

LES: GEVOELIG NEDERLANDS

WEEK
VAN
HET
NEDERLANDS

Vind jij het Nederlands een gevoelige taal? Emotie en gevoel in de Nederlandse taal is dit jaar het thema van de Week van het Nederlands (30 september tot 7 oktober). Tijdens deze les gaan we samen op zoek naar het Nederlands in al zijn gevoeligheid.

VAN EMOJI'S TOT EMOTIES

Sad, cringe, awkward. We voelen veel, maar praten over onze gevoelens lijkt soms wel moeilijker in het Nederlands. Durven we meer in het Engels? Of zeggen emoji's meer dan duizend woorden?

OPDRACHT 1:

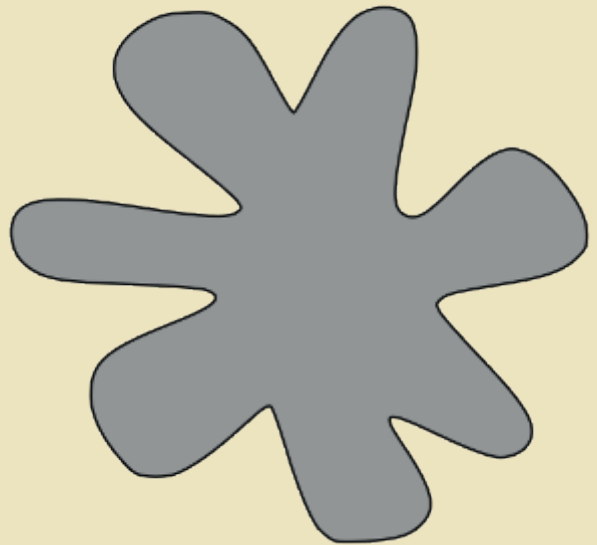
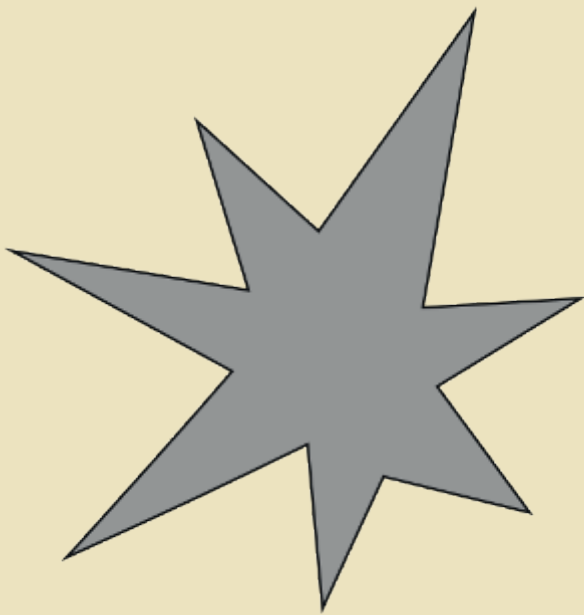
Hoe zou jij onderstaande emoji's vertalen naar het Nederlands? Je mag één woord of meerdere woorden gebruiken, een uitdrukking gebruiken mag ook.

TIP: als je het juiste woord bijna hebt gevonden, maar toch niet helemaal, kan je altijd eens gluren op synoniemen.net. Ga op zoek naar alledaagse woorden, maar wees ook niet bang om nieuwe woorden te ontdekken.



KLANKSYMBOLIEK

We gebruiken woorden om onze gevoelens uit te drukken, maar soms gaat het ook andersom: dan wekken woorden meteen een bepaald gevoel in ons op zonder dat we het echt doorhebben. In 1920 voerden psychologen een experiment uit. Ze toonden deelnemers twee figuren en gaven ze twee woorden, die op zich niets betekenen: *maluma* en *takete*. Bijna alle deelnemers associeerden dezelfde figuur met hetzelfde woord. Welke figuur is volgens jou *maluma*? En welke *takete*? En waarom maak je die keuze?



OPDRACHT 2:

Welke woorden uit onderstaande woordenlijst passen volgens jou bij de *takete*-figuur? En welke bij *maluma*? Schrijf ze in de figuren. Merk je gelijkenissen op? Zijn er bepaalde klanken die je altijd associeert met de *maluma*-figuur, of met de *takete*-figuur? Er is geen juist of fout antwoord, je mag gewoon op je gevoel afgaan.

rubberlaars
gedruis
kaarslicht
sjofel
overrompelen
guitig
juichen
zeepsop
smoelentrekker
krioelen
bengel

kranig
hartenlust
pimpelmees
slurpen
lichterlaaie
terroriseren
moedermelk
wasem
donder
zeesnieuw
bibberen

Gevoelens, dat is iets voor gedichten

Soms hoef je de echte betekenis van woorden niet te kennen om een gedicht te begrijpen – of te schrijven. In 1871 schreef Lewis Carroll *Jabberwocky* als vervolg op zijn bekende boek *Alice in Wonderland*. Het is een nonsensgedicht: de meeste woorden die hij gebruikt, bestaan niet echt. Toch zijn sommige woorden erna wel opgenomen in de Engelse taal. Het gedicht werd al een paar keer vertaald naar het Nederlands, onder andere door Nicolaas Matsier:

Koeterwaal

Het schiewert en de glappe muik
Graffelt zich in de vijchten
Maar heel sloef was de rontelguik,
En strave woelen krijgten.

