

Tekst 2

Stappen in je woonkamer

(1) Vrijdagavond. Hij ligt op de bank. Niet alleen – tenminste, zo voelt het niet. Want op datingapp Tinder voert hij drie flirterige gesprekken tegelijk. Af en toe lacht hij hardop om de grappen die zijn beste vriend maakt op WhatsApp. Ondertussen bestelt hij met een nieuwe restaurant-app kreeft bij een van de betere restaurants in de stad. En met zijn vrije hand pakt hij de afstandsbediening om een nieuwe serie uit te zoeken op Netflix. Een perfecte vrijdagavond. Onwaarschijnlijk? Nee, want thuisblijven is het nieuwe uitgaan.

(2) Thuisblijven is nu sociaal geaccepteerd. Zeggen dat je alle seizoenen van een bepaalde serie in twee weken hebt gezien, is niet iets om je voor te schamen. Huiselijkheid is zelfs iets om je op te laten voorstaan. Graag delen we foto's van knus ingerichte leeshoekjes, het liefst met een of twee zelf opgeknapte tweedehands meubels erop. Foto's van katten en pyjama's doen het op Facebook net zo goed als foto's van cocktails en hoge hakken. Populaire lifestylesites als *nsmbi*, *ze.nl* en *Cosmopolitan* publiceren lijstjes als: "23 redenen waarom thuisblijven zo veel leuker is dan uitgaan".

(3) Het aantal thuisblijvers wordt niet bijgehouden, maar er zijn wel cijfers die in een richting wijzen. Zo nam het aantal theaterbezoekers in 2014 volgens het CBS¹⁾ met 2 procent af en bevond zich daarmee op een van de laagste niveaus sinds 2005. Het aantal nachtclubs nam tussen 2009 en 2014 volgens Datlinq²⁾ af van 500 naar 336. En het aantal cafés daalde sinds de crisis met 13 procent, zo meldde het CBS. Winkels en winkelcentra hebben het moeilijk, terwijl het aantal online-shoppers maar blijft groeien.

(4) Een sterkere aanwijzing voor de populariteit van thuisblijven is de weergave van uitgaan in populaire cultuur. In een artikel van *The New York Times* over het fenomeen schreef journalist Molly Young over de verschillen tussen *Girls* (2012) en *Sex and The City* (1998). De hedonistische vriendinnengroep uit die laatste serie hopt van restaurantopening naar nachtclub en van expositie naar cocktailbar. Een crisis en een decennium later zien we de New Yorkse vriendengroep in *Girls* internetten en series kijkend op de bank. En in *Broad City* (2014) is thuisblowen, Facetimen of YouTube-

filmpjes kijken de dagelijkse bezigheid.
(5) Natuurlijk, restaurants zitten nog
steeds vol op uitgaansavonden –
65 probeer in Rotterdam of Amsterdam
maar eens een tafeltje te krijgen bij een
populaire zaak. Voor de betere clubs
staan nog steeds rijen, en Nederlandse
dancefestivals beleven gouden tijden.
En vaker bankhangen is normaal naar-
70 mate je ouder wordt en je je settelt.
Toch is een avondje thuisblijven niet
eerder zo aantrekkelijk geweest en
wordt het geaccepteerd als bijna vol-
waardig alternatief. Ook in de leeftijds-
75 categorie die het traditioneel het laatst
maakt. Waarom zouden we ook naar
buiten gaan, als liefde, vriendschap,
seks, eten en vermaak naar keuze alle-
maal met één druk op de knop bereik-
80 baar zijn?
(6) De explosie van het gebruik van
sociale media leidde een paar jaar
geleden juist tot het tegenovergestelde
van de thuisblijftrend: fomo, de afkor-
85 ting van *fear of missing out*. Sommige
evenementen op Facebook hadden
opeens tienduizenden aanmeldingen,
wat betekende dat halve virtuele-
vriendenlijsten op ‘aanwezig’ stonden.
90 Zo meldden zich in 2014 bijna 40.000
mensen aan voor het afscheidsconcert
van Acda en de Munnik in het Vondel-
park – waar plek is voor 4.500 man.
(7) Wellicht heeft die stortvloed aan
95 evenementen waar we bij moeten zijn
ons moe gemaakt en zijn we
verzadigd. Er zijn meer oorzaken te
bedenken. Zo schrijft Young over de
minimalisatie van risico’s. Die zijn er

