

Opgave 1 Voedselhypes

tekst 1

Crompouce, oliepouce, panpouce, frikanpouce ... en de hype gaat door

De crompouce is een kruising tussen twee klassiekers: de croissant en de tompouce. (...) Zijn faam vergaarde het baksel (...) in september, toen
5 een influencer het positief recenseerde op TikTok. Die video is meer dan 830.000 keer bekeken. (...) Inmiddels surft menig ondernemer mee op de golf. Oliebollenkramen
10 wagen zich aan de 'oliepouce', pannenkoekenboerderijen aan de 'panpouce' en snackbars aan de 'frikantpouce'. Een welkome afleiding in tijden van oorlog en ellende.
15 Helemaal toeval is dat niet, stelt foodtrendanalist Anneke Ammerlaan. 'Culinaire hypes zijn altijd een uitdrukking van achterliggende ontwikkelingen. In de veilige jaren
20 negentig kwam bijvoorbeeld de fusionkeuken op, met soms extreme smaken. In onzekere tijden zoals nu neigen mensen juist naar comfortfood.' Behalve met comfort en
25 nationale trots resoneert¹⁾ de crompouce met de wereldwijde populariteit van viennoiserie²⁾, observeert ze. 'Mensen willen geen zware roomtaarten meer. Liever
30 zoete broodjes van croissantdeeg.' Dat juist voedsel zo trendgevoelig is, noemt Ammerlaan logisch. 'Eten is

identiteit.' Sociale media werken daarbij als katalysator. De laatste tijd
35 hebben Amsterdammers kennis kunnen maken met 'TikTokrijen'. Dagelijks komen volksmassa's af op zaken die volgens sociale media de beste stroopwafels, burgers of frietjes
40 serveren. Al het menselijke gedrag wordt sterk beïnvloed door anderen, ook wat je eet', zegt Ingrid Steenhuis, hoogleraar preventie aan de VU.
45 'Mensen willen zich verbonden voelen en het eten van een populaire snack geeft het gevoel erbij te horen.' Dat was ook zo vóór sociale media bestonden, benadrukt ze. 'Met wie je
50 aan tafel zit, beïnvloedt je eetgedrag. Het verschil is dat internethypes zich razendsnel kunnen verspreiden onder een veel breder publiek.' Door sociale media verandert ook
55 onze kijk op eten. Voedselhypes op TikTok en Instagram ogen dikwijls spectaculair. Zo waren cloud eggs, opgeklopt eiwit, een wereldhit dankzij hun wolkachtige verschijning (...),
60 zegt Ammerlaan. 'Alles draait om het visuele. Pas als het beeld interessant is, lees je door. Het belangrijkste zintuig voor eten zijn je ogen.' (...)

bron: Trouw, 2023

noot 1 resoneren = meeklinken, doorklinken

noot 2 viennoiserie = luxe zoete broodjes