst die erop volgt.  
C een voorbeeld gegeven bij het onderwerp waar de tekst over gaat.  
D een deskundige over het onderwerp geïntroduceerd.
- 1p 20 Welk kopje geeft het beste de inhoud weer van alinea 3?  
A Cardio- en krachtapparaten  
B Goedkoop fitnessen  
C Luxe extra’s  
D Virtuele work-outs

- 1p 21 “Andere beperken zich met een instructeur op een beeldscherm tot virtuele work-outs als spinning en bodypump.” (alinea 3)  
Wat is een voorbeeld van een virtuele work-out?  
het volgen van
- A een groepsles met instructeur in de sportschool
  - B een op maat gemaakt trainingsprogramma
  - C een sportles thuis via de televisie
  - D een training met een personal trainer
- 1p 22 Wat is het verband tussen alinea 3 en alinea 4?
- A Alinea 4 is een uitwerking van alinea 3.
  - B Alinea 4 trekt een conclusie uit alinea 3.
  - C Alinea 4 vormt een tegenstelling met alinea 3.
  - D Alinea 4 vormt samen met alinea 3 een opsomming.
- 1p 23 Alinea 6 begint met de zin: “Het idee dat budgetclubs bekibbelen op de kwaliteit van apparatuur om kosten te drukken, is volgens Haver onzin.”  
Waarom is dit onzin?
- A De meeste leden hebben helemaal geen behoefte aan dure apparaten.
  - B Het bereiken van persoonlijke doelen is niet afhankelijk van dure apparatuur.
  - C In een budgetclub staat juist meestal kwalitatief goede apparatuur.
  - D Tegenwoordig bestaat er geen apparatuur meer van slechte kwaliteit.
- 1p 24 Wat is de hoofdgedachte van deze tekst?
- A In eenvoudige sportscholen met maar één personeelslid kun je voor een paar euro per maand onbeperkt fitnessen.
  - B Mensen vinden het belangrijk om voor een bedrag van rond de 15 euro per maand op eigen houtje te sporten.
  - C Steeds meer mensen maken gebruik van de mogelijkheid om in een eenvoudige sportschool goedkoop te kunnen fitnessen.
  - D Veel bedrijven in Nederland bieden budgetfitness aan, omdat het goed is voor werknemers.
- 1p 25 Wat is het doel van de tekst?
- A de lezer informeren
  - B de lezer overtuigen
  - C de lezer tot handelen aanzetten
  - D de lezer waarschuwen
- 1p 26 Wat voor soort tekst is ‘Trainen zonder toeters en bellen’?
- A advertentie
  - B instructie
  - C krantenartikel
  - D rapport



1 NIEUWE WATERPUT

981 MENSEN VEILIG DRINKWATER

**WILDE GANZEN**   
KLEIN PROJECT GROOT VERSCHIL

Door droogte en verwoestiging behoort Niger tot de armste landen ter wereld. In het dorp Waylan namen de bewoners het initiatief om een 65-meter diepe waterput aan te leggen die veel problemen oploste. Wilde Ganzen hielp bij de aanleg en de bewoners zorgen nu zelf voor beheer en onderhoud. De put levert veilig drinkwater aan alle 981 inwoners. Zo maakt Wilde Ganzen overal ter wereld met kleine projecten een groot verschil.



**Wilt u ook het verschil maken? Ga naar [www.wildeganzen.nl](http://www.wildeganzen.nl)**

*naar een advertentie van Wilde Ganzen, de Gelderlander, 2014*

- 1p 27 In de advertentie zie je een foto van een kraan en een jongen die water opvangt.  
Wat is de bedoeling van deze afbeeldingen?
- A de informatie over het project verduidelijken met foto's
  - B duidelijk maken dat Wilde Ganzen alleen kleine projecten steunt
  - C laten zien dat Niger een arm land is
  - D laten zien hoe mensen in Niger drinkwater halen

- 1p 28 Welke tekst uit de advertentie past het beste bij het doel van de advertentie?
- A 1 nieuwe waterput, 981 mensen veilig drinkwater
  - B In het dorp Waylan namen de bewoners het initiatief om een 65-meter diepe waterput aan te leggen die veel problemen oploste.
  - C Wilde Ganzen hielp bij de aanleg en de bewoners zorgen nu zelf voor beheer en onderhoud.
  - D Wilt u ook het verschil maken? Ga naar [www.wildeganzen.nl](http://www.wildeganzen.nl)

## Schrijfofdracht

---

Van je docent kunstvakken hoor je dat er een wedstrijd 'korte filmpjes' voor jongeren onder de 18 jaar is.

Je leest op internet de volgende tekst over deze wedstrijd:

Ben jij jonger dan 18 jaar? Maak je altijd en overal korte filmpjes met je mobiele telefoon? Van mooie momenten met je vrienden, familie of van een concert van je favoriete band of misschien wel een grappige opname van je huisdier?

Stuur dan jouw mooiste filmpje als bijlage in een e-mail naar [info@mijnmooistefilmpje.nl](mailto:info@mijnmooistefilmpje.nl) onder vermelding van je naam en leeftijd. Voeg ook een korte uitleg toe waarom jij juist dit filmpje instuurt.

We monteren de tien beste inzendingen achter elkaar en laten deze zien op het filmfestival dat jaarlijks in Utrecht gehouden wordt. Zit jouw filmpje bij de beste tien? Dan win je een mooie prijs. Je kunt kiezen tussen een tweedaagse workshop onder leiding van een professionele regisseur of een halfjaar lang iedere week gratis naar de bioscoop.

Je besluit aan de wedstrijd mee te doen. Je weet al welk filmpje je wilt insturen.

12p **29 Opdracht**

Schrijf een enthousiaste e-mail naar de organisatie van de wedstrijd. Een deel van de informatie die je nodig hebt, staat in de tekst hiervoor. De informatie die niet in de tekst staat, moet je zelf bedenken.

Neem in de e-mail de volgende onderdelen op:

- Stel jezelf voor.
- Schrijf hoe oud je bent.
- Leg uit waarom je graag mee wilt doen aan de wedstrijd.
- Vertel waar het filmpje over gaat.
- Leg uit waarom je juist dit filmpje instuurt.
- Geef aan voor welke prijs je in aanmerking wilt komen en leg uit waarom.
- Vraag naar de datum waarop de uitslag bekend wordt gemaakt.

Let er op dat je alles duidelijk uitlegt in je e-mail, dat je een goede indeling maakt en dat je zakelijk blijft en de juiste toon weet te vinden.

*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.*

---

**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.*