

Direction des Jurys de l'enseignement secondaire

Rue Adolphe Lavallée, 1

1080 Bruxelles

<http://www.enseignement.be/jurys>

jurys@cfwb.be

Tél : +32 (0)2 690 85 86

Jurys de l'enseignement secondaire – CESS général, technique et artistique de transition

Langue moderne II : Néerlandais Cycle 2021-2022/2

Articles servant de base à l'évaluation de l'expression orale

**NB : Les trois articles doivent être lus et préparés. Un sera tiré au sort
lors de l'examen oral**

1. Tien redenen waarom je beter niet op reis vertrekt
2. Vanaf 2029 moeten alle nieuwe auto's elektrisch zijn, maar zullen we die wel allemaal kunnen opladen?
3. Kleurpsychologie: hoe kleuren het gedrag en de emotie van mensen kunnen beïnvloeden?

1. Tien redenen waarom je beter niet op reis vertrekt*

12 augustus 2011 – De Morgen - Verkorte en aangepaste versie

We hebben allemaal nood aan rust, stilte, uitslapen en niets doen. Maar moet je daarvoor honderden, zoniet duizenden kilometers rijden of vliegen? Naar een stralende zon, die ons vaak in de steek laat, akkoord. Maar ook naar overvolle zwembaden of stranden, restaurants die je thuis ook vindt en monumenten waar je met honderden tegelijk dezelfde foto van trekt. Waarom doen we dat toch? En zouden we niet beter thuisblijven? Tien redenen waarom vakantie niet zo'n goed idee is als het altijd lijkt.

1) Het vertrek is een bron van stress

Het idee van vakantie is wel heel aantrekkelijk (niets doen! In de zon! Met een mojito!), maar voor je zover bent, moet er heel wat geregeld worden. Koffers pakken (en dus extra wassen draaien), iemand de kat/hond/plant/vissen toevertrouwen, lijstje met telefoonnummers, adressen en vluchtschema's deponeren bij familie, verschillende losse eindjes op het werk afwerken (meestal in een periode dat je collega's zelf ook op vakantie zijn), op tijd aan de luchthaven geraken of op een ongoddelijk uur vertrekken om file te vermijden... pfjieuw, geen wonder dat je vakantie nodig hebt na zo'n lijstje. Bedenk eens hoeveel stress je jezelf zou besparen door niet op reis te gaan?

2) De terugkeer is nog een grotere bron van stress

Niet alleen overvalt de harde realiteit je na een zalige vakantie (grijze wolken! Regen!), er wacht zo mogelijk nog meer werk en stress op jou dan toen je vertrok. De post moet nagekeken worden, de rekeningen betaald, de huisdieren zijn humeurig, er ligt een stapel vuile en stinkende was te wachten, iedereen wil weten hoe het was terwijl je er zelf liever niet aan wil denken, je collega's hebben je werk maar half gedaan en er is niets in huis.

Terwijl er amper tijd overblijft om dat te doen (je moet het maximale uit je reis halen nietwaar?), en de stress weer omhoog schiet. Je droomt alweer over een volgende vakantie... maar deze is wel wat de stress heeft veroorzaakt. Een vicieuze cirkel is geboren.

3) Ontspannen is moeilijk, opspannen nog moeilijker

Het leven is druk, we willen zoveel. Tussen job, huishouden, man en kinderen door, zijn er ook nog familiefeestjes, diners met vrienden, sportafspraken en telefoontjes met je moeder. Toch zouden we niets willen opgeven. We weten wel dat het veel te veel is, maar het is pas als we uit de mallemolen stappen dat we beseffen hoeveel het is. Ontspannen duurt dan ook een tijdje. Maar het moeilijkste moet nog komen: terug 'opspannen'. Thuis komen van een reis betekent ook van 0 naar 100 in 2,3 seconden: dat is pijnlijk, moeilijk en deprimerend. Vooral omdat je hersenen vastgeroest zitten in eerste versnelling en de hoeveelheid informatie niet (meer) aankunnen.

4) Bioritme raakt verstoord

Vakantie verstoort het bioritme. Voor vele mensen is dat net het hele doel van verlof: uitslapen, laat opblijven, genieten van een extra drankje op een terrasje, maar lichaam en geest gaan daar niet altijd mee akkoord: zowat de helft wordt ziek op vakantie, wat ze meestal interpreteren als 'ik had de rust duidelijk nodig'.

