

‘HET EINDEXAMEN IS LEIDEND’

Over de invloed van educatieve uitgevers op het talenonderwijs

Docenten kijken doorgaans met een kritische blik naar de leveranciers van lesmethodes: de educatieve uitgeverijen. Die gaan gebukt onder de gesel van het marktdenken en de druk van investeerders, is het idee. Dat laat onverlet dat uitgevers altijd op zoek zijn naar verbetering van hun methodes of de lancering van ‘iets nieuws’, ook voor de talen. Hebben zij daarbij concrete invloed op onderwijsvernieuwingen? Stimuleren zij die of remmen ze die af? En is er verschil in dezen tussen de grote en de kleine jongens? Een rondgang langs uitgevers van taalmethodes.

JAN ERIK GREZEL

‘Het waren tropenjaren’, zegt Petra Prescher, lange tijd de verantwoordelijke uitgever van *Neue Kontakte*, een methode Duits voor het voortgezet onderwijs. ‘Weinig mensen weten wat het werk van een uitgever precies inhoudt. Ze beseffen ook niet hoe intens en slopend zoiets is. Het is heel complex om een methode te ontwerpen, in de markt te zetten en te blijven aanpassen. Wij luisteren als uitgevers steeds naar docenten en leerlingen, we doen marktonderzoek en we letten natuurlijk op concurrenten. Daarnaast zijn er de nieuwe inzichten uit didactiek en leerpsychologie die ons voeden. Maar bovenal moeten we rekening houden met het examen.’

Zo’n tien jaar geleden kwam Prescher, na een wetenschappelijke carrière aan de Groningse universiteit, als uitgever Duits bij de educatieve uitgeverij terecht die destijds nog Wolters-Noordhoff heette. Ze moest de leergang *Neue Kontakte* weer leven inblazen, toen die na een bloeiperiode in het slop was geraakt: ‘Door een nieuwe koers te kiezen is het me gelukt om de methode terug te brengen op een hoog niveau van gebruiks- en marktaandeel.’

Helden

Wat hield die vernieuwing in? ‘Ik heb auteurs van verschillende leeftijden gezocht met een zeer diverse achtergrond: vakdidactici, ervaren educatieve auteurs, maar



Foto: Anda van Riet

ook vrienden van mij uit Berlijn die midden in het Duitse leven van de 21e eeuw staan en geen band met Nederland hebben. Ik wilde via hen het moderne, hedendaagse Duitsland in de boeken brengen, met authentiek materiaal. We hebben bijvoorbeeld een contract gesloten met de ZDF (Zweites Deutsches Fernsehen) over het gebruik van tv-filmpjes. Verder zijn er games opgenomen en muziek van bands als *Wir sind Helden* met een tekst die aanzet tot nadenken. De digitale ondersteuning werd fors uitgebreid.’

Bij concurrenten zag Prescher een aanpak die volgens haar uiteindelijk minder goed werkte. ‘Er was een methode die opgehangen was aan een soort soap over het leven in een fictief Duits plaatsje waarin een jongen

en een meisje centraal staan. Als je als leerling niets met die jongelui hebt, gaat het materiaal je tegenstaan en misschien zelfs het Duits als taal. Het beste is om materiaal te bieden waarbij leerlingen niet doorhebben dat ze bij het gebruik daarvan een taal aan het leren zijn.’ Ook in de vorm, zoals het aanbod van grammatica, wilde Prescher het over een andere boeg gooien, bijvoorbeeld het moment en de volgorde waarin je naamvallen aanbiedt.

Leveren zulke aanpassingen echt een nieuwe methode op? Prescher: ‘De methode is erop gericht om docenten de mogelijkheid te geven hun leerlingen veilig te begeleiden naar het examen en ze onderweg niet kwijt te raken. De route is redelijk flexibel, maar voor uitge-

vers zijn de eindexameneisen leidend. Nu bestaat de helft van het examen Duits, net als bijvoorbeeld dat bij Nederlands, uit leesvaardigheid: teksten met vragen. Als morgen besloten wordt om leesvaardigheid veel minder zwaar te laten wegen, zullen de methodes snel aangepast worden. Educatieve uitgeverij zijn niet de grootste aanjagers van vernieuwingen.'

