

Bijlage VWO
2012

tijdvak 1

Nederlands

Tekstboekje

Zappen naar een volgend opwindingsmoment

(1) Druk bezig zijn en een volle agenda hebben, is synoniem aan een succesvol bestaan. Als er op een ochtend nauwelijks mails of telefoontjes binnenkomen, slaat de vertwijfeling toe. Rust en nietsdoen zijn geen inspiratiebronnen, maar de angstaanjagende voorboden van een tot mislukking gedoemd bestaan in de marges van de maatschappij. De hang naar activiteit en de snelheid waarmee technologische ontwikkelingen elkaar opvolgen, geven velen het gevoel de tijd niet bij te kunnen benen.

(2) 'Geen tijd hebben' is een fundamentele ervaring van deze tijd. Het lijkt erop dat we aan het begin van de 21ste eeuw de tijd definitief aan iets buiten onszelf uitbesteed hebben: aan de carrière, het geld, de samenleving en de economische tredmolen van productie en consumptie. We ervaren tijd als iets wat steeds sneller lijkt te gaan en waarvan we steeds minder lijken te hebben. Onze beleving van de tijd is de afgelopen honderd jaar op tamelijk ingrijpende wijze veranderd.

(3) Eeuwenlang bepaalden lokale, meestal op astronomische waarnemingen gebaseerde tijdmetingen ons dagritme. Die leverden een tijdsindeling op die was gebaseerd op zowel de gewoonten van een gemeenschap als de wisseling van de seizoenen en de daaraan verbonden periodisering van zaaien en oogsten. Met het vastleggen van het internationale ijkpunt voor tijdmeting in Greenwich in 1884 werd de nieuwe, internationale kloktijd als het ware over die lokale tijdsindelingen heen gelegd. De industrialisering van de samenleving en de introductie van fabrieksfluiten en prikklokken versterkten die tendens nog meer. In

plaats van in zekere harmonie met de tijd te leven, werden de mensen voortaan geleefd door de klok. Daardoor raakten zij in de loop van de twintigste eeuw verwickeld in een gevecht met de tijd. Sinds de jaren dertig is de werkdruk alleen maar toegenomen.

(4) Het is waar dat tegenover die drukte in de loop van de twintigste eeuw de zwaarbevochten 'vrije tijd' is komen te staan. Maar opmerkelijk genoeg wordt ook deze arbeidsloze tijd in toenemende mate aan een activiteit besteed: verre reizen, survivaltochten of andere 'doe-vakanties' zijn erg populair. Ook de vrije tijd dient blijkbaar maximaal 'gevuuld' te worden. Als er ook maar een moment van verveling dreigt, zappen we snel door naar een volgend opwindingsmoment, alsof 'lege tijd' ons alleen nog angst inboezemt.

(5) Tegelijkertijd ervaren we tijd als iets waarvan we voortdurend te weinig hebben. Hoe meer tijdbesparende machines er komen, hoe minder tijd we voor rust en ontspanning over hebben. Hoe sneller we ons kunnen verplaatsen, hoe minder tijd er is om ergens te verblijven. Hoe groter onze beschikbaarheid via mobiele telefoons, e-mail en internet wordt, hoe minder tijd we voor elkaar hebben. Dat alles geeft mensen de indruk dat tijd een schaarse product is.

(6) Al met al is het kenmerkend voor de moderne samenleving dat de tijd van buitenaf wordt gereguleerd en dat de persoonlijke levenssfeer zich volledig naar die van buitenaf opgelegde tijd gevoegd heeft. Het is niet overdreven te stellen dat de economie de tijd regeert en daarmee ook ieders persoonlijke tijdservaring. De vraag is wat daarvan de gevolgen zijn voor

zowel mensen persoonlijk als voor de maatschappij.

