

Bijlage HAVO

2018

tijdvak 1

maatschappijwetenschappen (pilot)

Bronnenboekje

Opgave 1 Lobby

tekst 1

Lobbyisten

- (...) Offermans is lobbyist en jazeke, ze vloekte toen zich alwéér verkiezingen aandienden: “Het is een periode vol kansen, maar ook een
5 helse tijd.” (...)
Maanden van tevoren anticiperen lobbyististen al op de uitslag van de verkiezingen. Offermans: “We maken lijstjes: welke minister komt waar te
10 zitten en wat kan ik daar straks mee? (...) Je neemt contact op met de schrijvers van de verkiezingsprogramma’s of mensen die er inspraak in hebben.”
(...)
15 Een lobbyist heeft een heel scala aan middelen die tactisch kunnen worden ingezet. Offermans: “Je kunt petitie organiseren, demonstraties, een rechtszaak aanspannen, een open
20 brief in de krant plaatsen, advertenties, wetenschappelijke studies laten uitvoeren (...). Je beïnvloedt stilletjes achter de schermen of kiest juist voor
25 ruchtbaarheid in de media.” (...)
Lobbyisten praten voortdurend met beleidsmakers en ambtenaren (...). Mechteld van den Oord (33), advocate en freelance lobbyist: “(...)”
30 het feit dat we achter de schermen werken, betekent niet dat we louche zijn. Dat imago komt door de media. Als de lobby in het nieuws komt, is het meestal in negatieve zin. Dan
35 gaat het over omkoopschandalen of de agressieve tabakslobby. Maar lang niet aan elk proces hangt een luchtje. Voor van alles en nog wat wordt gelobbyd: van garnalen tot
40 Greenpeace. Je kunt als bedrijf of instelling nauwelijks nog zonder een vertegenwoordiger in Den Haag. Het funeste is: mensen begrijpen niet wat je precies doet. Dan ben je al gauw
45 verdacht.” (...)
Van den Oord: “Politici moeten zo veel tijd en energie stoppen in het omgaan met de media dat ze soms conceptteksten van lobbyististen
50 klakkeloos overnemen.
En als lobbyististen meeschrijven aan wetsvoorstellen, krijgen ze behoorlijk veel grip op de inhoud.” Geen zorgelijke ontwikkeling, vindt
55 Offermans: “Waarom zouden lobbyististen niet mogen meeschrijven aan wetsvoorstellen? Vaak heeft de lobbyist meer inhoudelijke kennis dan de politicus. Een politicus kan zich
60 onmogelijk in alles verdiepen. (...)”
Kortom: de specialistische kennis van de lobbyist informeert de politicus. Maar die informatie, en daar wringt het, is per definitie gekleurd. Worden
65 lobbyististen nog eens machtiger dan politici? Offermans, fel: “Neen! Zij die besluiten, hebben de macht. (...) De uiteindelijke stappen worden gezet door de regering. (...)”

naar: publicmatters.nl, 20 augustus 2012

tekst 2

'De kunst van een goede lobby'

Coen Sleddering is wat ze bij de grote lobbykantoren enigszins meewarig een eenpitter noemen. "Die lobbyisten die de hele dag
5 rondhangen in Nieuwspoort en hopen iemand tegen het lijf te lopen, zo werkt het niet meer", zeggen ze daar. Het is nu plannen, strategie, 90 procent puur inhoudelijke
10 voorbereiding, achter het bureau. En misschien 10 procent van de tijd op pad, om politici of ambtenaren te spreken. (...)

Van de vleesindustrie tot de
15 Fietsersbond, bijna elke organisatie heeft tegenwoordig iemand die de 'public affairs'¹⁾ op zich neemt. Wat voorheen een branchevereniging was, is nu een lobbyclub. Zelfs
20 goede doelen kunnen niet meer zonder 'advocacy officer'²⁾ (...).