Mysterie

Daar kijkt Erika Welgraven van uitgeverij Blink iets anders tegen aan. 'Het examen is wel richtlijn, maar dat staat rigoureuze veranderingen niet in de weg. Wij willen als kleine uitgeverij met onze methodes een rol spelen in vernieuwingen van het onderwijs: scholen verder helpen het onderwijs meer leerlinggericht te maken. "De grote drie" – dat zijn Noordhoff, Malmberg en ThiemeMeulenhoff, voor Malmberg heb ik ook gewerkt als uitgever Nederlands en voor ThiemeMeulenhoff als uitgever Frans en Nederlands – hebben van oudsher de focus op de docent. Zij willen de docent de middelen leveren om goed

“De grote drie” hebben
van oudsher de
focus op de docent.
Zij willen de docent de
middelen leveren om
goed onderwijs te geven'

onderwijs te geven. Blink richt zich meer op de leerling. Wat werkt nu echt voor die leerling?'

Blink is een buitenbeentje. De uitgeverij wordt gefinancierd door drie bevroegen aandeelhouders, van wie er één de oprichter en directeur is van het bedrijf. 'Blink is opgezet vanuit overtuiging en idealisme. Onderwijsvernieuwing staat daarbij meer voorop dan het zogenoemde marktdenken waarbij het uiteindelijk gaat om geld verdienen. Ik heb zelf een hekel aan dat woord markt gekregen. In de visie van Blink is de tijd rijp om door de uitgave van écht andere leermiddelen de noodzakelijke vernieuwing een impuls te geven. Docenten en leerlingen van partnerscholen, maar ook vakdidactici en onderzoekers zijn nauw betrokken bij de ontwikkeling van die middelen. Iedere les wordt uitgeprobeerd.'

Zelfstandige medewerkers – niet in dienst bij de uitgeverij – krijgen bij Blink alle ruimte om hun ideeën te ontwikkelen. Dat heeft geleid tot twee methodes die afwijken van de gebruikelijke: *Wired* voor het vak Engels en *PLOT26*, een grotendeels digitale methode met óók een boek voor het vak Nederlands. Welgraven: 'Dat vak kampt met een imago probleem. Leerlingen vragen zich af waarom ze Nederlands hebben. "Ik kan toch al Nederlands?" is de bekende grap. Ze moeten leren ervaren hoe belangrijk Nederlands is.

'PLOT26 maakt het vak Nederlands interessant door leerlingen een rol te geven in een fictief, maar realistisch verhaal. Zo'n verhaal schept een veilige en vrijere omgeving. Leerlingen worden meegesleept en uitgedaagd om een mysterie rond een moordzaak of overval te ontrafelen en bijvoorbeeld verdachten te beoordelen. Vaardigheden bieden we zo veel mogelijk in samenhang aan en leren vindt plaats in betekenisvolle context – dat zijn basisprincipes. Vanuit de verhaalbeleving voeren leerlingen opdrachten uit. Ze moeten bijvoorbeeld een zakelijke e-mail schrijven aan een officier van justitie met de bedoeling om die voor de gek te houden. Dat leidt tot intrinsieke motivatie.'

Waarde

Bij het onderdeel schrijven ligt de nadruk op het proces, zegt Welgraven. Maar daarin verschilt de aanpak van *PLOT26* toch niet van andere methodes Nederlands? De verschuiving in de schrijfdidactiek van product naar proces is al jaren geleden ingezet, met als resultaat: aandacht voor de fasen in het schrijven, zelfbeoordeling én feedback van medeleerlingen. 'Ja, dat is ook onze aanpak. Als je inziet hoe je leert, is de opbrengst het grootst. Leerlingen moeten regelmatig korte stukjes schrijven.

