



Bijlage VWO

2019

tijdvak 1
woensdag 08 mei
07.30 - 11.00 uur

Nederlands

Tekstboekje

Tekst 1 Nepnieuws en de kunst van propaganda

- 1 Een groot aantal westerse landen, waaronder Nederland, maakt zich grote zorgen over Russische propaganda. Minister van binnenlandse zaken Kaja Ollongren wil onder meer met sociale media- en technologiebedrijven als Google, Twitter en Facebook om de tafel om 'buitenlandse beïnvloeding' tegen te gaan. Volgens veel westerse landen manipuleerde Rusland de publieke opinie bij verschillende verkiezingen en referenda, zoals de Amerikaanse presidentsverkiezing, het brexit-referendum en dat over de Catalaanse onafhankelijkheid. Ook manipuleerde Rusland de politiek in Nederland, zoals bij de MH17-kwestie¹. CDA-voorman Sybrand Buma spreekt van een 'levensgevaarlijke situatie'.
- 2 Sommige partijen in Nederland, waaronder CDA en D66, pleiten voor een overheids campagne om burgers te waarschuwen voor deze nieuwe 'dreiging'. De burgers moeten 'weerbaar' gemaakt worden; aan hen moet verteld worden hoe ze propaganda kunnen herkennen. 'Trap er niet in', moet de campagne gaan heten. Maar wat is propaganda? En hoe bestrijdt je deze 'nieuwe dreiging'?
- 3 De term propaganda is ontstaan in de zeventiende eeuw, toen de katholieke kerk onder leiding van paus Gregorius XV zich bedreigd

voelde door het succes van de protestanten, met name in de 'Nieuwe Wereld'. De katholieke kerk trainde missionarissen om het geloof te verspreiden onder de nieuwe christenen. Maar het fenomeen propaganda begon niet met het gebruik van de term; het is zo oud als de verspreiding van ideeën.

- 4 De Grieken en Romeinen hadden er zelfs een godin voor: Fama. Zij bestookte de mensheid met 'gefluisterd nieuws, dat dan weer snel wordt doorgegeven met een groeiend aantal verzinsels; elke nieuwe bron breidt de geruchten uit,' aldus de klassieke dichter Ovidius. Volgens zijn collega Vergilius was de macht van Fama zo groot dat zij hele steden in paniek kon brengen, ongeacht of ze daarbij nu kwade leugens verspreidde of de waarheid verkondigde.

- 5 Wie het over moderne propaganda heeft, kan niet om de beroepspropagandist Edward Bernays (1891-1995) heen. Hij werd geboren in Oostenrijk, maar vertrok op jonge leeftijd naar Amerika. Als neefje van Freud² – het heeft zeker bijgedragen aan zijn faam dat hij dit trots in ieder interview vertelde – wilde hij zich toeleggen op de psyche, en dan vooral die van de massa. Hij werd niet alleen beïnvloed door zijn oom, maar ook door de Franse socioloog Gustave

¹ Een toestel van Malaysia Airlines met vluchtnummer MH17 stortte in juli 2014 neer in Oost-Oekraïne, nadat het toestel geraakt was door een luchtdoelraket. 193 inzittenden hadden de Nederlandse nationaliteit. Het onderzoek naar de schuldigen

was bij het verschijnen van deze tekst nog gaande.

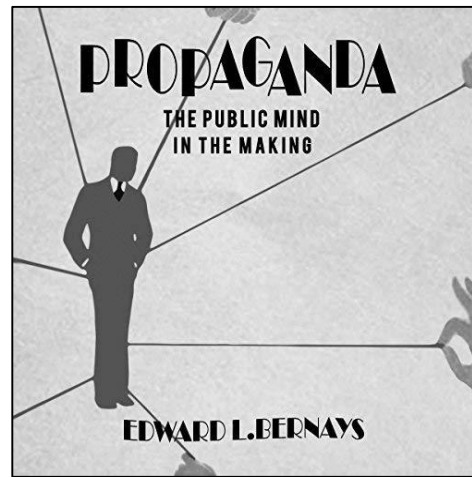
² Sigmund Freud (1856-1939), Oostenrijks neuroloog en grondlegger van de psychoanalyse

Le Bon (1841-1931), bekend van zijn boek *De menigte* over kuddegedrag, en de Amerikaanse journalist Walter Lippmann (1889-1974), die schreef over de werking van de publieke opinie.