Cocogate

Hoe lobbyisten ambtenaren 'helpen', werd zichtbaar toen via NRC

25 Handelsblad een mailwisseling tussen ING en het ministerie van Financiën uitlekte. De bank had van Financiën een conceptwet ontvangen over coco's, een type obligaties, en
30 stuurde die retour met een wensenlijstje in de vorm van rode markeringen. In de e-mail: "Ik hoop dat jullie hiermee kunnen leven." Het Binnenhof was in rep en roer. Zie je
35 wel, riepen Kamerleden, de machtige bankenlobby schrijft de minister letterlijk de wet voor. SP-leider Roemer eiste een debat, er werden achttien pagina's aan Kamervragen
40 gesteld, de kwestie werd een heuse cocogate. (...) Sleddering heeft het vak zien veranderen. "Vroeger nam je een oud-Kamerlid mee, dan gingen
45 deuren eerder open, het ging om het babbeltje. Dat is veranderd." Kamerleden zijn daar nu minder van onder de indruk. "Het gaat meer om informatie. (...)"

naar: www.volkskrant.nl, 12 december 2015

noot 1 public affairs = het lobbyen bij politici, gezien als vakgebied

noot 2 advocacy officer = pleitbezorger

tekst 3

'Lobbyen door gewone mensen, niet alleen door rijke bedrijven'

De Tweede Kamer behandelt
volgend jaar een initiatiefnota¹⁾ die
het makkelijker maakt voor gewone
mensen om invloed uit te oefenen op
5 nieuwe wetten. De PvdA wil het
beïnvloeden van wetgeving, ofwel
lobbyen, inzichtelijker en meer
openbaar maken. PvdA-Kamerlid
Bouwmeester is drie jaar bezig
10 geweest met onderzoek naar lobbyen
en het schrijven van de initiatiefnota.
(...)

Gewone mensen

Het probleem is (...) dat bij een
nieuwe wet nooit staat vermeld wie
15 er heeft meegedacht of mee-
geschreven. "We moeten dus
inzichtelijk maken met welke
belangen er rekening is gehouden,
dan wordt ook duidelijk wanneer er

20 niet naar gewone mensen is
geluisterd."

"Grote bedrijven en organisaties
hebben nu heel veel invloed. Die
bedrijven zijn rijk en machtig en
25 kunnen een dure lobbyist kopen",
zegt Bouwmeester. "Maar Nederland
is van ons allemaal, niet alleen van
de grote bedrijven."

De PvdA wil meer internet-
30 consultaties invoeren, zodat burgers
via internet vaker actief kunnen
meepraten. Daarnaast moeten de
agenda's van ministers en
staatssecretarissen openbaar
35 worden, met daarin ook de afspraken
met lobbyisten, en moet in elke wet
een 'lobbyparagraaf' komen, waarin
staat naar wie er is geluisterd. (...)

naar: nos.nl, 22 december 2015

noot 1 In een initiatiefnota kan een Tweede Kamerlid een bepaalde beleidskwestie aan de orde stellen en daarover voorstellen doen. Als regel komt de regering met een reactie. De nota wordt vervolgens besproken door de Tweede Kamer.

Opgave 2 I love Asian

tekst 4

Aziatische jongeren in Nederland creëren eigen identiteit

Veel Nederlandse jongeren met Aziatische ouders voelen zich niet alleen Nederlands en bijvoorbeeld Chinees, maar identificeren zich ook met een Aziatische identiteit die de etnische grenzen overstijgt. Communicatiewetenschapper Reza Kartosen ontdekte dat (...) Japanse en Koreaanse populaire media belangrijk zijn bij het vormgeven van deze pan-etnische Aziatische identiteit. Vrijdag 8 juli promoveert hij aan de Universiteit van Amsterdam. (...) De promovendus vroeg zich af waarom de jongeren zich op Koreaanse en Japanse films en series richten. De hoge productiekwaliteit van het materiaal bleek belangrijk. Maar daarnaast gaven de jongeren aan zichzelf te herkennen in