Dat is toch anders dan wanneer een docent, om de correctielast te dragen, drie keer een ingezonden brief laat schrijven. En inderdaad, "peer-feedback" geven blijkt veel waarde te hebben, weten we uit wetenschappelijk onderzoek.'

Zit de vernieuwing ook in een andere benadering van de 'harde' kanten van het vak Nederlands, zoals zinsontleding en woordbenoeming? 'Grammatica heeft geen overheersende rol bij referentieniveaus of bij de kerndoelen. Het staat dan ook niet op de voorgrond in onze methode. In de klas kun je leerlingen wel met elkaar laten praten over grammaticale functies, maar in *PLOT26* ligt de nadruk meer op vaardigheden en op fictieonderwijs. Bij leesvaardigheid bijvoorbeeld werken we natuurlijk met teksten die de leerlingen interessant vinden, maar waarbij ook de vraag centraal staat: waar gaat die tekst nu eigenlijk over? En: wat vinden jullie van de tekst? We laten geen dertig vragen bij een tekst beantwoorden. Leerlingen brengen we wel in gesprek over functies van bepaalde woorden of tekstdelen binnen een tekst.'

Signatuur

Berthilde Wolters, al ruim twintig jaar als zelfstandige werkzaam bij verschillende uitgeverij, waaronder Malmberg, ThiemeMeulenhoff en Noordhoff, beaamt dat Blink een andere weg is ingeslagen: met 'digitaal' als vertrekpunt en met veel visueel materiaal waarin, voor Nederlands althans, een fictief verhaal een belangrijke rol speelt. 'Die methodes van Blink zijn daarin vernieuwend en dat zal bepaalde docenten en leerlingen aanspreken. Kleinere uitgeverijen hebben meer mogelijkheden om het anders aan te pakken. De grote jongens hebben hun eigen signatuur. De taalmethodes van Noordhoff blinken uit in kwaliteit en structuur: daar kan iedereen mee uit de voeten. De signatuur van een uitgever blijkt bijvoorbeeld ook uit de digitale component van de leermiddelen. Grote uitgeverijen bieden een mix van boeken en voortdurend ververs onlinemateriaal. Nieuw zijn bijvoorbeeld de adaptieve leerroutes, zoals die bij Noordhoff. Leerlingen kunnen dan beter op hun niveau werken: misschien iets onder het gemiddelde of juist duidelijk daarboven.'

Is het dan zo dat vernieuwing vooral van nieuwe en kleine uitgeverijen komt? 'In ieder geval is voor de grote uitgeverijen het examenprogramma richtlijn, maar niet allesbepalend. Als de exameneisen veranderen, moet een methode meebewegen. Maar uitgeverijen hebben beperkt invloed op die koerswijzigingen. Bij Curriculum.nu zijn veel partijen uit het veld vertegen-

Trends die uit de wetenschap afkomstig zijn,
vinden ook bij grote
uitgevers hun weg
naar methodes

woordigd, zoals scholen, docenten, wetenschappers en de SLO. Educatieve uitgeverij zijn niet opgenomen in de ontwikkelteams maar kunnen, net als iedereen, feedback geven op de tussenproducten.'

Trends die uit de wetenschap afkomstig zijn en bijvoorbeeld via SLO onder de aandacht van uitgeverij komen, vinden ook bij grote uitgeverij hun weg naar methodes. Wolters: 'De integratie van vaardigheden is een voorbeeld. Daar rept het examenprogramma niet over. Vanuit het veld is er wel vraag naar. Daardoor is er in verschillende leerboeken een "praktijkopdracht" terechtgekomen, zoals in *Nieuw Nederlands*, ook in de nieuwste editie voor de tweede fase. Alle vaardigheden komen daarin rond één opdracht aan bod. Een ander voorbeeld: het formatief toetsen. Ook dat vind je in verschillende leergangen: die manier van toetsen brengt met zich mee dat het leerdoel van tevoren duidelijk omschreven staat. Dat is iets wat vanuit het werkveld en de wetenschap in de methode terecht komt. Het is het resultaat van de feedback van gebruikers en deskundigen die wij krijgen.'

