

Opgave 1 Lobby

Bij deze opgave horen de teksten 1 tot en met 3.

Inleiding

Politici nemen besluiten die invloed hebben op burgers en organisaties. De belangen zijn vaak groot. Professionele lobbyisten kunnen door bijvoorbeeld organisaties ingehuurd worden om te proberen op de achtergrond invloed uit te oefenen op de besluiten. Deze opgave gaat over lobbyen, het werk van lobbyisten en politieke besluitvorming over lobbyen.

Gebruik tekst 1.

Er zijn verschillende theorieën en hypothesen ontwikkeld over de mate waarin media invloed hebben op mensen. Een voorbeeld van zo'n mediahypothese is de cultivatiehypothese.

In regel 28 tot en met 45 van tekst 1 geeft een lobbyist een verklaring voor het beeld dat mensen hebben van lobbyisten. In de verklaring is een stereotype te herkennen.

- 3p 1 Leg uit welke mediahypothese in deze verklaring te herkennen is. Gebruik in je uitleg:
- de naam van een mediahypothese;
 - een stereotype op grond van regel 28 tot en met 45 van tekst 1.

Gebruik tekst 1.

Uit tekst 1 blijkt dat de lobbyisten zelf een positiever beeld hebben van het werk van lobbyisten dan de doorsneeburger volgens hen heeft.

- 2p 2 Geef hier een verklaring voor. Gebruik in je verklaring:
- een omschrijving van het begrip referentiekader;
 - een voorbeeld uit tekst 1.

Gebruik regel 61 tot en met 69 van tekst 1.

In regel 66 tot en met 69 van tekst 1 staat "Zij die besluiten, hebben de macht. (...) De uiteindelijke stappen worden gezet door de regering. (...)" Er wordt een onderscheid gemaakt tussen twee soorten macht: formele macht en informele macht.

- 1p 3 Leg uit naar welk soort macht 'zij die besluiten' verwijst: formele of informele macht.

Gebruik regel 51 tot en met 69 van tekst 1.

Op basis van regel 51 tot en met 69 van tekst 1 kan gesteld worden dat lobbyisten net als 'zij die besluiten' macht hebben.

- 2p 4 – Geef een omschrijving van het kernconcept macht. Gebruik in je omschrijving de woorden 'doelstellingen' en 'handelingsmogelijkheden'.
- Leg vervolgens met behulp van deze omschrijving uit dat lobbyisten net als 'zij die besluiten' macht hebben. Gebruik in je antwoord een machtsbron uit tekst 1.

Gebruik tekst 1.

- 5p 5 Leg uit dat er volgens de lobbyisten in tekst 1 bij de beïnvloeding van politici door lobbyisten sprake is van binding. Gebruik in je uitleg:
- het hoofdconcept binding;
 - twee typen bindingen;
 - bij beide typen bindingen een ander voorbeeld uit tekst 1.

Gebruik tekst 2.

Er bestaan verschillende theorieën over hoe de macht in de samenleving tussen verschillende groepen verdeeld is. Bij twee theorieën zijn voorbeelden uit tekst 2 te geven.

- 4p 6 Geef de naam en omschrijving van deze theorieën en geef bij elke theorie een voorbeeld uit tekst 2.

Gebruik tekst 3.

Als voorstellen in de initiatiefnota worden overgenomen en vastgelegd worden in een wet, dan kan het tot stand komen van die wet beschouwd worden als een voorbeeld van institutionalisering.

- 1p 7 Leg dit uit. Gebruik in je uitleg het kernconcept institutionalisering.

Gebruik tekst 3.

- 2p 8 Leg uit dat de voorstellen uit de initiatiefnota de sociale ongelijkheid kunnen verminderen. Gebruik in je uitleg:
- een voorbeeld uit tekst 3;
 - het kernconcept sociale ongelijkheid.

Gebruik tekst 3.

Er zijn verschillende visies op de wenselijkheid van politieke participatie, zoals de ontwikkelingsvisie en de instrumentele visie.

- 2p **9** Beredeneer dat in de voorstellen uit de initiatiefnota de instrumentele visie te herkennen is. Gebruik in je redenering een omschrijving van de instrumentele visie op politieke participatie.

Zie regel 29 tot en met 32 van tekst 3.

Of burgers actief zullen meepraten via internet, is onder andere afhankelijk van hun politieke socialisatie.

- 1p **10** Leg dit uit. Gebruik in je antwoord het kernconcept politieke socialisatie.

Zie regel 29 tot en met 32 van tekst 3.

De keuze om internetconsultaties in te voeren kan een ideologische keuze zijn.

- 1p **11** Geef aan waarom de keuze om internetconsultaties in te voeren een ideologische keuze kan zijn. Gebruik in je antwoord het kernconcept ideologie.

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: “Nee! 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 Nieuwspoor 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 Fietzersbond, 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 wenselijstje 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.