6 Bernays begon zijn loopbaan in de Eerste Wereldoorlog bij de propaganda-afdeling van het Amerikaanse leger. Hij had als taak het Amerikaanse volk gereed te maken voor de oorlog, die voor veel burgers te ver weg was om zich er zorgen over te maken. Om steun voor de oorlog te vergaren onder de gewone burgers, die zo trots waren op het Amerikaanse electorale systeem, bedacht hij onder meer de slogan *Make the world safe for democracy*.

7 In de jaren twintig van de vorige eeuw ging Bernays als publicrelationsman verder in het bedrijfsleven. Hij werd onder meer ingehuurd door de American Tobacco Company om meer vrouwen aan het roken te krijgen, iets wat tot dan toe vooral geassocieerd werd met prostitutie en onzedelijkheid. Bernays verzoon een list: vrouwen-activisten in New York werden betaald om sigaretten te roken. Sigaretten werden daardoor niet meer geassocieerd met prostitutie, maar met vrouwenemancipatie. Sigaretten werden voortaan 'vrijheidsfakkels'. Bernays was ook betrokken bij CIA-operaties in Latijns-Amerika. Hij hielp de Amerikaanse regering en de United Fruit Company bij de omverwerping van de democratisch gekozen Guatemalteekse president Jacobo Árbenz in 1954, omdat deze als 'communist' de Amerikaanse fruitbedrijven zou hebben willen nationaliseren.

8 Bernays schreef een aantal invloedrijke boeken, waaronder *Pro-*



paganda en *Crystallizing Public Opinion*, in wezen twee handboeken over het manipuleren van het volk. Hoe cynisch Bernays ook was, hij was in ieder geval goud-eerlijk over zijn vak. Bovendien vond hij liegen of het verspreiden van leugens een slechte zaak. Niet zo-zeer omdat hij dat moreel verwerpelijk vond, maar omdat liegen schadelijk is voor de propagandist. Propaganda is alleen effectief als de propagandist een goede reputatie geniet. Feiten achterhouden of opkloppen mag, maar liegen druist in tegen de belangen van de propagandist.

9 Bernays vond het overigens onterecht dat er aan propaganda een negatief imago kleefde. 'Het enige verschil tussen propaganda en informatievoorziening is het oogpunt,' zei hij. 'Wat wij zelf geloven, noemen we doorgaans informatie of feiten, wat wij niet geloven, heet dan propaganda.' Bernays zag echter geen onderscheid: er was voor hem op zich weinig mis met propaganda. Het is een neutraal instrument; en of iets propaganda is of niet, heeft weinig te maken met de aard van de zaak of de boodschapper.

10 Bernays zag ook grote voordelen in propaganda. Zo biedt het fenomeen voor de mens de moge-

lijkheid 'de censuur van de groepsgeest en het kuddegedrag' te doorbreken, doordat nieuwe ideeën in een maatschappij worden geïnjecteerd. Vandaar dat de gevestigde orde altijd grip probeert te krijgen op de informatievoorziening en de ideeën van rivalen afschildert als propaganda of deze probeert te censureren. Censuur is volgens Bernays daarom de grootste vijand van propaganda. Zoals een monopolie de vrije markt verstoort, zo ondermijnt het verbieden van propaganda het vrije verkeer van ideeën.

11 De propagandist is bezig manieren te bedenken om zijn ideeën te verspreiden. Hij kan dit niet altijd direct; liever verspreidt hij zijn boodschap via tussenpersonen of 'spreekbuizen', want het maakt een verschil wie wat zegt. Als een conservatieve politicus zegt zich druk te maken om de schadelijke gevolgen van alcohol, dan zal dat weinig indruk maken. Als een wetenschapper het zegt, maakt dat meer indruk. De politicus-propagandist zal op zoek moeten naar een 'onafhankelijke partij' die zijn zorgen deelt en naar buiten brengt. Journalisten zijn de beste prooi, aldus Bernays, omdat zij een betrouwbare reputatie genieten bij het publiek. Zo zag hij de krant als het belangrijkste medium voor de verspreiding van meningen en ideeën – met andere woorden; voor propaganda.

