

LEZEN MET EEN TAALBESCHOUWENDE BRIL

De lessen die ik in dit artikel beschrijf zijn afkomstig uit mijn eindwerk voor het HIVO rond begrijpend lezen. (1) Ze zijn bedoeld voor de vijfde klas van het lager onderwijs.

Oorspronkelijk was de eerste les allerm minst bedoeld om de kinderen tot leesverbetering te brengen. Pas achteraf bekeken stelde ik tot mijn verbazing vast dat we meer met lezen waren bezig geweest dan met het vooraf gestelde doel :

'het bijvoeglijke naamwoord herhalen en de functie ervan aantonen'.

Nadat de les gegeven was heb ik me pas goed gerealiseerd dat deze les moeilijk een echt etiket kon krijgen.

Het bleek niet enkel grammatica, noch enkel woordenschat, noch enkel lezen, noch enkel schrijven of stellen. Enorm veel taalfacetten kwamen aan bod. In feite was dit voor mij de allereerste keer dat ik 'aan den lijve' ondervond dat taal inderdaad als geheel veel meer is dan de som van de losse taalonderdelen.

De lesdoelen waren dus :

- uit een gegeven stukje tekst de bn. herkennen en aanduiden.
- de functie van een bn. ervaren. (2)

Werken met reclameteksten.

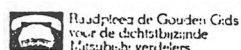
1. DE BN. IN EEN RECLAMETEKST OPSPOREN EN AANDUIDEN.

- *Kleur al de woorden die duidelijk maken hoe iets of iemand is, geel in dit stukje tekst (reclame Mitsubishi).*

Niet nieuw hier of daar. Neen, helemaal nieuw Om beter te zijn dan al die anderen.

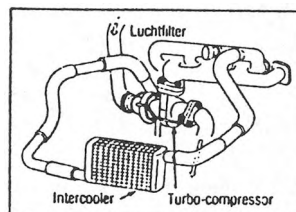
Een sober, klassiek design. Een super-volledig interieur. Een brok betrouwbare techniek onder de motorkap.

Kortom: de juiste mélange van Italiaanse fijngevoelige vormgeving, geroemd Frans comfort en Duitse grondigheid.



De Galant opent daarmee een geheel nieuwe klasse van wagens: de superberlines, met een nieuwe kracht, een nieuwe zuinigheid, een nieuw comfort

Daartoe werd ondermeer de 1800cc turbo diesel ontwikkeld. Met



Intercooler, voor meer pk's en grotere zuinigheid. Zo krachtig dat ie zwaardere dieselmotoren 't nakijken geeft.

Zo zuinig dat u er een copieus dineetje uithaalt als u nog 's

2. VERBETERING EN BESPREKING VAN DE OPDRACHT.

- De woorden die de kinderen als bn. hadden ontdekt, schreef ik nu op het bord. Indien bepaalde bn. meerdere keren in de tekst voorkwamen, werden ze ook meerdere keren opgeschreven.
Hieronder de lijst zoals die op het bord kwam. (noot : bn. zelfstandig gebruikt werden niet als 'fout' gerekend.)

nieuw	helemaal
nieuw	beter
sober	klassiek
supervolledig	betrouwbare
juiste	Italiaanse
fijngevoelige	Frans
Duitse	nieuwe
nieuwe	nieuwe
zuinigheid	nieuw
grotere	zuinigheid
krachtig	zwaardere
zuinig	heel

- Kort werden de oplossingen even getoetst aan : "zijn het woorden die van iets zeggen hoe het is ?".
Er kwam wat discussie over 'zuinigheid', 'zuinig' en 'heel'. We schraptten 'zuinigheid' en 'heel' omdat die woorden toch niet aan de gestelde definitie voldeden.

3. VERDERE VERDIEPING OVER DE FUNCTIE VAN HET BN.

- Ik opende met de vraag : "Valt jullie iets op wanneer je al deze woorden op het bord ziet?" en ... kreeg duidelijk enthousiaste respons :
 - + er staat 6 keer 'nieuw' in !
 - + de meeste woorden zeggen hoe 'goed' die auto is
 - + er staan woorden in die elkaar tegenspreken ! (hier ging ik even dieper op in : "Wat bedoel je ?" "Wel ja: 'nieuw' en 'klassiek", dat klopt niet ! 'zwaarder', 'krachtig' en 'zuinig' kan niet ! 'Duits' én 'Frans' én 'Italiaans' ook niet !)"
- Ik ging verder: "Wie zou dit geschreven hebben ? En waarom zou dit stukje geschreven zijn ?".
Via een verkoper, garagehouder, autokenner... kwamen we toch bij "iemand die reclame schrijft" . En via "om ons iets te leren" (want dat is in de school een geijkt en héél veilig antwoord waarmee je meestal wel roos treft) en "om iets te vertellen" kwamen we tot "om die auto meer te laten kopen".

