

2. Voor elke groep zal een nieuw programma moeten worden ontworpen, rekening houdend met beschikbare stad, tijd, ruimte, onderwijssoort, speciale wensen...

Welke kanten kan men uit met zo'n klassiek onderwerp als "naamkunde"?

I. 't Zit er nog altijd dik in dat een les naamkunde vervalt in ofwel een saaie opsomming ofwel een al dan niet boeiend anekdotisme. Men gaat de leerlingen te lijf met de herkomst van eigennamen, de vorming en de oorspronkelijke betekenis. Allemaal het weten waard natuurlijk, maar, spijtig genoeg, nogal vrijblijvend. Belangrijker vragen zijn : wat zijn eigennamen eigenlijk, waarom worden bepaalde namen gegeven en gebruikt, wat betekenen namen nu en wat is de sociale waarde van een naam? Vragen - en vooral antwoorden - waarvan we de leerlingen bewust moeten maken. Het domein is ruim en interessant genoeg om er in de klas aandacht aan te besteden. Het is bevoorbeeld nog de vraag of alle namen in één van de twee traditionele rubrieken (plaatsnamen vs. persoonsnamen) kunnen ondergebracht worden. Wat doen we met de naam van bloemen en planten, kunstwerken, sportploegen, bedrijfsmerken, enz.? En namen van fictieve figuren en plaatsen, maken die geen deel uit van de naamkunde - zoals namen van sprookjesfiguren of van planeten en ruimteschepen in science-fictionverhalen?

2. Vanaf het begin moeten we samen met de leerlingen het domein van de naamkunde afwandelen en bepalen hoe en op wat er gewerkt zal worden. Het is duidelijk dat hiervoor een definitie moet uitgewerkt worden, bv. met begrippen als "onderscheiding", "uniekheid" en "identiteit". We kunnen ons dan verder op één gebied concentreren, of het werk onder verschillende groepen verdelen. Hieronder volgen een paar suggesties voor mogelijke activiteiten. Het is in elk geval de bedoeling om naast de taalkundige en/of de anekdotische kant ook de meer filosofische, sociale en culturele aspecten van het probleem te belichten.

3. Naamgeving: voornamen.

Eerst kan er een korte inleiding worden gegeven over de vorming en de betekenis van voornamen (voornaamste bestanddelen, etymologie, evolutie in verschillende talen, beperkte aantal voornamen). Als het mogelijk is moeten de leerlingen zélf hun voornaam opzoeken in een referentiewerkje als het Woordenboek van voornamen van Dr. J. van der Schaar (Aula 176). Op die manier leren ze hoe ze zelf de betekenis en etymologie van een naam kunnen vinden en maken ze kennis met de elementaire vormingsprincipes.

Traditionele lessen over naamkunde houden hier meestal op. Voor ons is het de basis voor een kritische bespreking, d.w.z. inzicht krijgen in processen die naamgeving bepalen. In dit opzicht zijn de voornamen interessant omdat die (door de ouders) vrij gekozen worden. Wat leidt de ouders zoal bij het geven van een naam?

Vragen die in een onderwijs-leer-gesprek gesteld kunnen worden zijn de volgende : Wie is er helemaal gelukkig met z'n naam ? Wie is er wel tevreden ? Waarom ? Heet iemand waarom z'n ouders die naam gekozen hebben ? Als je zelf een naam had mogen kiezen, hoe had je dan willen heten en waarom ? Heeft er al iemand z'n naam veranderd (officiële naam vs. roepnaam, verkorting) en waarom ? Welke namen worden er tegenwoordig veel gegeven (geboortekaartjes verzamelen) ? Vraag 's aan de ouders waarom ze die naam kozen.

Mogelijk resultaat:

- de ouders willen hun kinderen d.m.v. de naam iets toewensen, een voorbeschikking meegeven (predestinatie). Nomen est omen. bv. ze willen iets van de grootheid, iets van de glitter en het succes van beroemde personages op hun kinderen overdragen en ze geven hen dan ook de naam van koningen of presidenten, ruimtevaarders, filmsterren, zangers of atleten. Vgl. primitieve stammen die namen geven als "grote beer" en "dappere bizon".
- de ouders willen hun kinderen identificeren met bepaalde (fictieve) personages, met hun karaktertrekken, lotgevallen en avonturen. bv. ze kiezen de naam van figuren uit films, songs en boeken.
- de ouders willen in de naam die ze hun kind geven iets van zichzelf meegeven, een projectie van hun eigen idealen en strevingen. bv. Franse namen als de ouders opkeken naar de zg. "hogere klassen"; namen als Tijn en Jeroen als ze hun eigen Vlaamse gezindheid willen aangeven; namen die een zekere excentriciteit uitdrukken; de ouders delen in een algemeen gevoel van nostalgie en geven daarom hun kinderen een klassieke of een romantische naam.