12 Zo voorzag Bernays in de jaren vijftig journalisten van opgeklopte en selectieve informatie over de plannen van de Guatemalteekse president Árbenz om de fruitindustrie te nationaliseren, een daad die het publiek associeerde met communisme, en dus de Sovjet-Unie. Bernays financierde reizen

voor journalisten van gerespecteerde kranten en magazines, zodat zij het Latijns-Amerikaanse land konden bezoeken. De journalisten kregen alleen Guatemalteken te spreken die tegen de regering waren, en die van tevoren door Bernays geselecteerd waren.

13 De campagne had succes. The New York Times noemde Guatemala in een redactioneel commentaar in 1954 'een plek met een communistische infectie', en in die krant, maar ook in The Chicago Tribune en Newsweek verschenen louter negatieve berichten over Árbenz. Het Amerikaanse publiek was zich bewust geworden van het 'rode gevaar' in de achtertuin van Amerika.

14 Bernays wees later op 'het gevaar' dat journalisten zich niet zomaar meer voor het karretje lieten spannen van een propagandist. De belangen van de twee partijen lopen vaak uiteen: de propagandist wil de journalist gebruiken voor zijn zaak, de journalist is juist op zoek naar nieuws en objectiviteit.

15 Bernays adviseerde collega- en aspirant-propagandisten daarom journalisten alleen te benaderen als er sprake was van een gemeenschappelijk belang: wanneer de propagandist informatie heeft die voor een journalist een primeur kan betekenen, en de journalist ervoor kan zorgen dat de informatie op de juiste manier bij het publiek terechtkomt. De propagandist mag echter niet rommelen met de informatie, vond Bernays. Want als de journalist aan geloofwaardigheid inboet, dan verliest de boodschap van de propagandist ook aan kracht. In die zin is de propagandist gebaat bij objec-

- tieve media, of beter gezegd, bij de schijn van objectieve media.
- 16 Het grote gevaar voor het Westen is dan ook niet zozeer Russische propaganda, maar zijn eigen handelen. In de aanloop naar de oorlog in Irak manipuleerde de Amerikaanse regering de bewijzen van Saddam Hussein's massavernietigingswapens, en begon daarnaast een groot propaganda-offensief in de media. 'Anonieme inlichtingenbronnen' en 'onafhankelijke experts' werden veelvuldig opgevoerd, ook in kwaliteitskranten. Verhalen over Hussein's gruwelmisdaden werden opnieuw uitgelicht, net als zijn sluwe en bedrieglijke karakter. New York Times-journalist Judith Miller voerde 'anonieme inlichtingenfunctionarissen' op die haar vertelden over de onderschepping van metalen buizen die dienden voor de vervaardiging van atoombommen door Hussein. Later bleek het hele verhaal op leugens te zijn gebaseerd.
- 17 Door dit debacle kreeg The New York Times er van haar ombudsman in 2004 flink van langs. Hij noemde de verslaggeving over Irak 'belabberde journalistiek', omdat de krant zich had laten gebruiken voor de 'manipulatiecampagne van vermomde overheidsbronnen'.
- 18 Ondanks deze blunders hebben de westerse media nog een grote voorsprong op de Russische als het gaat om betrouwbaarheid. Omdat relatief weinig mensen in het Westen Russische nieuwsbronnen
- vertrouwen, is Russische regeringspropaganda amper effectief buiten Rusland, zolang deze wordt verspreid via Russische media. Sterker nog: hoe meer nepnieuws de Russische nieuwsbronnen verspreiden, des te meer het land zichzelf ondermijnt.
- 19 Rusland resteert nog een alternatief: het ondermijnen van het vertrouwen onder westerlingen in hun eigen media. Als het publiek de eigen media wantrouwt, dan hebben westerse propagandisten geen medium om hun boodschap effectief te verspreiden.
- 20 Op Twitter worden westerse journalisten veelvuldig geconfronteerd met fouten in hun verslaggeving, soms door pro-Kremlin³-activisten, maar ook de Russische ambassade in Groot-Brittannië is hierin actief. Dat gaat vaak op sarcastische wijze, wat bijdraagt aan de verspreiding van een rectificatie. Foutieve berichten worden uitvergroot, vooral die van gerespecteerde media.
- 21 De Russen lijken dan ook Bernays' voorschrift nauwkeurig op te volgen: de propagandist 'moet ofwel de gevestigde orde in diskrediet brengen of hij moet een nieuwe orde scheppen'. Het laatste is moeilijk, maar tegen het eerste zal geen bewustwordingscampagne helpen.
- 22 Het grote gevaar voor het Westen is niet zozeer Russische propaganda, maar zijn eigen handelen.

