

## DE LEKKERE SMAAK VAN EEN NORMAAL-FUNCTIONELE LES VOORTGEZET LEZEN

Sedert S. ten Brinke zegt men dat taalonderwijs normaal-functioneel moet zijn. Zou dat ook niet gelden voor het voortgezet leesonderwijs ? Het lijkt nochtans niet zo.

Wat is er immers normaal aan dat leerlingen een tekst uit een schoolboek moeten lezen en daarna vragen uit dat schoolboek moeten oplossen ? Buiten de school kom ik zoiets nooit tegen ... Niet normaal is ook het aanbod van de soorten teksten die de kinderen krijgen : b.v. meer verhalen dan ze normaal lezen en veel minder reclame, strips, verpakkingsteksten enz. De teksten in de schoolboeken zien er zelfs niet meer normaal uit : ze zijn uit hun reële context gehaald en ze zijn niet in hun oorspronkelijke vormgeving afgedrukt, maar in een schoolboek-voorstelling. Niet normaal is dat de kinderen die teksten meestal moeten lezen zonder dat ze daar zelf enige reden voor hebben. Helemaal abnormaal is natuurlijk dat ze er dan nog vragen bijkrijgen, waarbij het antwoord - o wonder ! - nog altijd te vinden is ook (ofwel in het woordenboek ofwel in de tekst zelf).

Zijn dergelijke leeslessen ook niet functioneel ? Ik wil niet zover gaante zeggen dat ze compleet zinloos zouden zijn, maar ze zijn het waarschijnlijk meer dan wel leuk is : vrij algemeen wordt aangenomen dat het er bij het lezen juist op aankomt dat de lezer zelf de goede vragen aan de tekst stelt. Maar hoe leren de kinderen dat als ze dat zelf nooit hoeven te doen en ook meestal niet weten waarom in hun schoolboek precies dié vragen gesteld worden ? De leerlingen ervaren ze trouwens niet als zo nuttig als ze meestal wel zijn. Ze zijn dan ook nog heel vaak erg schools geformuleerd. Daarenboven bespreken veel leerkrachten niet waarom één antwoord beter is dan een ander en hoe de leerlingen tot een goed antwoord kunnen komen. Het ergste is misschien nog dat dergelijke leeslessen het plezier van het lezen en van het ontraadselen van een tekst eerder stuk maken dan bevorderen ...

Kan het dan beter ? Echt normaal-functioneel ? Er zijn wel wat praktische moeilijkheden, maar het kan toch, denk ik. Daarom geef ik hier een voorbeeld van een les die ik al verschillende malen in een vierde klas gegeven heb : een les waarin een reclametekst voor snoep gelezen wordt.

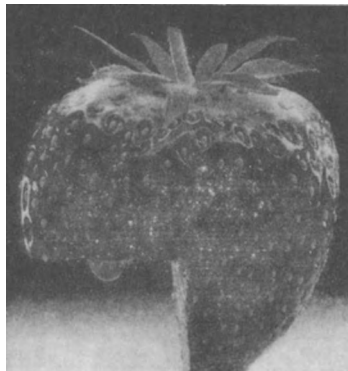
Tijdens de week ervoor hadden de leerlingen zich bezig gehouden met "gezondheid". Ik vroeg hen of ze het ook over gezonde voeding gehad hadden. (Ik was te gast in die klas). Dat bleek natuurlijk het geval geweest te zijn. Dan vroeg ik hen of ze het niet interessant zouden vinden eens aandachtig een reclame voor snoep te bekijken. Ze hadden daartelkens geen bezwaar tegen. (Ik zei wel : een reclame bekijken. Dat doen we normaal ook. We lezen zoiets niet alleen.) Ik vertelde dat ik een leuke reclame voor Fruit-tella gevonden had. Ik vroeg hen of ze Fruit-tella kenden en wat ze ervan vonden.