Maar vaker is het omgekeerde waar: je wordt ziek omdat je zo extreem uit je routine stapt. Dat mag dan wel saai, voorspelbaar en sleur heten maar de waarheid is dat de meeste mensen het best zijn met routine, ook al willen ze dat zelf niet geloven.

5) Het wordt erger

Hoe ouder je wordt, hoe lastiger het is om terug te keren naar de normale routine. Je kijkt op tegen de sleur, de stress, de files, de zagnende collega's en de mallemolen van het huishouden. Het gevoel dat je alles moe bent, dat je ermee zou willen stoppen en op een onbewoond eiland wil gaan zitten wordt steeds groter. Niet dat je daar jezelf een plezier mee doet... dus waarom zou je dan nog op reis vertrekken?

6) Vergelijken is deprimerend

Onbewust begin je te vergelijken: "Vorige week lag ik nog een boek te lezen/was ik op wandeling in adembenemende natuur/zag ik een wereldwonder met eigen ogen, en nu zit ik hier met deze torenhoge berg werk aan mijn bureau". Je kan er niets aan doen, maar het helpt de zaken niet vooruit.

Als het weer in het thuisland dan ook nog tegenvalt, er meteen problemen moeten opgelost worden en/of collega's zagen over pietluttige problemen, dan is de maat al gauw vol. 'Het leven is niet eerlijk' en andere uitspraken vol zelfmedelijden liggen voor de hand. Het contrast tussen vakantie/reizen en het echte leven is gewoon te groot.

* La version de l'article à travailler pour l'examen oral ne comporte que 6 raisons au lieu des 10 mentionnées dans la version non raccourcie de l'article original en ligne.

2. Vanaf 2029 moeten alle nieuwe auto's elektrisch zijn, maar zullen we die wel allemaal kunnen opladen?

Tijs Mauroo, Denny Baert, Pascale Mertens, 04 nov 2021, www.vrt.be

Wie vanaf 2029 een nieuwe auto of bestelwagen koopt, zal alleen nog een elektrische auto kunnen kopen. Dat staat in het klimaatakkoord dat de Vlaamse regering heeft afgeklopt. Bye bye, klassieke brandstofmotoren dus. Maar zullen we over acht jaar al klaar zijn voor die radicale ommezwaai? De auto-industrie vraagt zich vooral af of het Belgische elektriciteitsnetwerk dit zal aankunnen. Ja, zo verzekert netbeheerder Fluvius. "Technisch kan alles, maar het is belangrijk dat we zo snel mogelijk duidelijkheid krijgen."

Na dagen onderhandelen is het Vlaams klimaatakkoord eindelijk rond. Dinsdag al was bekend dat over enkele jaren alle nieuwe auto's elektrisch zouden moeten zijn, maar er was lang discussie over het precieze startjaar van die maatregel. Uiteindelijk is op 2029 geland. Wie dus vanaf 2029 een nieuw voertuig koopt zal die niet meer kunnen kopen met een klassieke verbrandingsmotor onder de kap, zelfs geen hybride. Alleen nog elektrische auto's zullen verkocht mogen worden. Let wel: het gaat enkel om nieuwe wagens. De Vlaamse regering houdt wel een slag om de arm. De datum kan nog verschuiven als er onvoldoende betaalbare elektrische auto's op de markt zijn en er onvoldoende laadpalen zijn bijgekomen.

Autojournalist Tony Verhelle is sceptisch over de ambitieuze plannen. "Tot nu toe sleepte Vlaanderen met de voeten op vlak van groene mobiliteit. Nu maakt het plots een bocht van 180 graden. We zullen verschillende tandjes moeten bijsteken", zei Verhelle eerder deze week in "Het journaal".

Voor het aantal laadpalen opkrikken wordt nog een krachttoer. Begin dit jaar waren er amper 8.482 publieke laadpunten in België. Dit komt overeen met ongeveer 4.200 publieke laadpalen, want de meeste hebben twee stekkers. Daarmee doen we het een pak slechter dan andere landen. Uit een recente vergelijkende studie blijkt dat Noorwegen het best is voorbereid op de elektrische wagen, gevolgd door het Verenigd Koninkrijk en Nederland, dat al ruim 60.000 laadpunten telt. België bungelt met een 29e plek achteraan in het Europese peloton.