Stapsgewijs

Door haar jarenlange ervaring kan Wolters signaleren wat er bij de uitgave van taalmethodes veranderd is. Het ontwerp – in uitgeverijstermen 'de conceptontwikkeling' – is verschoven van bureau naar buitenwereld. 'Vroeger bedachten educatieve uitgeverij aan hun werktafel een nieuw concept. Er zijn de laatste decennia steeds meer mensen van buiten bij betrokken:

**‘Als je marktleider bent,
draag je samen met
docenten een grote
verantwoordelijkheid:
die van de kwaliteit van
het onderwijs. Van
radicale vernieuwing is
dan geen sprake’**

onderzoekers, vakdidactici, mensen uit de praktijk. Een uitgever maakt een eerste ontwerp, maar dat wordt meteen getoetst door de gebruikers op grote scholengemeenschappen. Dat gebeurt bij zowel een heel nieuw product als bij een volgende editie. En zo doen alle uitgeverijen het tegenwoordig.

‘Natuurlijk is er een groot verschil tussen een gloednieuwe methode en een volgende editie van een methode die al in de markt staat. Bij dat laatste gaat het om aanpassingen en nieuwe functionaliteiten in de online leeromgeving. Bij *Nieuw Nederlands* zijn bijvoorbeeld extra oefentoetsen toegevoegd en uitgebreide feedback bij de opdrachten, zodat leerlingen zichzelf beter kunnen beoordelen. De vernieuwing gaat stapsgewijs.’

Kleine uitgeverijen kunnen zich volgens Wolters op een niche richten, ze hoeven geen marktleider te worden. ‘Als je marktleider bent, draag je samen met docenten een grote verantwoordelijkheid: die van de kwaliteit van het onderwijs. Daarmee wordt ook je koers bepaald, want er is veel te verliezen. Anders gezegd: je kunt geen al te gekke dingen doen. Van radicale vernieuwing is dan geen sprake.’

Eigenheid

Een bepalende factor is zeker ook het budget aan de kant van scholen. Sinds de invoering van een vaste vergoeding

voor boeken en ander onderwijsmateriaal van 320 euro per leerling per jaar, kunnen uitgevers zich wat minder experimenten met methodeveranderingen veroorloven. Wolters: ‘Je moet meer dan ooit voldoen aan bepaalde voorwaarden, net als een autofabrikant dat moet. Diens producten moeten veilig zijn en aan wettelijke normen voldoen voor bijvoorbeeld de uitstoot. En dan moet zo’n auto vooral ook nog de consument aanspreken. In zo’n soort krachtenspel kunnen educatieve uitgevers onderwijsvernieuwingen niet afdwingen, maar wel faciliteren. Met de methodes willen uitgevers scholen het gereedschap bieden waarmee docenten hun lessen op meerdere manieren vorm kunnen geven. Dat is ook een verschil met vroeger: je product moet op verschillende manieren inzetbaar zijn.’

Is er, als het om onderwijsvernieuwing gaat, ook iets specifiek aan ‘de talen’? De trend om leerlingen elkaar feedback te leren geven, is meer algemeen didactisch van aard. Dat kan immers bij natuurkunde of geschiedenis ook heel goed toegepast worden. Terug naar Erika Welgraven van Blink: ‘Taal leren heeft onmiskenbaar een eigenheid, ook als het om vernieuwende didactiek gaat. Bètavakken hebben natuurlijk groot belang, maar bij taal is de maatschappelijke relevantie onmiddellijk duidelijk. Het gaat bij Nederlands en de moderne

**Sinds de invoering van
een vaste vergoeding voor
onderwijsmateriaal van 320
euro per leerling per jaar,
kunnen uitgevers zich wat
minder experimenten met
methodeveranderingen
veroorloven**

vreemde talen in de eerste en de laatste plaats om communiceren.’