Ik vroeg hen wat er volgens hen interessant aan zou kunnen zijn om zo'n reclame te bekijken. (De eerste keer dat ik die les gaf, had ik gevraagd wat ze zouden willen weten over Fruit-tella, maar dat verengde hun vragen.) Ik noteerde hun reacties in vraagvorm.

Zo kwamen de volgende vragen van de kinderen op het bord :

1. Hoe wordt reclame gemaakt ?
2. Hoeveel kost Fruit-tella ?
3. Is het wel goed ?
4. Wat zit erin ?
5. Zit er suiker in ?
6. Wordt het wel van echt fruit gemaakt ?
7. Wie verkoopt het ?
8. Hoe lang duurt het voor de reclame verschijnt ?

Toen gaf ik de leerlingen de reclame. Ik had bijna voor elke leerling een exemplaar uit een tijdschrift kunnen knippen en ik had er de naam van het tijdschrift en de datum op geschreven. Daarvoor had ik wel bij familie vrij veel exemplaren verzameld. Fotocopies hebben natuurlijk de sappige kleuren van het origineel niet, wat hier wel belangrijk was.



## Fruit-tella: de lekkere smaak van 't fruit.

Om die lekkere Fruit-tella's te maken heeft men alleen de beste fruitaroma's gebruikt. Geen wonder dat Fruit-tella

zo fruitig smaakt. Fruit-tella bestaat in 3 smaken: aardbei, citroen en sinaasappel.

't vierkant fruitje



LEO BURNETT 27/66



Ik liet de kinderen rustig kijken en vroeg hen of ze niet nog vragen hadden. Ze hadden er geen. Daarna vroeg ik hen een antwoord op hun eigen vragen te zoeken. Eerst ordenden we de vragen nog. Daarna konden ze individueel aan de slag. Aangezien het hun eigen vragen waren, werkten ze heel gemotiveerd. Al vrij vlug kwamen ze met de opmerking dat het antwoord soms niet in de tekst te vinden was. Ze vonden dus abnormaal wat eigenlijk normaal is... Gelukkig begrepen ze het vlug. De antwoorden bespraken we klassikaal. Ik lette daarbij vooral op hun methodes om een antwoord te vinden. Zo gaven ze soms toch antwoorden waarbij ze niet op de tekst konden steunen. Soms wisten ze het wel zeker (b.v. de prijs van Fruit-tella), soms gokten ze.

Enkele zaken waren volgens mij bijzonder interessant. B.v. bij het oplossen van de vraag : Wat zit erin ? had maar één leerling mij gevraagd wat aroma's betekenden. De anderen hadden dat niet nagegaan, waardoor ze dus geen gefundeerd antwoord op deze cruciale vraag konden geven. Ze werden het er dan met mij over eens dat ze er inderdaad voor moesten zorgen de belangrijkste woorden goed te begrijpen. Dat konden ze door een woordenboek te raadplegen of de leerkracht om uitleg te vragen. Dat bleek nu overduidelijk.

Bij de vraag 'Hoe wordt reclame gemaakt ?' bleek dat ze beter moesten leren kijken. Veel leerlingen hadden wel vermoed dat van Melle de fabrikant kon zijn, maar ze hadden zich niet afgevraagd wat de naam Leo Burnett daar kwam doen. Door vergelijking met andere reclames konden ze begrijpen dat dat de naam van de man of de firma kon zijn die de reclame voor van Melle gemaakt had. Daarop volgde een heel boeiende discussie over de rol van reclame in de verkoop van een produkt. Het was voor een vierde klas een stevige brok economie !

Toen hun eigen vragen behandeld waren, zei ik : "Ik wil toch even kijken of jullie niks belangrijks vergeten hebben. B.v. Wat is de bedoeling van die reclame ?" Dat was al wel aan bod gekomen natuurlijk, maar zo kon ik vlug tot de volgende vraag overstappen : Hoe proberen ze dat te bereiken ? Daarbij liet ik hen naar de kleuren kijken en naar de eigenaardige vorm van de aardbei. Ik vroeg hen dan ook eens na te gaan welke woorden het meest voorkwamen (Fruit !) en wat de bedoeling van dat alles kon zijn. Ik vroeg hen ook nog of er geen vraag was die we ons bij reclame altijd zouden moeten stellen. Zo kwamen ze op : Is het wel waar ? Is het wel betrouwbaar ? Liegt die reclame niet ?