Volgens berekeningen zijn er tegen 2030 maar liefst 150.000 laadpalen nodig in België. "Of we dat halen, valt te betwijfelen", zegt Tony Verhelle. En de ambities bleven vooralsnog relatief bescheiden op dat vlak: het Brussels Gewest kondigde vandaag aan dat er volgend jaar 250 nieuwe laadpalen voor elektrische voertuigen bijkomen en Vlaams minister van Mobiliteit Lydia Peeters liet dinsdag weten dat ze tegen 2025 30.000 extra laadpunten nastreeft.

Ook bij Febiac, de Belgische federatie van de automobielen- en tweewielerindustrie, roepen de ambities van de regering nog vele vragen op. "Het belangrijkste is dat de mobiliteit van de mensen gegarandeerd wordt. Als een burger of een bedrijf een auto koopt, moeten ze die

correct kunnen gebruiken. Op dat vlak zien wij op dit moment nog niet alle garanties", zegt Gabriel Goffoy van Febiac. "Tegen 2030 verwachten we in België 2 miljoen auto's", gaat Goffoy verder. "Om die allemaal elektrisch te laten rijden, heb je heel wat zaken nodig." Wat hem daarbij het meeste zorgen baart, is ons elektriciteitsnet. "Het energienet moet dat aankunnen - dat is op dit moment nog niet gegarandeerd - en gaan we die energie hebben op dat moment", vraagt Goffoy zich hardop af. Dat er voldoende laadpalen kunnen komen, daar maakt hij zich niet meteen zorgen over. Maar "de fundamentele vraag is: gaat het netwerk dit aankunnen?"

Als steeds meer mensen de komende jaren hun elektrische auto's beginnen op te laden, wat veel stroom zal vragen, dreigen dan geen blackouts? Voor die vraag klopte VRT NWS aan bij netwerkbeheerder Fluvius. Daar verzekert woordvoerder Björn Verdoodt dat de angst om in het donker te zitten, als we massaal met elektrische auto's gaan rijden, niet terecht is. Fluvius heeft daar al plannen voor. "Ons huidige investeringsprogramma gaat al uit van 1 miljoen elektrische wagens op de Vlaamse wegen tegen het jaar 2030. Dat is al heel veel, maar dat is absoluut haalbaar als we dat in combinatie met de digitale meters ook slim aanpakken en de auto's slim laten opladen. Dat wil zeggen: als we op de juiste momenten opladen, zal er geen enkel probleem zijn."

Als de Vlaamse regering sneller wil schakelen, waardoor er eerder dan in 2030 1 miljoen elektrische wagens zullen rijden, is het voor Fluvius wel belangrijk dat er "snel beslissingen worden genomen en dat we een stabiel kader krijgen", merkt Björn Verdoodt op. "Zo kunnen wij onze investeringsprogramma's aan die nieuwe realiteit aanpassen." "Alles is mogelijk - technisch kan alles", verzekert Verdoodt, "maar het is belangrijk dat we voldoende tijd krijgen om alles af te werken en het elektriciteitsnet volledig klaar te maken."

3. Kleurpsychologie: hoe kleuren het gedrag en de emotie van mensen kunnen beïnvloeden?

31 maart 2021, <https://nl.wix.com> , Verkorte en aangepaste versie

Wat is kleurenpsychologie?

Kleurenpsychologie is de studie naar de betekenis van kleuren, en hun invloed op menselijk gedrag. Het doel hiervan is om te begrijpen waarom, en hoe verschillende kleuren onze gevoelens, gedrag en besluitvormingsprocessen beïnvloeden. Kleurpsychologie wordt op veel gebieden gebruikt; van branding en marketing tot interieurontwerp, kunst en meer. Op al deze gebieden wordt geprobeerd om kleuren zo te gebruiken, dat ze er een bepaald doel mee bereiken. Hoe zou jij je bijvoorbeeld voelen als je gaat slapen in een slaapkamer vol bleke, neutrale kleuren? Zou een kamer met paarse muren je een meer, of minder ontspannen gevoel geven? Ben je meer geneigd om op een groene knop of een rode knop te klikken? Speelde kleur een rol bij het laatste kledingstuk dat je kocht? Etc.

Betekenis van kleuren; universeel of niet?

Natuurlijk kunnen de antwoorden van persoon tot persoon verschillen. Ze zijn namelijk afhankelijk van factoren zoals cultuur, opvoeding, locatie en leeftijd. Sommige kleurbetekeningen zijn echter universeler. Zo brengen we van nature warme kleuren zoals rood, oranje en geel in verband met warmte en zonneschijn. Terwijl koele kleuren zoals blauw, groen en paars de neiging hebben om rustgevend en verfrissend over te komen.