de normen en waarden die de series verbeelden. “Waarden die zij bij de Aziatische identiteit vinden horen, zoals het belang van familiebanden, respect voor ouderen of waardering voor hard werken.” Hoewel respondenten niet expliciet zeiden dat het uiterlijk van de mensen op het scherm meespeelde, gaven ze wel aan dat ze zich minder zouden herkennen in een Amerikaanse of Nederlandse serie waarin precies dezelfde thema’s centraal zouden staan. (...) Dat jongeren zich niet in Nederlandse films en series herkennen is geen goede zaak, meent Kartosen. “Populaire cultuur hoort verbinding te scheppen, maar in Nederland laat populaire cultuur een witte identiteit zien die veel mensen buitensluit.”

bron: UvA nieuws, 23 juni 2016

tabel 1

Indicatoren van integratie, naar migratie-achtergrond

| indicatoren | Chinese Nederlanders | Turkse Nederlanders | Marokkaanse Nederlanders | Antilliaanse Nederlanders |
|--|---------------------------------|--------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|
| 1 tenminste wekelijks contact met autochtone Nederlandse vrienden/ kennissen | 45 | 53 | 58 | 70 |
| 2 heeft vaak/altijd problemen met Nederlands in gesprek | 33 | 23 | 15 | 3 |
| 3 personen met werkloosheids- uitkering | 0,8 | 2,5 | 2,1 | 2,5 |

naar: Sociaal en Cultureel Planbureau, 2011

Toelichting

De cijfers in de tabel zijn procenten.

tabel 2

Consumptie van populaire cultuur onder Aziatische jongeren in Nederland

| | Cosmopolitans | Asians | Hostlanders |
|---|----------------------|---------------|--------------------|
| kijken naar Nederlandse populaire media | 2,29 | 1,85 | 2,20 |
| kijken naar populaire media uit het Aziatisch land van herkomst | 2,46 | 3,03 | 2,17 |
| kijken naar populaire media uit een ander Aziatisch land | 2,28 | 2,77 | 1,98 |
| kijken naar andere populaire media, bijvoorbeeld uit Groot-Brittanië of de Verenigde Staten | 3,58 | 3,15 | 3,18 |

naar: The International Communication Gazette, 2013

Toelichting

De cijfers in de tabel staan voor gemiddelden op een vijfpuntsschaal, variërend van 1 punt (niet kijken naar deze media) tot en met 5 punten (zeer vaak kijken naar deze media).

(Onderzoek is gehouden onder 486 Aziatische Nederlanders in de leeftijdsgroep 18-35 jaar.)

Opgave 3 Robotisering

tekst 5

'Hallo, ik ben Alice, de zorgrobot'

Met een zorgrobot voelen bejaarden zich minder eenzaam, zeggen Nederlandse onderzoekers na een proef. (...)

5 Computerwetenschapper en psycholoog Johan Hoorn en hoogleraar mediapsychologie Elly Konijn, beiden van de Vrije Universiteit Amsterdam, zijn nog
10 steeds onder de indruk van het experiment dat zij uitvoerden met een 'zorgrobot' die Alice heet. Alice heeft het formaat van een peuter, met een plastic lijf en een levensecht
15 gezicht. Ze kijkt de mensen belangstellend aan met haar grote groene ogen, en zegt: "Hallo, ik ben Alice. Een zorgrobot."

"Ik wil geen robotje in mijn huis", zei
20 een van de deelnemers aanvankelijk. Maar bij de tweede of derde ontmoeting was het ijs gebroken. "Alice is mijn vriendin", zei ze toen. (...)

25 Het vertrouwen dat Alice kreeg, was zo groot dat de deelnemers openhartiger naar haar waren dan naar de verpleging. (...) Het praten met een robot werkt ook als een
30 dagboek, mensen vertellen hun belevenissen om ze zo te verwerken. (...)

Alice vraagt: "Voelt u zich wel eens eenzaam?" Mevrouw Remkes bevestigt dat. Ze vraagt door:

35 "Wanneer vooral?" Mevrouw Remkes: "Tja, elke dag. Er komt nooit iemand." "Oh, dat is jammer", reageert Alice. Mevrouw Remkes kijkt weg, ze beseft hoe eenzaam ze
40 zich voelt (...).