100 namelijk volop in de grote, boze buiten-
wereld. Je kunt een blauwtje lopen, je
kunt je telefoon kwijtraken. Je kunt
mensen tegenkomen die je niet wilt
zien, zoals je ex met een nieuwe part-
105 ner. Je fiets kan gestolen worden of je
kan te veel geld uitgeven. Als je thuis-
blijft, in je beschermde cocon, zal je
niet de liefde van je leven tegen het lijf
lopen, maar je weet wél wat je moet
110 verwachten en dat is een veilige
gedachte. Het grootste risico dat je
loopt, schrijft Young, is dat je bezorgde
eten klef is of dat die ene aflevering
tegenvalt.
115 **(8)** Anne Noorda (26), hoofdredacteur
Memory Group: “Ik denk dat deze trend
ermee te maken heeft dat je 24/7 in
verbinding staat met iedereen. Dus
voel je minder de behoefte om elkaar in
120 het echt op te zoeken. Dat merk ik ook
met mijn vrienden, dat je prima een
maand zonder elkaar kunt, want je
spreekt elkaar al op Facebook en
Instagram.”
125 **(9)** Worden we dan nu allemaal bank-
hangende, asociale wezens, te lui om
naar de supermarkt te lopen en te
verlegen om iemand aan te spreken in
de kroeg? Verdrinken we in onze
130 technologische bubbel, niet in staat
vertier te zoeken zonder smartphone?
Natuurlijk niet – voor ‘echte’ uitgaans-
ervaringen bestaan nog steeds rijen en
wachtlijsten. En bovendien gaan uit-
135 gaanstrends in golven. Zo publiceerde
New York Magazine een artikel: *Why
the new trend in nightlife is staying
home.*³⁾ Jaar van schrijven: 1987.

naar: Jonas Kooyman en Mirjam Remie
uit: www.nrc.nl, 27 mei 2016

Jonas Kooyman en Mirjam Remie zijn redacteur bij NRC Media.

- noot 1 CBS: Dit is de afkorting voor het Centraal Bureau voor de Statistiek, dat als taak heeft het publiceren van betrouwbare en samenhangende statistische informatie..
- noot 2 Datling: een internationaal bedrijf dat een database beheert en uitbaat met locatie- en omgevingskenmerken van en voor bedrijven in de voedselindustrie
- noot 3 *Why the new trend in nightlife is staying home*: Waarom de nieuwe trend in het nachtleven is thuis te blijven.

Tekst 2 Stappen in je woonkamer

Alinea 2 bevat een constatering, gevolgd door een uitwerking.

1p 13 Van welk type uitwerking is sprake in alinea 2?

Er is sprake van een uitwerking op basis van

- A een vergelijking.
- B kenmerken of eigenschappen.
- C oorzaak en gevolg.
- D voorbeelden.

In alinea 3 wordt gebruik gemaakt van het argumentatieschema op basis van autoriteit.

1p 14 Leg uit waar dit uit blijkt.

Geef antwoord in een of meer volledige zinnen en gebruik voor je antwoord niet meer dan 15 woorden.

“Een sterkere aanwijzing voor de populariteit van thuisblijven is de weergave van uitgaan in populaire cultuur.” (regels 45-47)

Een kritisch lezer kan een van de volgende drogredenen vinden in de redenering in deze alinea: cirkelredenering, overhaaste generalisatie, persoonlijke aanval, vals dilemma of vertekenen van een standpunt.

2p 15 Noem de drogreden en leg uit wat er niet zou kloppen in de argumentatie.

Geef antwoord in een of meer volledige zinnen en gebruik voor je antwoord niet meer dan 30 woorden.

In tekst 2 wordt gesteld dat uitgaan steeds minder populair en thuisblijven steeds populairder wordt.

Alinea 5 is te lezen als een alinea die bestaat uit twee toegevingen bij die stelling, die genuanceerd en/of weerlegd worden.

4p 16 ~~Xiaæ Áî Á [^cÁ [rden overgeslagen. Streep deze vraag door.~~

Vanaf alinea 7 geeft de tekst drie algemene verklaringen voor de toenemende populariteit van thuisblijven.

- 3p 17 Noteer die algemene verklaringen en nummer ze.
Geef antwoord in een of meer volledige zinnen en gebruik voor je antwoord niet meer dan 50 woorden.

“Het grootste risico dat je loopt, schrijft Young, is dat je bezorgde eten klef is of dat die ene aflevering tegenvalt.” (regels 111-114)

- 1p 18 Met welk woord kan de gevoelswaarde die uit dit citaat van Young spreekt, het best omschreven worden?

A bezorgdheid
B opluchting
C spot
D verwondering

- 1p 19 Hoe is alinea 9 het best te typeren?
als een alinea waarin

A een positieve conclusie wordt getrokken over de toekomst
B een sombere toekomstverwachting wordt gerelativeerd
C scenario's voor de toekomst tegen elkaar afgewogen worden
D vragen over de toekomst aan de lezer gesteld worden

“Jaar van schrijven: 1987.” (regel 138)

- 1p 20 Welk verschijnsel uit alinea 9 wordt met de slotzin van tekst 2 onderbouwd?

Geef antwoord in een of meer volledige zinnen.

- 2p 21 Welke omschrijving verwoordt het best de hoofdgedachte van tekst 2?

A Thuisblijven is de huidige trend, maar bepaalde uitgaansgelegenheden blijven populair en naar verwachting kiezen mensen op termijn weer vaker voor uitgaan.
B Thuisblijven wint, onder invloed van tv-series en andere uitingen van populaire cultuur, steeds meer aan populariteit terwijl sociale media steeds minder invloed krijgen.
C Thuisblijven wordt momenteel steeds populairder omdat mensen behoefte hebben aan de veiligheid van de eigen omgeving en via sociale media voldoende contact hebben met elkaar.
D Thuisblijven wordt steeds meer sociaal geaccepteerd, omdat mensen behoefte hebben aan veiligheid, maar tegelijkertijd worden uitgaansgelegenheden nog altijd goed bezocht.

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.