(7) Wie de vele toekomstscenario's die rond de millenniumwisseling geschreven zijn daarop naleest, krijgt niet bepaald een vrolijk beeld van wat ons de komende vijftig jaar te wachten staat. De verwachting is dat de tweedeling in de samenleving zich zal verdiepen, dat de dreiging van terreur zal toenemen en dat de gevolgen van de klimaatverandering steeds drastischer zullen zijn. Onder de bevolking zal de onrust en onzekerheid groeien, omdat de samenleving steeds ingewikkelder wordt en de technologische veranderingen elkaar in steeds hoger tempo opvolgen. Kortom, de algemene ervaring die ons te wachten staat en die we eigenlijk nu al zien, is dat de tijd dringt. Aan de ene kant moeten we snel handelen, willen we de gevolgen van de klimaatveranderingen binnen de perken houden. Aan de andere kant neemt de dwang om meer te produceren en sneller te innoveren om de economie weer vlot te trekken alleen maar toe. Het lijkt alsof we ons aan het begin van de 21ste eeuw in een patstelling bevinden: het klimaat vraagt om minder, de economie om meer. De mens vraagt om vertraging, de samenleving om versnelling.

(8) We zijn al met al behoorlijk ver verwijderd geraakt van de klassieke gedachte dat rust en nietsdoen de grondslagen van een beschaving zijn. Pas in rusttoestand kunnen we tot bezinning en reflectie komen. Pas als we niets doen, opent zich de ruimte van het denken en de creativiteit, verschijnen die zich door geen vooropgesteld doel of economisch nut laten sturen of opjagen.

(9) De ontwikkeling dat tijd een politiek-economische constructie is geworden, heeft volgens de Franse filosoof Alain Badiou ook geleid tot een extreme vorm van individualisme. Hoezeer de wel-

vaart voor de westerse samenlevingen de afgelopen eeuw per hoofd van de bevolking ook is toegenomen, de duistere keerzijde hiervan is ons allen ook bekend: een ongelijke verdeling van de rijkdom en uitputting van de energiebronnen. Op meer existentieel niveau heeft dit individualisme volgens Badiou geleid tot het wegvallen van gemeenschapszin en solidariteit met anderen en hiermee tot een toenemende ervaring van fundamentele eenzaamheid.

(10) Zo meldde het Sociaal en Cultureel Planbureau dat we steeds meer tijd kwijt zijn aan werk en verplichtingen en steeds minder tijd overhouden voor vriendschappen en sociale contacten. Veel jongeren in Amerika hebben alleen nog digitale, al dan niet anonieme contacten op internet. Wat de medische gevolgen hiervan zijn, komt in diverse onderzoeken naar voren: een verontrustende stijging van het aantal depressies, burn-outs, gevallen van ADHD en andere autistische aandoeningen, alsook het massale gebruik van antidepressiva en slaapmiddelen – alleen in Nederland al goed voor ruim twee miljoen recepten per jaar.

(11) Inmiddels groeit bij velen het besef dat we het over een andere boeg moeten gooien. We zullen ons persoonlijke leven en de economie anders moeten inrichten als we willen voorkomen dat we over vijftig jaar geregeerd worden door de economische tijdsdruk. Dat betekent ook dat we op een andere manier over tijd en over tijdbeleving moeten nadenken. De economie is weinig geïnteresseerd in welk pleidooi voor vertraging of onthaasting dan ook. Vertraging en onthaasting zouden ons er maar toe aanzetten om uit de tredmolen van de productie te stappen. Toch is het noodzakelijk dat we aandacht vragen voor een tijd die zich niets aantrekt van verlies- en winstrekeningen om zodoende ruimte te

bieden aan rust en reflectie. We zouden onze intuïtie voor 'de tijd als duur' of onze 'innerlijke tijd' opnieuw moeten ontwikkelen.

190
200
205
210
(12) Hoe nauwgezet we namelijk de afgelopen eeuw ook naar de klok zijn gaan leven, toch ervaren we de tijd nog altijd als iets wat 'uit de maat' kan lopen. Als we ons lang op iets geconcentreerd hebben en daarbij in *flow* zijn geraakt, verbazen we ons erover dat zomaar een hele dag voorbij is gegaan. We lijken de tijd te zijn vergeten, we zijn voor even aan het regime van de klok ontsnapt. Deze tijd bevalt eigenlijk beter dan de strenge chronometer die we om onze pols dragen, want hij jaagt niet op, maar lijkt eerder verkwikkend te werken. Deze andere tijd, die ons de mogelijkheid van reflectie en creativiteit biedt, is de tijd waarin we ondergedompeld worden als we ons vervelen, ons diep concentreren of niets doen. Die andere tijd is ook een tijd die ons ertoe in staat stelt ons te verzetten tegen het steeds dwingender regime van de uniformiteit.