Dit kwam toen op bord :

de schrijver (auteur) = reclame-schrijver
zijn doel = verkopen, aanprijzen

- "Jullie moesten dit schrijfstukje nu wel lezen om die woorden te vinden. Zou je in een andere situatie, thuis, bij de tandarts,... dat willen lezen? Waarom (niet)?"
 - + auto's interesseren mij niet
 - + dat is niets voor kinderen
 - + zo'n tekst is helemaal niet spannend
 - + daar heb je geen plezier aan
 - + ik lees niet als 't niet moet
 - ...
- "Kan je je iemand indenken die dit wél wil lezen ?
Waarom dan wel ?"
 - + iemand die een nieuwe auto wil kopen
 - + iemand die zich verveelt in de wachtzaal bij de dokter
 - + een autofreak !Dit kwam op bord :

de lezer = een mogelijke koper
 een geïnteresseerde
 iemand die zich verveelt
zijn doel = auto kopen
 tijd verdrijven
 alles over auto's te weten komen

Ongemerkt en eigenlijk vooral ongewild hadden we een leuk lesje begrijpend lezen gehad ! Een lesje met als lesdoel : uit een gelezen tekst de bedoeling, intenties van de auteur opsporen en verwoorden.

Maar terzelfdertijd gebeurde er meer : we hadden eigenlijk auteursdoel en lezersdoel naast elkaar geplaatst en met elkaar in verband gebracht. We hadden bovendien een stuk reclame wat kritischer bekeken.

En we gingen verder...

- "Vertel me nu eens, iemand die reclame schrijft, welke soort woorden zal die veel gebruiken ?"
 - + precies.. die woorden die duidelijk maken hoe goed iets is !
- "Als je reclame leest ... is alles daarin waarheid ?"

4. ZELF BN. IN EEN GEGEVEN TEKST GEBRUIKEN.

Ik verdeelde de kinderen in 2 groepen en gaf aan elke groep volgende opdracht :

- *jullie zien op je blad een reclamestukje staan over een ski-oord-*

Valle d'Aosta. Ik heb er alle woorden (of de meeste toch) uit weggehaald, die vertelden hoe het daar is om te verblijven.
De ene groep zal de tekst zo invullen als een reclameschrijver zou doen.
De andere groep doet precies het tegendeel: zij vullen woorden in zodat je er echt niet naartoe zou willen!
Een prettig en leuk moment volgde toen de kinderen hun werkjes aan elkaar voorlazen.

Valle d'Aosta. De natuur waarvan u droomt.

Stel u voor, in het hartje van de Alpen ligt een vallei, omringd door bergflanken waarop het skiën is temidden van een natuur.
Dit is Valle d'Aosta, met zijn 'pistes en winter-sportstations.
Afdaling of langlauf naar believen, door landschappen onder een meestal hemel.
Waarna u kunt uitrusten in herbergjes of hotels en genieten van streekge-rechten vol afwisseling. En altijd tegen zeer prijzen.

Valle d'Aosta. In enkele uurtjes bent u d'er al... aan het skiën.

Gedetailleerde dokumentatie:
Italiaanse Dienst voor Toerisme
Louizalaan 176 - 1050 Brussel

Naam:
Adres:
Postnr:
Plaats:



5. EVALUATIE VAN DEZE LES :

Het geheel kende een erg vlot verloop, was aangenaam afwisselend wat de leerlingactiviteiten betreft, en bezat heel wat ludieke momenten.

Dat de les insloeg bij de leerlingen bewees volgend staartje. Na het voorlezen van de reclameteksten kwam de vraag uit verschillende hoeken van de klas of we nog wel eens wat met reclame wilden doen. Eentje kwam met het voorstel "Ik zou zelf wel eens een reclametekst willen schrijven.". Dat sloeg in, en ik stelde vervolgens voor om dat na de middag-pauze te doen. De kinderen die 's middags naar huis gingen, vroeg ik een stukje speelgoed, een boek, een voorwerp... mee te brengen waarover een reclametekstje kon geschreven worden. 's Namiddags hadden we een erg gemotiveerd stel-moment (ook al onvoorzien).