Naar: Ghassan Dahhan, Trouw, januari 2018

³ Politiek centrum van Rusland

Tekst 2 Meer vrouwen in de politiek

1 In Nederland kwam 100 jaar geleden Suze Groeneweg als eerste vrouw in de Tweede Kamer. Sindsdien is het aantal vrouwen in de politiek toegenomen. Het gaat alleen wel erg traag en de laatste jaren is er zelfs sprake van een afname. Als het gaat om vrouwen in nationale parlementen, is Nederland gekelderd naar de 26e plaats op de Wereldranglijst van de Inter-Parliamentary Union. In 2014 stond Nederland nog op de 16e plek. Het aantal vrouwelijke Kamerleden is na de laatste verkiezingen teruggelopen tot 49 van de 150. Terwijl andere landen het steeds beter doen, gaat Nederland achteruit. Hoe komt het toch dat vrouwen zo ondervertegenwoordigd zijn in de politiek?

2 Bescheidenheid is een karaktereigenschap die door onze maatschappij hoog wordt gewaardeerd in vrouwen. De bescheidenheid die meisjes al van jongs af aan krijgen aangeleerd, vormt een belangrijke barrière om naar voren te durven stappen. En als een vrouw daar geen last van heeft en zichzelf wel groot durft te maken, vinden we haar al gauw een kenau, haaibaai of bitch. Dit fenomeen wordt wel het Heidi/Howard-effect genoemd, vernoemd naar het onderzoeksexperiment waarin proefpersonen precies hetzelfde cv onder ogen kregen, maar met een verschillende naam erboven. Terwijl ze Howard en Heidi als even competent beoordeelden, vonden de proefpersonen Howard krachtig en Heidi zelfingenomen.

3 Uit onderzoeken van de Amerikaanse politicologen Jennifer

Lawless en Richard L. Fox blijkt bovendien dat onder mannen en vrouwen met precies dezelfde objectieve kwalificaties vrouwen veel minder snel denken dat ze geschikt zijn voor de politiek. Mannen vinden zichzelf ruim twee keer zo vaak 'zeer geschikt'. Omgekeerd denken twee keer zoveel vrouwen als mannen over zichzelf dat ze 'volstrekt ongeschikt' zijn.

4 Maar kijk nu eens naar Amerika. Bij de komende congressional verkiezingen in de VS is iets opmerkelijks aan de gang: het aantal vrouwen dat zich verkiesbaar stelt, is groter dan ooit. In de staten waar de voorverkiezingen al achter de rug zijn, is 41 procent van de Democratische kandidaten vrouw. Ook het aandeel 'gekleurde' vrouwen is trouwens opmerkelijk hoog. Alle records op dit gebied worden dit jaar verbroken.

5 De 28-jarige Alexandria Ocasio-Cortez veroorzaakte eind juni 2018 een sensatie. Het lukte de politica uit de Bronx tegen alle verwachtingen in om bij de Democratische voorverkiezingen voor het congres in de staat New York oudgediende Joseph Crowley te verslaan. Ook al was Crowley – blank, man, ervaren – de favoriet van de



Democratische Partij en had hij een campagnebudget dat vele malen groter was dan dat van Ocasio-Cortez – hispanic, vrouw en onervaren. *

6 Ocasio-Cortez is niet alleen anders dan traditionele Amerikaanse politici, ze presenteert zich ook op een manier die we totaal niet gewend zijn. In haar campagne-filmpje zie je hoe ze zichzelf voor de spiegel opmaakt en hoe ze pas als ze uit de metro komt, haar comfortabele schoenen verwisselt voor hakken. Ze straalt uit: ik ben gewoon. Ik ben net als jij.