215
(13) Het regime van de economische kloktijd heeft de vervreemding van de mens ten opzichte van zichzelf en zelfs het verlies van zijn vrijheid tot gevolg gehad. Een pleidooi houden voor ont-

220 haasting of consuminderen zonder een fundamentele herziening van onze omgang met de tijd heeft dan ook niet zo veel zin. Het gaat erom onze intuïtie voor die andere tijd weer wakker te roepen. Het gaat dus niet zozeer om een keuze voor de ene of andere tijd. Het gaat erom het precaire evenwicht tussen beide te herstellen, zodat de mens af en toe kan uitrusten en zich niet langer hoeft te blijven overgeven aan de eisen die de economische tijd stelt.

225
230
235
240
245
250
(14) De klok en het hele raderwerk van kapitalisme en economie is een realiteit die niemand kan ontkennen of afschaffen. Maar op het moment dat deze tijdservaring de boventoon gaat voeren en de innerlijke tijd van reflectie en bezinning binnendringt en als het ware van binnenuit opblaast, wordt het gevaarlijk. Dan staat onze vrijheid van denken op het spel. De uitspraak dat 'de ware tijd pas tot leven komt, als de klokken zwijgen'¹⁾, zouden we weer nieuw leven moeten inblazen. We moeten kortom weer leren de tijd te stillen, door bewuster met onze tijd om te gaan, onze agenda's niet vol te plannen en ons niet langer te laten opjagen door economische dwingelandij.

naar: Joke Hermsen

uit: De Groene Amsterdammer, 4 november 2009

noot 1 De uitspraak dat 'de ware tijd pas tot leven komt, als de klokken zwijgen' is van de Amerikaanse schrijver William Faulkner, winnaar van de Nobelprijs voor de Literatuur in 1949.

Ornament en smaakdictaat

(1) Wij leven in een tijdperk waarin haast alles bijna altijd vrijwel overal beschikbaar is, dankzij media als commerciële televisie, cd, dvd en bovenal het internet. Ook het kunstwerk (het knoeiwerk inclusief) is onbeperkt beschikbaar. Iedereen kan vrijwel alles bekijken of beluisteren op elk moment dat het uitkomt. Het resultaat is overdaad, pandemonium of 'verveelteveling', zoals een bekende cultuurfilosoof het eens genoemd heeft. De gelijktijdigheid is verdwenen: het televisiepubliek kijkt niet langer op het ene moment van uitzending hetzelfde programma, of gaat in het korte tijdbestek van de roulatie een en dezelfde film zien in de bioscoop.

(2) De smaakbepalende elites zijn hun greep op het culturele aanbod kwijtgeraakt, deels door deze technische vernieuwingen, maar ook doordat de zuilen zijn verbrokken, het omroepbestel is ingestort, de betere bladen aan het verpieteren zijn en op internet Jan en alleman zijn gang maar gaat. Daardoor heeft ook het ideaal van volksverheffing alle kracht verloren. De oude elites waren het op dat ene punt geheel eens: de mensen moesten worden opgevoed, gevormd, kortom: naar een hoger niveau van cultuur worden getild.

(3) Niet overal heeft de rebellie tegen deze elites het gewonnen. Er is een uitzondering. Wat nog overeind staat, is het smaakdictaat in ontwerp en architectuur, het smaakdictaat dat alle ornamenten verbiedt. "Wat," zo ween ik wel tijdens de wandeling, "wat heb ik toch misdaan dat mij geen roosje, geen engeltje, niet eens een wijnrank is gegund buiten de omheining van de oude binnenstad, waarom nergens anders

nog een dolfijn aan de geveltop, een kariatide onder het balkon, of een welig naakt gestuukt in het portaal?"