Naast deze enkele motieven bestaan er natuurlijk nog verschillende andere (bv. een naam kiezen alleen al omdat die goed klinkt). Uiteenlopende motieven kunnen leiden tot het geven van dezelfde naam. Het is ook duidelijk dat allerlei modeverschijnselen hierbij een rol spelen, zoals de rage van het toerisme (Sven, Pedro).

4. De sociale rol van (familie)namen.

Ook hier kunnen weer eerst anecdotes verteld worden over de geschiedenis van familienamen of er kan gezorgd worden voor een lijstje waarop de namen volgens ontstaan en vorming in een aantal rubriekjes ondergebracht zijn. De leerlingen moeten dan bevoorbeld elk om beurt hun eigen naam in een van die rubriekjes plaatsen en verklaren waarom ze dat doen. Of de leerkracht kan de rubriekjes één voor één aflopen, waarbij de leerlingen telkens voorbeelden geven van namen van andere leerkrachten van de school, van bekende personen als politici, kunstenaars enz. Maar ook dit blijft slechts beperkt tot enkele formele aspecten. Het is belangrijker de sociale rol en betekenis van namen na te gaan en het gevaar van sociale stigmatisering.

Namen hebben een bepaalde connotatie (bv. Jef vs. Jean-Paul; cfr. ook de uitspraak van een naam, vb. Charles) en mensen kunnen dan ook door hun naam in een bepaald vakje gestoken worden. Dit heb je soms bij de behandeling van dossiers, bij sollicitaties, op visitekaartjes. Zonder verdere gegevens is de persoon gewoon niets anders dan zijn naam. Hij wordt door zijn naam getypeerd. Zijn adres, de naam van zijn straat, geeft meteen zijn status aan. Namen kunnen op die manier discriminerend gaan werken, als ze bij anderen vooroordelen wekken. En hierbij komt dan nog dat men door een naam vat op iemand krijgt. Iemand bij de naam kunnen noemen (en liefst met een lidwoord ervoor) is hem kennen. "Iemand met naam en toenaam kennen" betekent trouwens "zeer goed kennen". Op zichzelf betekent een naam natuurlijk niets. Afgezien van de oorspronkelijke ethymologische betekenis (die verder niets terzake doet) is een eigenaam betekenisloos. Maar namen krijgen in het gebruik of door allerlei omstandigheden een bepaalde gevoelswaarde. Leerlingen moeten zich hiervan bewust worden.

Mogelijke activiteiten:

- de leraar kiest op goed geluk een tiental namen uit een telefoonboek (voornaam + familienaam), of neemt een tiental willekeurige voornamen (wel een beetje op variatie letten) en legt die voor aan de klas. De leerlingen geven nu elk voor zich twee quoteringen aan de naamdrager eh wel op de volgende manier: IO= heel beschaafd / O = heel onbeschaafd; IO = heel sympathiek / O = heel onsympathiek. Achteraf volgt er een bespreking met de resultaten.
- een spelletje als "Grappenmakers" (personen bouwen waarbij men kiest uit allerlei beschikbare hoofden, rompen en benen + mogelijke en onmogelijke kleren en rekwisieten) is ook bruikbaar. De leerlingen bedenken (met de hele klas, of in groepjes) namen voor bepaalde combinaties. Ze leggen uit waarom ze een naam kiezen.
- in het regionale nieuws in kranten worden dikwijls diefstallen, kleine ongevallen, speciale gebeurtenissen e.d. vermeld, waarbij de daders, slachtoffers enz. slechts d.m.v. initialen aangeduid worden. De leerlingen vervangen die initialen door "gepaste" namen en verantwoorden hun keuze meteen.
- De leerlingen ontwerpen visitekaartjes voor mensen met uiteenlopende beroepen.
- uit tijdschriften scheuren de leerlingen foto's, liefst actie-momenten met veel mensen erbij en ze geven alle personen crop een naam.
Eventueel schrijven ze met die namen (=mensen) als personages een kort toneelstukje of een klein gesprek, Ook nu weer volgt een bespreking.

Door die activiteiten ontdekken de leerlingen misschien bij zichzelf allerlei sociale vooroordelen en worden ze zich bewust van de rol die een naam in de maatschappij speelt.

In verband hiermee kunnen we nog een aantal onderwerpen opgeven voor discussie of verhandelingen: waarom zou een vrouw de naam van haar man aannemen? Welke redenen zou ze hebben om het niet te doen? Waarvoor dient eigenlijk een schuilnaam of een pseudoniem?

Waarom geeft men kinderen niet de naam van de moeder; dit zou het naam-onderscheid tussen kinderen van ongehuwde moeders en wettige kinderen de wereld uit helpen. Wat vind je van het idee alle namen te vervangen door nummers, wat in de administratie trouwens in toenemende mate gebeurt: iemand is het nummer op z'n identiteitskaart en het nummer op z'n lidkaarten en z'n huisnummer en z'n geboortedatum en het nummer op z'n bankrekening en het nummer van z'n autoplaat, enz.