‘Hoed voor de Koeterwaal je, zoon!
Zijn scherp gebit, zijn reuzenzwaai!
Vermijd het Dubdubdier, verschoon
De glurieuze Beffesnaai!’

Hij nam zijn worpel zwaard ter hand
En speurde bij de Plingplongboom,
Maar niemand bood hem tegenstand,
En zo stond hij in kroom.

In ruffig denken trof hem daar
De Koeterwaal, met vlamvend oog,
Die zwingend door het groene vlaar
Hem worvelend bevloog.

Daar ging zijn zwaard: van hup en hop,
Van zig en zag en zoef!
Dood bleef het monster – en de kop
Keek wel een beetje droef.

‘Is hij ontzield, de Koeterwaal?
Werp aan mijn borst u, lieve deugd!
O kostbaarlijke dag! Kaneel! Kanaal!’
Hij gnuivelde van vreugd.

Het schiewert en de glappe muik
Graffelt zich in de vijchten
Maar heel sloef was de rontelguik,
En strave woelen krijgten.

Wat gebeurt er in dit gedicht?

Welke klanken komen veel voor in de eerste strofe? Welk effect heeft dit? Welke omgeving of welke sfeer stel je je voor, en waarom?

Wat betekenen de volgende woorden volgens jou: *gnuivelen*, *glurieux*, *vlaar*, *kostbaarlijk* en *ruffig*?

OPDRACHT 3:

Maak nu zelf een nonsensgedicht. Kies een van die vier basisemoties (**boos** - **blij** - **bang** - **triest**) en laat je inspireren door de bijhorende muziek. Je kan je eigen woorden verzinnen en/of woorden gebruiken die je hierboven bij maluma of takete had ingedeeld, afhankelijk van de sfeer van je gedicht.

TIP: Om hun nieuwe woorden te verzinnen, gebruikten Lewis Carroll en vertaler Nicolaas Matsier vaak twee bestaande woorden die ze met elkaar vermengden. Bijvoorbeeld: gnuivelen werd samengesteld uit gniffelen en gnuiven.

Schrijven met sentiment

Niet alleen dichters houden zich bezig met gevoelens omzetten in taal. Ook mensen die reclameboodschappen schrijven, willen graag dat je bepaalde emoties ervaart bij hun slogans.

In haar boek *Alfabet van de copywriter* geeft Jill Mathieu (van copywritingcollectief goodcopy.ink) raad aan reclamemakers en andere mensen die hun boodschap overtuigend willen overbrengen. Onder de 'e' heeft ze het over 'emoties':

Op zoek gaan naar de emotionele laag in uw merkcommunicatie werkt altijd. Uw huidcrème kan ervoor zorgen dat ge* minder roodheid vertoont en een zachtere, beter gehydrateerde huid hebt. Maar dat is niet de reden waarom iemand die crème koopt. Niet écht. De reden waarom we vijftig euro betalen voor dat potje collageen is omdat we er aantrekkelijk willen uitzien, omdat we graag gezien willen worden.

'Zacht vel, gemaakt om aan te voelen'.

*Voor Nederlandse klassen: in het Belgisch-Nederlands wordt 'ge' soms gebruikt als een alternatieve (spreektaal)vorm voor 'je'.

Zet voor één keer je adblocker uit en ga op zoek naar reclameboodschappen voor op internet, tv of in tijdschriften. Welke emotionele argumenten gebruiken reclamemakers om mensen te overtuigen? Welke reclames zouden jou kunnen overtuigen en waarom?

OPDRACHT 4:

Om emoties op te roepen in tekst heb je echt geen hoogdravende stijl of dure woorden nodig. Soms zijn drie simpele woorden genoeg. Tijdens de coronaquarantaine hing het copywritingcollectief goodcopy.ink in heel Gent posters op met de tekst: 'Ik u ook.'*

*Voor Nederlandse klassen: dit lijkt misschien gek, maar in het Belgisch-Nederlands wordt 'u' soms gebruikt als een informelere variant van 'je'. Hier staat dus eigenlijk 'Ik jou ook'.



Wat betekent deze slogan?

Wat denk je dat het doel was van deze campagne? Waar denk je dat deze posters vooral ophingen?

Hoe speelt Jill hier in op emoties?

Vind je de opzet geslaagd?