(4) Dat mag niet, dat weet ik best, dat mag niet van boeman Bauhaus¹⁾ en sinds hij dit verordonneerde, is het verboden voor elke ontwerper en iedere architect. Dat is strikt verboden vanwege het smaakdictaat. Daarin staat exact beschreven wat in de toegepaste kunsten niet door de beugel kan. Een ornament kan nog, heel misschien, bij hoge uitzondering, maar een versiering die iets voorstelt – figuratief – of die wat vertellen wil – narratief – is taboe. Maar waarom is dat taboe? En waarom – die vraag is minstens zo prangend – neemt de bevolking daar al die tijd genoeg mee, in steeds groteren getale en met nog toenemende volgzzaamheid?

(5) Uiteraard, de beweging is begonnen met een banvloek tegen het ornament, als overbodige, stijlloze toevoeging. De schoonheid van een bouwwerk moest voortkomen uit de constructie zelve, uit de naadloze aansluiting tussen functie en vorm. In het begin van de vorige eeuw maakte de ornamentiek een adembenemende vernieuwing en een verrukkelijke bloeitijd door. Des te bijzonderder is het dat kort daarop dat onbedaarlijk plezier van de versiering, dat hevig en durend genot voor maker en kijker, geheel en al in de ban werd gedaan.

(6) Ik kan die afwijzing van alle versiering wel enigszins begrijpen. Rond 1900 werden steeds vaker industriële technieken toegepast in de bouw en in de meubelmakerij. Voor het eerst ook werden arbeiderswoningen neergezet met blokken tegelijk en kwam een heel nieuwe sociale laag op het idee van woninginrichting. Het was, kort gezegd,

het begin van *social design*, waarbij niet langer de gebruikers de opdrachtgevers waren, maar de ontwerpers zich moesten afvragen wat de behoeften waren van die onbekende en nog onwennige gebruikers. Het was dus, ook al door de snelle sociale en technische verandering, een periode van grote verwarring en vernieuwing, een tijd van stijlverscheidenheid en dus ook van smaakonzekerheid.

(7) In zo'n tijdsgewricht is houvast nodig en enige consensus binnen de wereld der ontwerpers, waarbij de afschaffing van het ornament als een soort van waarheidsgebod gold: toon de constructie, verhelder de functie in de vorm, dat is de naakte waarheid. Die ene bitse en kraakheldere idee zoog allerlei noties die toen gangbaar waren, naar zich toe: het ideaalbeeld van rein leven, een nieuwe soberheid en een nieuwe eerlijkheid, het streven naar de verheffing van de werkende stand door vakbeweging en socialisme en bovenal het nieuwe, democratische beginsel van gelijkheid en gelijkwaardigheid dat al een zekere soberheid vereist: alle mensen kunnen wel gelijk zijn, maar ze kunnen niet allemaal tegelijk rijk zijn.

(8) Al die hoogwiekende gedachten moesten uitdrukking vinden in de barse eenvoud en de karige perfectie van het ontwerp. Dat is verrassend goed gelukt. Verrassend des te meer omdat het onversierd ontwerp wel gauw aansloeg bij een vooruitstrevende, politiek geëngageerde en cultureel geïnteresseerde voorhoede, maar helemaal niet in de smaak viel bij de loontrekkers voor wie het allemaal bedoeld was. Die moesten worden opgevoed, op allerlei terrein, maar ook op het gebied van de goede smaak. Terwijl op andere gebieden, in de media en de muziek bijvoorbeeld, de smaakmakende elites niet langer de toon aangaven, kregen de welingerichte kringen met hun

versierverbod in de vormgeving steeds meer navolging in steeds bredere kring.