7 De politieke arena in de VS is er bepaald niet leuker of aantrekkelijker op geworden. Veel (gekleurde) vrouwen zagen de afgelopen jaren het openlijke racisme, seksisme en de buitenproportionele nadruk op het uiterlijk van de vrouwelijke kandidaten. Dat deed hun politieke ambities geen goed. En toch zien we in de VS dat bij deze Amerikaanse midterm-verkiezingen meer jonge vrouwen dan ooit tevoren de stap zetten en de politiek in willen gaan.

8 Uit onderzoek van Lawless en Fox blijkt dat de kans dat vrouwen de politiek in gaan, verdubbelt wanneer ze, bijvoorbeeld door partijleden of activisten of iemand in hun omgeving, erop gewezen worden dat ze dat best zouden kunnen. Vrouwen moeten dus actief benaderd worden. Vrouwelijke raadsleden gaan vaak pas over deelname aan de politiek nadenken nadat iemand anders hen op dat idee heeft gebracht. De gesprekken met politici die ik voor mijn boek *De zijkant van de macht* heb gevoerd, bevestigen dat beeld. Verreweg de meeste vrouwelijke

politici zijn door iemand in hun omgeving ervan overtuigd dat ze geschikt waren voor een rol in de politiek.

9 Als je meer – jonge – vrouwen in de politiek wilt, moet je hen dus actief werven. Maar daarmee ben je er nog niet. Omdat vrouwen zichzelf minder snel geschikt vinden, is het volgens Lawless en Fox verder ontzettend belangrijk training en begeleiding te bieden. Op die manier kunnen ze over de streep getrokken worden. Precies dat is wat de afgelopen tijd in Amerika is gebeurd. Organisaties die vrouwen scouten, trainen, coachen en begeleiden, zijn daar de laatste jaren enorm in opkomst. En ook het aantal vrouwen dat aan dergelijke trainingen deelneemt, is toegenomen. Met resultaat: vrouwen worden deel van een netwerk waarin ze leren hoe ze – in de politiek of in beleidsfuncties of in maatschappelijke organisaties – succesvol kunnen zijn.

10 Nederland komt niet eens in de buurt van deze Amerikaanse aanpak. Hier gaan politieke partijen er nog steeds vanuit dat het werven van kandidaten iets is voor verkiezingstijd, en dat een schoenendoos met namen volstaat. En wanneer de resultaten dan weer tegenvallen, hoor je: 'ze zijn er niet', 'we kunnen ze niet vinden' en 'ze willen niet'. Keer op keer klinkt weer het grijsgedraaide: 'het gaat uiteindelijk om de kwaliteit'. We hoorden het Mark Rutte zeggen toen hij werd gevraagd naar de samenstelling van zijn ministersploeg voor het kabinet Rutte III, en we hoorden het veelvuldig bij de zoektocht naar een nieuwe burgemeester voor Amsterdam. Mannen willen ermee zeggen dat het wat hen betreft, heus geen

vrouw hoeft te zijn. In Amsterdam werd het uiteindelijk wel een vrouw, trouwens.

11 Meer vrouwen in de politiek krijgen vraagt niet alleen om gerichte initiatieven die ervoor zorgen dat vrouwen zich kandidaat stellen; het is tevens noodzakelijk dat de vrouwen die dat doen, meer ruimte krijgen om zichzelf te kunnen zijn, net als alle andere 'van de norm afwijkende' kandidaten.

12 Daarnaast moeten ze door de politieke trainingen waaraan ze deelnemen, handvatten aangereikt krijgen om in een mannenbolwerk te kunnen functioneren. Dit moet dan wel op een manier die geen afbreuk doet aan hun eigenwaarde, aan hun zelfvertrouwen. Ze leren bijvoorbeeld hoe om te gaan met seksistische of racistische opmerkingen.

13 De speech van Ayanna Pressley over identiteitspolitiek is daar een prachtig voorbeeld van. Zelfbewust claimt de kandidaat uit Boston, na haar overwinning in de voorverkiezingen, zoveel meer te zijn dan alleen vrouw en zwart. Maar ze zegt ook dat die aspecten van haar identiteit er wel degelijk toe doen.

14 De veelal jonge vrouwen die zich op dit moment verkiesbaar stellen, verbergen niet langer wie ze zijn om zo min mogelijk op te vallen. Zo zitten ze niet meer in hun eentje te bedenken waarom ze niet geschikt genoeg zijn.