Ze [Alice] reageert deels spontaan, deels via voorgeprogrammeerde vragen en deels gestuurd door iemand achter de computer. Hoorn:
45 "Maar over twee, drie jaar zijn we echt zo ver dat computers autonoom kleine gesprekjes kunnen voeren." (...)"

De documentaire 'Ik ben Alice' die van het onderzoek gemaakt is, (...) is
50 eerder in bioscopen vertoond. (...) Er zijn ook een paar mensen boos geworden van de film. Ze vonden dat de zorg voor bejaarden niet uitbesteed kan worden aan
55 robots. Werknemers in de zorg zijn soms ook argwanend en vragen zich af of zij hierdoor straks hun baan verliezen. Hoorn: "Maar het is niet de bedoeling dat robots de menselijke
60 hulp gaan vervangen, ze zullen die alleen ondersteunen en effectiever maken. Wijkverpleegkundigen hebben nu twee minuten tijd voor een cliënt en moeten dan alweer door
65 naar de volgende. Een robot kan ook onuitputtelijk herhalen, en bijvoorbeeld voortdurend geheugenoefeningetjes doen met mensen die aan het dementeren zijn:

70 'Hoe heet je kind, hoe heet je man?'"
Hoorn en Konijn hebben nu gezien
wat mogelijk is. Hoorn: "Voor ons is
alleen maar duidelijker geworden hoe

75 belangrijk het is dat deze zorgrobots
er daadwerkelijk gaan komen. De
kwaliteit van zorg wordt niet slechter
maar beter met robots."

naar: www.nrc.nl, 6 juli 2015

tekst 6

Angst voor robots 'is onnodig'

We moeten ons niet laten
verlammen door de angst dat robots
en de digitalisering ons werk
5 overnemen. Wie de nieuwe
technologie omarmt en actief op zoek
gaat naar de kansen die het biedt,
krijgt andere mogelijkheden. Met
andere woorden: innovatie leidt dus
10 niet per definitie tot baanverlies.
Belangrijk is wel dat de politiek en de
beleidsmakers meedoen, en de
nieuwe technologie, zoals drones en
het werken met grote hoeveelheden
15 data, via scholing en wet- en
regelgeving in de samenleving
inbedden. Dat zegt Rinie van Est,
onderzoeker van het Rathenau
Instituut.
20 Van Est heeft met zijn collega-
onderzoekers in opdracht van de
commissie¹⁾ voor Sociale Zaken en
Werkgelegenheid onderzoek gedaan
naar de relatie tussen technologie en

25 werkgelegenheid. De Tweede Kamer
had om dit onderzoek gevraagd
nadat minister van Sociale Zaken en
Werkgelegenheid Lodewijk Asscher
eind september op het jaarlijkse
30 congres van Sociale Zaken en
Werkgelegenheid stelde dat
robotisering (...) invloed heeft op de
werkgelegenheid (...).

Robot als de ideale werknemer

35 (...) [Asscher] wijst erop dat robots in
hoog tempo "toegankelijker,
betrouwbaarder en goedkoper"
worden. Ze kunnen ook nog eens
"24 uur per dag werken, zijn nooit
40 ziek, zeuren niet om loonsverhoging
en staken niet". Daardoor wordt het
steeds interessanter voor werkgevers
hen in te schakelen. "Voor een
aanzienlijk deel van de bestaande
45 banen kunnen zij werknemers
vervangen", stelt Asscher.

naar: fd.nl, 17 juni 2015

noot 1 De 150 Tweede Kamerleden doen hun werk vooral in commissies. Een
Kamercommissie is een groep Kamerleden die zich bezighouden met een
beleidsterrein van een ministerie of met een specifiek onderwerp. Twee derde van het
overleg tussen Tweede Kamer en bewindslieden vindt plaats in deze commissies.