Kennis van kleur psychologie maakt keuzes gemakkelijker

Omdat kleuren zo'n sterke invloed hebben op onze emoties, kunnen ze in marketing handig worden ingezet om een specifieke boodschap aan het publiek over te brengen, en vorm te geven aan de manier waarop een merk op hen overkomt. Het implementeren van het juiste kleurenschema is essentieel bij het opbouwen van een duidelijke merkidentiteit, die de toon en persoonlijkheid van een bedrijf bepaalt. Dit geldt voor alle marketingstrategieën van een bedrijf; van het logo ontwerp, tot de website en alle andere visuele inhoud.

Bij het kiezen van de juiste tinten om je merk te weerspiegelen, kun je natuurlijk een online kleurenpalet generator gebruiken. Maar zonder kennis van kleurenpsychologie, kleuren betekenis en het verband tussen kleuren en emoties, wordt het moeilijk om de juiste keuze te maken. Denk bijvoorbeeld aan een ijsmerk. Je zou je kunnen voorstellen dat het kleurenpalet van een ijswinkel speels is; vol pasteltinten of heldere en vrolijke kleuren. Een donkere winkelpui zou een heel andere sfeer creëren; een die mogelijk duidt op elegantie en volwassenheid. En dat is een ongebruikelijke keuze voor een ijsmerk.

Een ander voorbeeld is de website van een yoga-instructeur. Welke tinten komen hierbij in je op? Typische kleurenschema's voor websites voor dit soort bedrijven, zijn

lichte of neutrale tinten zoals beige, wit en lichtroze. Een combinatie van zwart en rood zou niet de rust en het welzijn oproepen die een yogaleraar misschien wil overbrengen.

Blauwe kleurenpsychologie

De reden dat deze kleur zo populair is geworden bij bedrijven als IBM en HP en social mediaplatforms als Facebook, LinkedIn en Twitter, kan te maken hebben met het feit dat blauw over het algemeen wordt gezien als een afspiegeling van loyaliteit en stabiliteit. Het is ook vaak verbonden met gevoelens van rust, harmonie en kalmte; het herinnert ons immers aan de zee en de lucht. In het kader van het "World's Favourite Colour-onderzoek", stelde papierfabrikant G.F Smith zelfs vast, dat donkerblauw de meest ontspannende kleur ter wereld is.

Blauw heeft echter ook een andere kant; het houdt vaak verband met gevoelens van depressie. Vandaar ook de term "feeling blue". Gedurende de kunstgeschiedenis is het dan ook door verschillende kunstenaars gebruikt (met name Picasso), om een sombere en negatieve stemming in hun schilderijen uit te drukken.

Gele kleurenpsychologie

Geel is een geweldige kleur om de aandacht mee te trekken. Onze ogen verwerken deze kleur het eerst, waardoor het een slimme keuze is voor waarschuwborden, reflecterende vesten, ambulances etc. In de natuur wordt geel voor dezelfde doeleinden gebruikt.

De kleur geel staat echter niet alleen symbool voor voorzichtigheid, maar wordt ook sterk geassocieerd met optimisme, zonneschijn en warmte. Deze positieve kenmerken zijn bijna over de hele wereld, en in veel verschillende culturen hetzelfde. Die bijna universele perceptie van deze kleur, zou kunnen verklaren waarom het wordt gebruikt voor emoji's.

Daarnaast wordt geel ook vaak ingezet als merkidentiteit. Bijvoorbeeld om een leuke, vrolijke sfeer teweeg te brengen. Denk aan het logo van Burger King, of de beroemde gouden bogen van McDonald's.

Rode kleurenpsychologie

De betekenis van de kleur rood houdt sterk verband met liefde, verlangen en verleiding, terwijl het ook wordt geassocieerd met gevoelens van gevaar, woede en geweld. Het is een extreme kleur, die bovendien ook een gevoel van energie oproept. Rood trekt bovendien meteen de aandacht dankzij zijn hoge zichtbaarheid. Dit maakt het een geschikte kleur voor waarschuwingssignalen zoals stopborden en brandweerauto's.

De gedurfde en krachtige aanwezigheid van de kleur rood, maakt dat het de perfecte keuze is voor veel iconische merken. Denk bijvoorbeeld aan Coca-Cola en Netflix. Voor Coca-Cola straalt de kleur rood een gevoel van opwindende energie en jeugd uit. En bij Netflix zorgt de rode tekst op een zwarte achtergrond ervoor dat het publiek een elegant, en "bioscoopachtig" gevoel ervaart.