En vinden vernieuwingen misschien eerder ingang bij Nederlands dan bij de moderne vreemde talen? Welgraven: ‘De beginsituatie is natuurlijk sterk verschillend. De moderne vreemde talen vragen meer om onderdompeling. Confrontatie met bronnen is de motor achter taalontwikkeling voor leerlingen. Ik zie overeenkomsten tussen vernieuwingen bij Nederlands en Engels, Frans en Duits in bijvoorbeeld de ontwikkeling om meer ruimte te geven voor samenwerking tussen leerlingen. Ik sta wat ambivalent tegenover dat gepersonaliseerd leren van tegenwoordig. Het klinkt misschien gek uit de mond van een uitgever van een digitale lesmethode, maar het zou zeker voor de talen niet goed zijn als gepersonaliseerd leren betekent dat leerlingen continu met hun neus in de digitale middelen zitten. Dan gaat het hart van “taal leren” verloren. Leren van elkaar en met elkaar heeft grote waarde voor de mate waarin dingen beklijven.’

Vernieuwing dankzij ICT?

Welke rol uitgevers kunnen spelen bij onderwijsvernieuwing voor de talen, wordt wellicht het best gedemonstreerd aan de toenemende beschikbaarheid van digitaal materiaal bij taalmethodes. Dat materiaal wordt nogal eens gezien als een eigentijdse maar niet wezenlijk andere manier om lesinhoud aan te bieden: hetzelfde als in het boek, maar dan op het scherm. Die beperkte blik gaat voorbij aan de vele mogelijkheden die ICT levert voor een vernieuwende aanpak van talenonderwijs. Met digitaal materiaal kan een docent lesstof – denk aan theorie bij grammatica – op veel verschillende manieren behandelen door bijvoorbeeld getekende of gespeelde instructiefilmpjes te gebruiken; daarnaast is er via ICT veel gevarieerder verwerkingsstof te bieden, feedback en toetsmateriaal. Het verschil tussen een ‘match-oefening’ op papier of digitaal is niet zo groot, behalve misschien in het gebruiksgemak. Maar als een leestekst online ook auditief beschikbaar is met allerlei mogelijkheden om informatie over moeilijke woorden te krijgen, filmpjes af te spelen die uitleg geven over de inhoud, of bijvoorbeeld synoniemen te laten verschijnen, is het digitale aanbod een stuk rijker dan lesstof die louter op papier beschikbaar is.

De omschakeling van folio naar online gaat echter langzamer dan gedacht. Dat ligt aan factoren als bereidheid van docenten om ICT te gebruiken, technische mankementen en de beperkte digitale infrastructuur op scholen. ‘Ik heb prachtig ICT-materiaal gemaakt met

**De omschakeling van
folio naar online gaat
langzamer dan gedacht.
Dat ligt aan factoren als
bereidheid van docenten
om ICT te gebruiken en
de beperkte digitale
infrastructuur op scholen**

veel differentiatie op niveau en leerstijl’, verzucht een voormalig uitgever. ‘Daarmee kon je modulair werken per vaardigheid, er waren diagnostische toetsen op verschillende niveaus beschikbaar, maar veel docenten wilden er nog niet aan. Dat maakt het lastig voor uitgevers. Ontwikkeling van digitaal materiaal kost heel veel geld. Als maar 15 tot 20 procent van de cliënten het gebruikt, kan dat niet.’

Toch lijkt het een kwestie van tijd om deze obstakels uit de weg te ruimen. Dat beseffen alle uitgeverijen. Ondanks de forse investeringen die ICT-materiaal vergt, zetten zij zonder uitzondering in op een steeds groter aandeel van digitaal lesmateriaal, naast of soms in plaats van boeken van papier. Het is de zich razendsnel ontwikkelende techniek die de aanjager is van vernieuwingen door een scala aan toepassingsmogelijkheden, maar het zijn de betrokkenen – docenten, vakdidactici en niet in de laatste plaats educatieve auteurs en hun uitgevers – die de techniek volop moeten benutten om tot die onderwijsvernieuwingen te komen. ■