5. Namen in verhalen en teksten.

Naamgeving is in de literatuur eigenlijk de eenvoudigste manier van karakteriseren. De leerlingen kunnen nagaan hoe bepaalde auteurs (Dickens, Tolkien, Van Ostaijen, Bomans, Carmiggelt) door middel van namen hun personages typeren, tot leven wekken en individualiseren. Hoe geven namen van figuren en plaatsen een bepaalde sfeer aan griezelverhalen, sprookjes, science-fiction-verhalen, satires, enz.

Ze kunnen de namen volgens vorming rangschikken: allegorisch, klanknabootsend, symbolisch, connotatief, associatief, enz.

6. Namen en reclame.

De bedoeling is hier de leerlingen inzicht te laten krijgen in allerlei gebruiken en misbruiken van naamgeving, met name in de reclame, d.w.z. de leerlingen meer taal-weerbaar te maken. De mogelijkheden zijn talrijk en kunnen gaan van een passief namen bekijken en bespreken tot een actief namen geven.

Via de media worden wij voortdurend geconfronteerd met allerlei expliciete en impliciete vormen van reclame. Reclameboodschappen hebben een enorme invloed op de verbruikers. Iedereen wordt een potentiële koper in de consumptiemaatschappij. Reclame biedt soms een eerlijke bron van informatie, maar dikwijls werkt ze gewoon misleidend en dringt ze de mensen dingen op die ze niet willen. Om hierin onderscheid te kunnen brengen moeten wij allemaal reclame leren lezen. Dit is een vorm van audio-visuele opvoeding die in onze samenleving noodzakelijk is geworden. Naast beeldmontage, setting, woordspel enz. is naamgeving een belangrijke factor in reclame; daarom behandelen we dit hier.

Mogelijke activiteiten:

- de leerlingen brengen allerlei reclameteksten mee (foto's uit tijdschriften, citaten van radio en televisie) en noteren de merknamen of de benamingen van de produkten. Ze trachten de bewering (de claim) die in de reclameslogan steekt te ontdekken en gaan na of en hoe de naam van het produkt die bewering ondersteunt (bv. Mr. Proper maakt alles glanzend schoon in een oogwenk; Ultrabright geeft u schitterend witte tanden).
- in warenhuizen liggen dezelfde produkten van verschillende merken naast elkaar opgestapeld in de rekken. Zij verschillen van mekaar door de prijs, de verpakking en de naam.

Produkten als tandpasta, waspoeder, wc-papier en yoghurt (om maar wat te noemen) hebben meestal net dezelfde eigenschappen, maar toch moeten ze elk op een of andere manier de aandacht van de koper trachten te winnen. Vergelijk zo'n lijstje namen van identieke producten en ga na hoe door de naam bepaalde kenmerken worden toegevoegd aan de gewone, alledaagse kenmerken van het produkt.

- namen van autotypes vormen een klasse apart. Vergelijk de verschillende namen van een bepaald merk met mekaar (bv. Toyota Corolla, Celica, Crown), of de namen van verschillende auto's uit dezelfde prijsklasse (Honda Civic, VW Polo, Ford Fiesta). Wat suggereren al die namen. Kan men er een bepaalde levensstijl achter ontdekken? Vind je bepaalde gemeenschappelijke kenmerken (bv. internationaal verstaanbaar)? Kan je relaties trekken tussen de naam van een auto, het model, de prijs en de geïmagineerde kopers? Vergelijk de namen van dure en goedkope wagens, van auto's met standing en populaire karretjes.

- stel een bloemlezing samen van krasse voorbeelden van effectjagerij d.m.v. de naamgeving. Zeg waarom je die namen mooi/lelijk, goed gevonden/mislukt vindt. Vb. : 'Zeg nooit zomaar banaan tegen een Chiquita'. Citroën DS (déesse = godin); Sunkist (gezoend door de zon); panty's Pastunette; yoghurt Taillefine; enz.

- de leerkracht kan ook een beroep doen op de creativiteit van de leerlingen : laat ze zelf reclame-affiches ontwerpen en foldertjes schrijven, waarin ze d.m.v. originele naamgeving bepaalde producten aan de man trachten te brengen.

CONTRIBUTIES 1979;

Het is weer zo ver: einde van het jaar, contributietijd....
Op de algemene ledenvergadering van 15 november werd besloten om voor 1979 geen verhogingen toe te passen (welke vereniging kan dat nog zeggen?). Dat is mogelijk door een zuinig beheer enerzijds en een stijgend ledencijfer anderzijds. Als je nu al betaalt, dan help je ons zuinig beheren want dan hoeven we je geen aanmaning te sturen.....

Wie betaalt wat ?

A-leden: 450 fr.

B-leden (zonder Moer): 200 fr.

C-leden (studenten, werklozen, dienstplichtigen, gewetensbezwaarden....): 275 fr.

Betalingen op rek. 0391 - 0389380 - 49 van de VON,
Laauwerikenlei 3, 2520 Edgem, liefst met de vermelding "Vernieuwing contributie".