Ik leerde er zelf ook iets bij : grammatica van een wat meer functionele hoek benaderen binnen de geschreven taal

leidt blijkbaar ook naar leesverbetering.

Verdere toepassing.

De discussie die tijdens de les ontstond over :

- is alles waar wat je leest ?
 - 'nieuw' en 'klassiek', dat klopt niet !
- zette me verder aan het denken. Wil je teksten (en dan meer speciaal reclameteksten) wat kritischer lezen, dan leek het mij nogal van belang dat je jezelf afvroeg of een gelezen gegeven nu wel
- volkomen waar is
 - waar zou kunnen zijn
 - niet waar is.

Uit deze idee groeiden 3 korte lessen begrijpend lezen :

1. Bent u kaalhoofdig ? (zelf geschreven)
2. Philips koffiezetapparaten (tekst afgeschreven van de verpakkingsdoos)
3. Jody en het hertejong (een korte filmbespreking uit een TV-blad overgenomen)

Bij 1 (bent u ook kaalhoofdig ?) gingen we op zoek, via geschreven opdrachten, naar gegevens die

- zeker waar zijn (prijs, merk van het middel,...)
- mogelijk waar zijn (het produkt is beter dan alle andere, het garandeert succes,...)
- zeker niet waar zijn (spotprijs, je kan nooit goed voetbal spelen omdat de bal afglijdt bij kopballen,...)

Daarna volgde een bespreking van de antwoorden.

Bij 2 ging het om het meer kritisch bekijken van teksten op verpakkingen.

Twee stukjes tekst werden hier na elkaar gebruikt :

- a) de tekst op de verpakking van een legodoos;
- b) de tekst op de verpakking van een koffiezetapparaat.

De kinderen probeerden, door in de huid van de koper te kruipen (wat met de eerste tekst gemakkelijker was dan met de tweede), te ontdekken of ze daarmee wel voldoende informatie hadden over het produkt. Tevens werd de vraag besproken of het doel van deze teksten ook 'verkopen' was.

Boeiend was de vraag "voor wie is de tekst op de legodoos bedoeld ?" (voor de kinderen of voor de ouders).

Bij 3 werd eveneens met de twee andere teksten gewerkt. Het ging erom, door vergelijking van de verschillende teksten, het auteursdoel en het lezersdoel te ontdekken. De vraag "Met welke bedoeling is deze tekst geschreven?" stond hier centraal.

Uit de laatste les (auteursdoel-lezersdoel) volgde daarna nog een andere. Ik plukte een kort antwoord uit 'Het grote tweede antwoordenboek', zonder de vraag uit te schrijven.

Ook hier zochten we naar auteur- en lezersdoel, in vergelijking met de drie bovenstaande teksten.

Op die manier kwamen we tot een synthese :

- alle teksten vertellen iets, geven informatie
- bij de ene tekst is het hoofddoel verkopen
bij de andere louter informatie geven
- de schrijver kan informatie geven, maar mengt daarin zijn eigen voorkeur, zijn eigen kijk op de dingen (filmbespreking)
- de schrijver geeft zuiver de informatie zoals die in werkelijkheid is (antwoordenboek)

Op die manier poogde ik volgende lesdoelen te realiseren :

- het doel van de tekst herkennen, of anders gesteld : ervaren dat schrijvers handelingen bij hun lezers willen ontlokken;
- de intenties van een auteur kunnen verwoorden.

Tijdens deze lessen kwam ook het verschijnsel 'ruis' ter sprake. Het bleek bijvoorbeeld dat sommige kinderen dachten dat het stukje over kaalhoofdigheid eigenlijk alleen bedoeld was als het verstrekken van informatie zonder meer. Daardoor begrepen ze deeltjes uit deze tekst niet goed. Bij dit verschijnsel ben ik dan ook even blijven stilstaan. Daarbij stelden we vast dat, hoe vlugger je een juiste hypothese omtrent de aard van de tekst en het doel van de auteur maakt, hoe beter je een tekst begrijpt. Het hoeft geen betoog dat dit niet in deze woorden naar de kinderen werd vertaald.

Willy Delcart, G. Eisenhowerlei 10, 2200 Borgerhout

NOTEN

- (1) Delcart, W. : De leesbril veranderen. HIVO-eindwerk, 1985.
- (2) Uit een tekst de bn. herkennen; de kenmerken en het belang ervan vaststellen. Zie Stevens Marc, Maar wat met het grammatica-onderwijs ? In : VONK 13/3, pp.18-28; vooral pp. 22-25 over het werken met foute gegevens.