

# Smaken verschillen niet

(1) Er zijn mensen die bij wijze van tijdverdrijf geregeld even surfen op huizensite Funda. Niet om een huis te zoeken, maar om zich heimelijk te vergapen aan de interieurfoto's. Om vervolgens giechelend te constateren dat sommige mensen een heel andere smaak hebben, of misschien zelfs helemaal geen smaak. Die eikenhouten kast! Die bruine lamp boven de eettafel! Die reproducties aan de muur! Dat kán toch niet meer!

(2) Smaken verschillen, zo leren we als kind al. Maar is dat wel zo? Ontwikkelen we in de loop van ons leven allemaal een eigen, unieke smaak of zijn er toch overeenkomsten in wat we mooi of lelijk vinden?

(3) Of het nou gaat om meubels, serviesgoed, sculpturen of schilderijen, allerlei onderzoeken hebben aangetoond dat we ons vooral aangetrokken voelen tot vormen die onze hersenen makkelijk kunnen verwerken. Ze moeten geen onaangename of ingewikkelde gevoelens oproepen, maar juist onze mediale orbitofrontale schors<sup>1)</sup> activeren. Dit hersendeeltje is betrokken bij schoonheidservaringen.

(4) Hoe wordt onze mediale hersenschors geactiveerd? Producenten willen graag weten tot welke vormen en beelden veel mensen zich aangetrokken voelen en welke vormen afstoten. Onderzoek daarnaar heeft een paar algemene principes opgeleverd. Zo is inmiddels bekend dat we, als we kunnen kiezen, de voorkeur geven aan grote in plaats van kleine objecten. Waarom dat zo

is, is nog niet duidelijk. Verder voelen we ons meer aangetrokken tot ronde dan tot scherpe of hoekige vormen.

De verklaring hiervoor is dat scherpe of hoekige vormen gevaarlijk kunnen zijn, vooral in de natuur. Denk aan takken, doornen en stenen. Scherpe vormen roepen activiteit op in het angst- en alarmcentrum van ons brein. Ze geven ons, vaak heel subtiel, een onaangenaam gevoel.

(5) We houden in het algemeen ook meer van symmetrische dan van asymmetrische vormen en beelden. Zo is bekend dat gezichten van mannen en vrouwen waarvan de linker- en rechterhelft verschillen, minder aantrekkelijk worden gevonden. De evolutionaire verklaring hiervoor is dat symmetrie een bewijs is van jeugdigheid en gezondheid en dus van 'reproductieve fitness', zoals evolutiebiologen zeggen.

(6) Wetenschappers aan de universiteit van Leipzig in Duitsland hebben in een serie onderzoeken vastgesteld dat ook in abstracte beelden symmetrie hoger wordt gewaardeerd dan asymmetrie. Bovendien geldt volgens hen dat we ons in het algemeen meer aangetrokken voelen tot de rijker gevulde dan tot de meer sobere symmetrische patronen en vormen. Denk bijvoorbeeld aan de overweldigende schoonheid van de mozaïeken in de beroemde moskeeën en paleizen in het Midden-Oosten en India.

(7) Ons gevoel voor schoonheid wordt ook sterk beïnvloed door een voorkeur voor prototypes, schrijft de

Oostenrijkse hoogleraar psychologie Helmut Leder. Onderzoekers hebben  
85 aangetoond dat we ons het meest  
aangetrokken voelen tot mensen met  
'gewone' gezichten, waarin de  
vormen in onderlinge afstanden van  
voorhoofd, ogen, neus en mond niet  
90 te veel afwijken van het gemiddelde.  
Dezelfde esthetische norm hanteren  
we voor levenloze objecten, of het  
nou gaat om meubels of om wijn-  
glazen. Het mag best anders zijn,  
95 maar ook weer niet te veel afwijken:  
onze luie geest wil het wel meteen  
kunnen herkennen als een stoel of  
een wijnglas.

**(8)** We houden blijkbaar van groot,  
100 rond, symmetrisch en herkenbaar.  
Waarom zitten we dan niet nog  
steeds allemaal op oma's kloeke  
driezitsbank te kijken naar land-  
schapjes aan de muur? Kunstenaars  
105 en ontwerpers verleiden ons nu  
eenmaal graag met hun originaliteit.  
En ons brein wil ook wel eens wor-  
den gekieteld door nieuwe prikkels,  
met ongebruikelijke vormen, beelden  
110 en patronen die ons aan het denken  
zetten.

**(9)** Niet dat we het meteen mooi

vinden. Integendeel, veel ver-  
nieuwingen in kunst en design wor-  
115 den door het grote publiek in eerste  
instantie afgewezen. Maar hoe vaker  
we met nieuwe vormen, beelden en  
patronen worden geconfronteerd,  
hoe meer we eraan wennen en hoe  
120 mooier we ze gaan vinden.

**(10)** Als het voorwerp een toege-  
voegde waarde heeft, vinden we het  
nog mooier. Of we iets mooi of lelijk  
vinden, wordt namelijk niet alleen  
125 bepaald door het uiterlijk, maar ook  
door wat het voorwerp nog meer te  
bieden heeft. Status is bijvoorbeeld  
belangrijk. Een schilderij is nog  
mooier als het door een bekende  
130 kunstenaar is gemaakt. Een auto is  
fraaier als hij ook duur is.