15 Ook in dat opzicht kunnen we leren van het Amerikaanse voorbeeld. Ocasio-Cortez staat symbool voor al die kandidaten die zich ontworstelen aan campagnewetmatigheden. Neem Katie Hill (40) uit Californië, die openlijk vertelt over

haar ongewenste zwangerschap toen ze 18 was. Of Kelda Roys, kandidaat in Wisconsin, die halverwege haar campagnespotje haar baby'tje krijgt aangereikt en onverstoorbaar doorpraat, terwijl ze het de borst geeft. Of MJ Hegar, kandidaat in Texas. De getatoeëerde oud-legerpiloot noemt zichzelf *'not your typical candidate'*. Ze is naar eigen zeggen 'een stoere moeder, een veteraan en een nogal kleurrijk persoon'.



16 Het is belangrijk voldoende vrouwen in de politiek te hebben. Ten eerste is het goed voor het zelfvertrouwen van vrouwen, voor het gevoel van eigenwaarde van vrouwen als ze zich vertegenwoordigd zien door vrouwen. Maar er is nog een ander punt: gendergelijkheid. De Amerikaanse Nancy L. Cohen bestudeerde talloze internationale onderzoeken. En al die onderzoeken zien een duidelijk verband tussen het aantal vrouwen in de politiek en gendergelijkheid in de samenleving. Het aandeel dat vrouwen hebben in de politiek is een belangrijke voorwaarde voor gendergelijkheid in de maatschappij. De politiek is bij uitstek de plek waar besluiten genomen worden die de gendergelijkheid kunnen stimuleren. En het zijn met name vrouwen in de politiek die deze besluiten kunnen nemen.

17 Dat is trouwens niet alleen maar van belang voor de vrouwen zelf: Adviesorganisatie McKinsey berekende onlangs nog dat meer gendergelijkheid de Nederlandse

economie een extra impuls van 114 miljard euro (17 procent) zou geven. Prettig neveneffect dus.

18 Als je kijkt naar landen waar de verschillen tussen mannen en vrouwen klein zijn, dan valt onmiddellijk op dat het percentage vrouwen in de politiek er hoog is. Neem IJsland en Rwanda, de landen waar de loonkloof tussen mannen en vrouwen het kleinst is. Het hoge aantal vrouwen in het parlement leidde in IJsland tot beleid dat gendergelijkheid stimuleerde of afdwong. Rwanda heeft in zijn grondwet opgenomen dat minstens 30 procent van alle politieke functies door vrouwen vervuld moet worden. Inmiddels is 61 procent (!) van de parlementsleden er vrouw.

19 Hillary Clinton is een voorbeeld van de generatie vrouwen die vooral bezig waren te bewijzen 'net zo goed' te zijn als mannen. Ze pasten hun stem, kleding en gedrag aan om zo min mogelijk de aandacht te vestigen op hun anders-zijn, op hun vrouw-zijn.



20 De nieuwe generatie Amerikaanse vrouwelijke politici heeft daar lak aan. Ze herschrijven de spelregels en doorbreken daarmee de barrière van een wereld waarin mannen nog steeds de norm zijn en vrouwen de afwijking. Ze presenteren zich nadrukkelijk als vrouw, als moeder, als lesbienne, als zwart en stralen uit dat het kan: een zelfbewuste, succesvolle vrouw in de politiek zijn.

21 De nieuwe ontwikkelingen in Amerika tonen aan dat de resultaten indrukwekkend zijn, wanneer je vrouwen extra begeleidt en stimuleert. Het laat zien dat een gerichte inzet werkt. Het wordt hoog tijd dat we leren van die Amerikaanse aanpak en werk maken van het begeleiden van vrouwen op weg naar een politieke functie. Hoe meer vrouwen in de politiek, hoe meer de gendergelijkheid bevordert wordt. En daar hebben we allemaal baat bij.

Naar: Julia Wouters, de Volkskrant, september 2018

** Ondertussen is Ocasio-Cortez gekozen in het Amerikaanse Huis van Afgevaardigden. Voor het eerst zijn daarin ook twee moslimvrouwen en twee indiaanse vrouwen gekozen.*