1. Op p11. staat de conclusie van dit artikel. Waar de bevindingen van systematische taalkundig analyse in tegenspraak staan met de conclusie dat Verdonk hoger scoorde op de populistische meetlat dan Wilders. Ik heb zelf nog niet duidelijk hoe je deze perspectief analyse en people centrality in de politiek kan toepassen.

2.

1] Mevrouw de voorzitter.

[2] 50PLUS trekt niet alleen in de vier weken voor de verkiezingen het land in.

[3] Dat doen we ook op andere momenten. (…)

[4] En dat is leerzaam,

[5] want juist buiten dit gebouw hoor je wat er leeft in de samenleving.

[6] Je merkt dan keer op keer dat Nederland een prachtig land is om te wonen,

[7] maar de mensen die wij spraken, vinden ook dat ons land zichtbaar in verval is; verval op veel terreinen.

[8] Denk aan de kaalslag in de publieke sector.

[9] Mensen thuis hebben daar grote zorgen over. (…)

[10] Juist in een jaar met ten minste twee belangrijke verkiezingen begrijp ik maar al te goed

[11] dat dit kabinet ook de helft van de kiezers die immers 50- plus is, niet in de armen van mijn partij wil drijven.

[12] Maar na alle minnen van de afgelopen negen jaar is deze plus lang niet genoeg.

[13] Die dicht de koopkrachtkloof tussen werkenden en mensen die hard gewerkt hebben niet.

[14] En nee, mevrouw de voorzitter, ik heb deze keer geen grafiek bij me,

[15] maar het staat nog steeds op ieders netvlies gegrift.

[16] In 2017 en in 2018 werd die kloof veel groter

[17] en die zal in 2019 zeker niet kleiner worden.

[18] Er is meer waar mensen boos over zijn.

[19] Het meest genoemd is de weerstand tegen de afschaffing van de dividendbelasting.

[20] En ook de kritiek van de Raad van State was niet mild.

[21] Boos zijn mensen ook door het alsmaar niet oplossen van de ouderenwerkloosheid.

[22] Op dit moment zijn er ongeveer 140.000 ouderen op zoek naar een baan.

[23] Boos zijn ze ook over het hardvochtig vasthouden aan een alsmaar stijgende AOW-leeftijd,

[24] terwijl er geen oog is voor mensen die maar met moeite de 65 dachten te halen.

[25] Een rijk land als Nederland kan zich een AOW-leeftijd van 65 jaar veroorloven.

[26] Het is een kwestie van beschaving.

[27] Het is een politieke keuze.

[28] Ouders hebben het beste voor met hun kinderen en kleinkinderen,

[29] maar ook jongeren voelen zich in de steek gelaten. (…)

[30] Studeren is voor onze jeugd financieel steeds lastiger

[31] en er ontstaat weer een kloof tussen rijke en armere gezinnen.

[32] Zorgelijke ontwikkelingen.

[33] Mensen ergeren zich terecht aan het feit dat er wantoestanden zijn bij UWV en ING.

[34] Ze hebben genoeg van al het gesjoemel.

[35] (…) Mensen thuis zien de leden van de coalitiepartijen niet langer als volksvertegenwoordigers maar als politici die het eigenbelang, het partijbelang voor het algemeen belang laten gaan.

[36] Het regeerakkoord is verworden tot een dictaat met 76 leden als stemvee.

b.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Henk Krol (50PLUS) | | |
|  | Uitingen Totaal | Uitingen met kiezer | % van totaal |
| Algemene Politieke Beschouwingen (2018) | 36 | 18 | 50 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | Henk Krol (50PLUS) |  |  |
|  | Uitingen Totaal | Perspectief bij kiezer | % van totaal |
| Algemene Politieke Beschouwingen (2018) | 36 | 11 | 30,55556 |

c. "Ik zie het altijd als een boekenkast waar op een gegeven moment geen nieuwe boeken meer bijkomen. Op een gegeven moment, verderop in de ziekte, vallen al die andere boeken er ook uit. Alleen de boeken met de heftige emoties blijven stevig verankerd in het geheugen".

Geheugen als boek, dit is een [[conceptuele metafoor]] omdat het een meer begrijpelijke [[brondomein]] geeft voor het complexe [[doeldomein]] namelijk dat je geheugen een boek is. Dit zie je terug in hoe we denken over je geheugen, je kan bijvoorbeeld in films geheugenlezen.

d. Ja omdat dementie een erg complex begrip is en erg persoonlijk, door middel van dit soort uitleg over hoe zo'n geheugenprobleem werkt legt de vergelijking met een boekenkast als opslag voor je geheugen ook wel boeken. Veel uit over de status van de persoon die deze geheugens niet meer kan aanmaken.

3. De cocacola reclame over: "open happiness", waarin de softdrink als [[doeldomein]] en happiness als [[brondomein]] word gebruikt. Dit doet Coca-Cola om hun drankje te framen als een vrolijk moment in je dag. Ook gebruiken ze dit [[metafoor]] regelmatig rondom al hun reclames. Bijvoorbeeld, choose happiness wat een impliceert dat als je Cola van Coca-Cola kiest in plaats van hun concurrenten.