(9) Laten we bovenaan beginnen, sociaal gesproken dan, met de laatste catalogus van het meubelbedrijf Pastoe. Het is van een haast hemelse helderheid, een zuivere volmaaktheid, en er is geen krul, geen toefje en geen tierelantijn te vinden in al die honderd pagina's kleurendruk. Dat was te verwachten op de bovenste verdieping van het Nederlands design. Maar als we aan de andere kant instappen, sociaal gesproken op de begane grond van de Nederlandse woninginrichting, is het beeld even ongedecoreerd. Ikea, de woninginrichter uit Zweden, trekt drommen mensen naar de toonzalen. Ook in dit door en door commerciële en klantvriendelijke woonparadijs is nauwelijks een frutsel, franje of sierrand te bekennen. Het kan niet minimaler dan bij Ikea. Het versierverbod wordt er nageleefd en vindt bij het publiek een willig gehoor: driekwart van de Nederlanders bekijkt de catalogus, 60 procent van de gezinnen bewaart hem tot de nieuwe verschijnt. De Ikea-catalogus wordt jaarlijks verspreid in een oplage van 170 miljoen, tweemaal zo veel als de Bijbel.

(10) Het is in de architectuur niet anders. Als er al van ornamentiek sprake is, dan gaat het om een discrete textuur in de huid van het bouwsel, een golfje hier, een rand daar of ginds een richelmotief. Komt het bij hoge uitzondering tot decoratie, dan is die meest geometrisch en tot het uiterste geabstraheerd.

(11) Niet iedereen in Nederland mijdt ornament en decoratie: Turkse en Marokkaanse, Surinaamse en Antilliaanse Nederlanders richten hun woning heel anders in, met allerhande snuisterijen, bric-à-brac en souvenirs die herinneren aan het land van herkomst, aan verre verwanten. Ook leven veel jonge en minder jonge Nederlan-

ders zich nu uit in versieringen – van de opperhuid. Deze tatoeages zijn ontleend aan een traditioneel, maar verloren gewaand, beeldrepertoire: doodskoppen, slangen, dolken, een bloedend hart, een Japanse krijger of een rondborstig naakt.

(12) Er is nog een ander beeldvocabulary, minstens zo trefzeker en minstens zo verbreid. Dat bestaat uit de logo's van bekende merken en beroemde sportclubs. Ze zijn even veelzeggend en worden even goed begrepen als de bidprentjes, heiligenbeelden en iconen van weleer. Die 'brands' van nu verwijzen niet naar het hogere, maar wel naar het betere: naar luxe en welstand en naar de overwinnaars in de wedstrijd. Iedereen begrijpt waar het logo van 'Mercedes' voor staat, of 'Nike' of 'Armani'; of wat 'Ajax' betekent, of 'Maradonna'. Een wereldwijd pantheon van commerciële en sportieve iconen waarmee mensen kunnen laten zien waar ze bij willen horen, dus tot welke sociale categorie ze behoren.

naar: Abram de Swaan

uit: NRC Handelsblad, 17 oktober 2009

Abram de Swaan is socioloog en emeritus universiteitshoogleraar aan de Universiteit van Amsterdam.

noot 1 Het Bauhaus was een opleiding voor beeldende kunstenaars, ambachtslieden en architecten tussen 1919 en 1933. In de filosofie van het Bauhaus zouden mensen als vanzelf anders gaan leven, meer solidair zijn met elkaar en gelukkig worden zodra ze kunnen wonen in luchtige, zonnige woonblokken zonder enige versiering. De Bauhausstijl heeft wereldwijd navolging gekregen.

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.

(13) Er bestaat dus welzeker een hedendaagse, welhaast universele beeldtaal. Maar die beelden worden niet geciteerd in architectuur en design. Pubers corrigeren dat prompt, op eigen initiatief, met posters en knipsels van hun idolen aan de muur van hun kamer. Sportfans hangen hun klushok vol met vlaggen en souvenirs van hun club en hun vedette.

(14) Er zijn nu zo veel nieuwe technieken om afbeeldingen te etsen in beton, tegels of steen, dat gebouwen tamelijk gemakkelijk te versieren zijn. Met gebruiksvoorwerpen is dat nog eens zo simpel. En toch blijven de gebouwen en de voorwerpen grotendeels zonder versiering. Het smaakdictaat dat alle decoratie, maar vooral het figuratieve, verhalende ornament, verbiedt, geldt nog. Waarom het zich zo taai gehandhaafd heeft, nu al bijna een volle eeuw, is een klein raadsel dat de ontwerpers zelf nog het best kunnen oplossen.