**(11)** Comfort speelt ook een rol, maar  
vaak pas in tweede instantie. Mis-  
schien vonden we die moderne  
135 ligbank aanvankelijk wel mooi, maar  
als na enige tijd blijkt dat we er  
rugpijn van krijgen, dan is er al gauw  
niets meer aan. Hetzelfde geldt voor  
kleden, schoenen, potten en pannen.  
140 Ze moeten, hoe mooi ook, vooral  
prettig zijn in het gebruik. Anders is  
het met onze liefde snel gedaan.

*Naar een artikel van José van der Sman,  
Elsevier, 1 februari 2014*

noot 1 mediale orbitofrontale schors: verschillende hersendelen hebben elk hun eigen functie.  
De mediale orbitofrontale schors is verantwoordelijk voor de verwerking en controle  
van emotionele prikkels.

## Tekst 1

---

- 1p 1 Wat is het onderwerp van de tekst 'Smaken verschillen niet'?
- A overeenkomsten in smaakvoorkeur
  - B overeenkomsten tussen vormen
  - C verschillen in smaak tussen personen
  - D verschillen tussen vorm en beeld

- 1p 2 Hoe wordt de tekst ingeleid in alinea 1?  
De tekst wordt ingeleid door
- A een conclusie te trekken.
  - B een opmerking te plaatsen.
  - C een voorbeeld aan te halen.
  - D een waarschuwing vooraf te geven.

*Gebruik onderstaande informatie voor het beantwoorden van de vragen 3 en 4.*

De tekst is te verdelen in drie delen met de volgende kopjes:

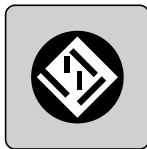
- 1 Zoveel mensen, zoveel smaken?
- 2 Onderzoek naar schoonheidsprincipes
- 3 Vernieuwing en meerwaarde

- 1p 3 Bij welke alinea begint deel 2?

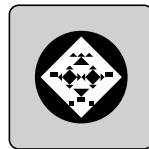
- 1p 4 Bij welke alinea begint deel 3?

- 1p 5 "We houden in het algemeen ook meer van symmetrische dan van asymmetrische vormen en beelden." (regels 53-55)  
→ Geef een voorbeeld van het begrip asymmetrie dat genoemd wordt in alinea 5 of alinea 6.

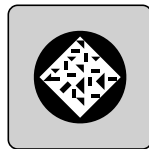
- 1p 6 Lees de informatie uit alinea 6.  
Welke van de volgende afbeeldingen zou volgens het onderzoek van de universiteit van Leipzig het hoogst gewaardeerd worden?



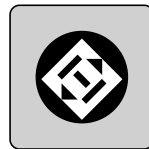
A



B



C



D

- 1p 7 “Dezelfde esthetische norm hanteren we voor levenloze objecten (...)”  
(regels 91-92)  
Welke esthetische norm wordt hier bedoeld?
- A de norm dat onderlinge afstanden niet mogen afwijken van het gemiddelde
  - B de norm dat voor levenloze objecten hetzelfde moet gelden als voor niet-levenloze
  - C de norm dat vormen in gewone gezichten niet te veel mogen verschillen
  - D de norm dat zaken best anders mogen zijn, maar niet te veel mogen afwijken
- 1p 8 “(...) onze luie geest wil het wel meteen kunnen herkennen als een stoel of een wijnglas.” (regels 96-98)  
→ Citeer een zin uit alinea 8 die deze bewering afzwakt.
- 2p 9 Noem de vier algemene principes die volgens deze tekst blijken te gelden bij schoonheidservaringen.
- 1p 10 “Integendeel, veel vernieuwingen in kunst en design worden door het grote publiek in eerste instantie afgewezen.” (regels 113-116)  
→ Noem twee redenen uit de alinea’s 9 en 10 waarom we vernieuwingen toch mooier gaan vinden.
- 1p 11 Met welk doel is deze tekst geschreven?  
De schrijver wil de lezer
- A aansporen om het brein te prikkelen en zodoende de smaak te verbreden.
  - B ervan overtuigen dat het hebben van een eigen smaak staat voor identiteit.
  - C informeren over verrassende regels ten aanzien van smaakervaring.
  - D uitleggen hoe je ervoor zorgt dat producten voldoen aan ieders smaak.
- 1p 12 “Smaken verschillen, zo leren we als kind al. Maar is dat wel zo?”  
(regels 13-14)  
Welk antwoord geeft de tekst op deze vraag?
- A De smaak van mensen blijkt helemaal niet te verschillen, ook al denken veel mensen dat.
  - B Doordat ons brein geprikkeld wil worden door ongebruikelijke vormen, verschillen smaken van mensen inderdaad.
  - C Er liggen verschillende overeenkomende principes ten grondslag aan de smaak van mensen, maar smaken komen niet volledig overeen.
  - D Mensen vinden het vooral belangrijk dat hun smaak niet te veel afwijkt van die van anderen, waardoor smaken vrijwel niet verschillen.

---

#### 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.