Uit de discussie daarover bleek weer hoe knap deze reclame wel gemaakt is : ze liegt niet echt, maar ze geeft voortdurend de verkeerde indruk dat zo'n stukje Fruit-tella van echte aardbeien gemaakt is. Dan kwam ook de vraag op : Waarom willen ze dat zo ? Het antwoord is waarschijnlijk-

lijk : omdat de mensen nu belang hechten aan gezonde voeding en omdat snoep een wat slechte faam heeft...

Tenslotte vroeg ik aan de kinderen wat ze nu geleerd hadden over Fruit-tella, over reclame en over hoe ze het best reclame lezen. De besluiten werden genoteerd. Als toepassing mochten ze ofwel een eerlijke reclame voor Fruit-tella ontwerpen of een eerlijke, leuke reclame voor een produkt naar keuze.

Het spreekt vanzelf dat de leerlingen niet ieder jaar dezelfde vragen stellen. Zo had de klas van het vorige jaar zich het volgende afgevraagd :

1. Is het goedkoop ?
2. Welke grondstoffen zitten erin ?
3. Is het goede kwaliteit ?
4. Is het lekker ?
5. Zitten er kleurstoffen in ?

Ook weer zinvolle vragen, niet ?

Naargelang van de vragen die de kinderen zelf aanbrengen, pas ik ook de bijkomende vragen aan. Zo heb ik in die klas gevraagd : Hoe, langs welke weg is deze reclame tot bij ons gekomen ? Zo kon o.a. het reclamebureau ter sprake komen.

Om te weten welke vragen ik extra moet stellen, baseer ik me op wat ik een taalmodel noem. Dat hanteer ik bij elke taalsituatie die geanalyseerd moet worden. Ik heb het vroeger eens van m'n overleden collega, Frans Vierstraete, gekregen en het bevat de volgende vragen : Wie zegt wat ? waarover ? hoe ? voor wie ? met welke bedoeling ? in welke omstandigheden ? langs welke weg ? en hoe reageer ik of de andere daarop ? Omwille van de tijd beperk ik me in de klas vaak tot de in dat geval interessantste vragen.

Waarom verkies ik zo'n werkwijze ?

Naar mijn gevoel is ze normaal : de leerlingen lezen een tekst vanuit een behoefte, ze zijn gemotiveerd om een antwoord te zoeken op hun eigen vragen; zoals in het normale leven vinden ze niet altijd een antwoord; de tekst is niet uit z'n reële context gehaald en het is een soort tekst die kinderen vaak lezen.

Deze werkwijze lijkt me ook functioneel omdat de kinderen oefenen in het zelf stellen van vragen. Daarbij toont de leerkracht dat ze misschien interessante en belangrijke aspecten uit het oog verliezen. B.v. letten ze zeer weinig bewust op de vormgeving, het "hoe". Ze worden op die manier ook gewapend tegen verleidelijke en vaak misleidende teksten : ze krijgen meer inzicht in de manier waarop men ons dikwijls probeert te beïnvloeden. Dat geeft al vlug aanleiding tot meer onderzoek over hoe onze maatschappij wel in elkaar zit. M.a.w. ze leren beter begrijpen en kritischer zijn en tegelijkertijd vermindert hun plezier

in die knappe reclames niet. Integendeel. Ze leren onder-  
tussen ook beter lezen en ze zien beter in dat ze er  
b.v. voor moeten zorgen dat ze belangrijke woorden goed  
begrijpen.

Ik zal deze opsomming van kwaliteiten maar beëindigen,  
anders lijkt mijn verslag teveel op die reclame van Fruit-  
tella : aantrekkelijk, maar niet helemaal geloof-  
waardig ...

Ides Callebaut, Vuurkruisenlaan 31, 8310 Brugge.