

Bijlage VWO
2023

tijdvak 1

Nederlands

Tekstboekje

De Malediven verdwijnen, maar onze consumptiedrift niet

(1) *It's easier to imagine the end of the world than the end of capitalism.*¹⁾ Er steekt meer achter deze marxistische soundbite van de Sloveense filosoof Slavoj Žižek dan je zou denken. Nergens is beter te merken dat de aarde langzaam richting de eindtijd schuift dan op de Malediven. Ontspoord kapitalisme zal de hagelwitte stranden tot zinken brengen.

(2) Deze eilandengroep in de Indische Oceaan staat hoog op het lijstje van globetrotters en luxereizigers die op zoek zijn naar “ongeevenaarde luxe, verbazingwekkend witte zandstranden en een geweldige onderwaterwereld” – “de gezonken tuin van de natuur” is “een voor de hand liggende keuze voor een vakantie die je een leven lang bijblijft.” Ik citeer hier de *Lonely Planet* en hoewel het proza van deze reisgids in staat zou zijn om zelfs de Gazastrook nog op te leuken (“de lokale bevolking is erg gepassioneerd”) moet gezegd worden: die Malediven zien er allemachtig mooi uit. Een paradijs op aarde. Witte stranden, helder water, palmbomen en vrijwel geen mensen. Het oogt boven alles heel ... puur.

(3) Wanneer je foto's van de Malediven bekijkt, is de kans groot dat je naar beeldmateriaal van de verschillende resorts kijkt. De Malediven bestaan uit 1190 koraaleilanden, waarvan er ongeveer tweehonderd bewoond zijn. Een slordige honderd onbewoonde eilanden wordt geëxploiteerd als hotel. Als vuistregel geldt: één eiland, één resort, iets wat de Malediven een

45 unieke en daarmee ook populaire vakantiebestemming maakt.

(4) Het is dus geen verrassing dat het toerisme de motor van de landelijke economie is, sinds de Malediven begin jaren zeventig als vakantiebestemming werden ontdekt. Toerisme is inmiddels goed voor 28 procent van het bruto nationaal product en voor maar liefst 90 procent van de belastinginkomsten van de overheid. Het overgrote deel van de gegenereerde welvaart komt echter niet bij de eilandbewoners terecht, maar wordt teruggepompt in de immer uitdijende toerisme-industrie. Of het vloeit weg naar buitenlandse hotelketens en vliegtuigmaatschappijen die in dit tropenparadijs de marktkraam uitstallen. Ze zijn trouwens van plan dat de komende jaren alleen maar meer te gaan doen. Toerisme is met ongeveer 1,3 miljoen bezoekers per jaar weliswaar de grootste werkgever op de Malediven, maar dat is nader beschouwd ook weinig opbeurend: het maandloon van doorsneepersoneel ligt zo tussen de 80 en de 235 dollar, tien tot dertig procent van het bedrag dat een gemiddelde toerist uitgeeft in acht dagen. En dit is nog maar een fractie van de ellende.

(5) Je kunt de Malediven alleen per vliegtuig bereiken. Tussen de eilanden en resorts kun je je het beste verplaatsen met een speedboot of een kleiner vliegtuigje. Een deel van het voedsel in restaurants moet worden ingevlogen, net als sommige chef-koks; wie gaat anders die kogelvis²⁾ klaarmaken? De gemiddelde toerist is goed voor 3,5 kilo

afval per dag. Dat is twee keer
zoveel als een inwoner van hoofd-
stad Malé (het enige echt urbane
90 gebied op de Malediven) produceert
en vijf keer zoveel als de rest van
de eilandbewoners. Voor al dit afval
is er gelukkig een oplossing: *Trash
Island of Rubbish Island*³⁾, ook
95 Thilafushi genoemd. Dit eiland, een
door de mens gemaakte drijvende
vuilnisbelt, groeit met een vierkante
meter per dag. Er wordt dagelijks
zo'n 330 ton afval gestort, voorna-
100 melijk afkomstig uit de nabijgelegen
hoofdstad. Dit wordt vervolgens
verbrand, waarbij dikke kolommen
rook de atmosfeer in worden ge-
stuurd. Initiatieven voor ecotoeris-
105 me op de Malediven bestaan, maar
zijn een druppel op de gloeiende
plaat.

(6) Klimaatverandering is een voor
de hand liggend gevaar voor de
110 Malediven, waarvan het grootste
deel nauwelijks boven de zeespie-
gel uitstijgt. In de jaren tachtig werd
al voorspeld dat de Malediven op
den duur zouden verdwijnen, als
115 een 21e-eeuws Atlantis. Dit is nog
niet gebeurd, wat dankbaar wordt
aangeprezen door klimaatsceptici
– een concrete ramp blijft als het
ware uit. Dit heeft niet in de laatste
120 plaats te maken met het robuuste
ecosysteem van de atollen: een
groot deel ervan is dynamisch en
verplaatst zich tijdens de moesson;
in het gebied komen wel stormen,
125 maar geen tyfoons voor; en de
eilanden zijn zelfs *tsunami-proof*⁴⁾,
door de diepte van de omliggende
oceaan en het koraalrif als natuur-
lijke golfbreker. Daarom is het des
130 te schokkender dat inmiddels als-
nog een goede negentig eilanden
zijn verdwenen.

(7) De Malediven zullen niet ten on-
der gaan op een spectaculaire, apo-
135 calyptische manier zoals we die

kennen uit Hollywood-rampenfilms.
Het gebeurt geleidelijk, sterker nog,
het is al begonnen. In eerste instan-
tie zullen de bewoonde eilanden
140 meer en meer overstromen door de
aantasting van het ecosysteem en
het langzaam stijgende water. Het
leven wordt, kortom, moeilijker en
onaangenamer voor de mensen die
145 er niet op vakantie zijn. Nu is het
niet mijn bedoeling om een zuurver-
diende vakantie naar een tropisch
paradijs te verzeiken (vooruit, een
beetje), maar het verhaal van de
150 Malediven vertelt ons, denk ik, iets
anders. Het zou immers geen zier
helpen als we niet meer hiernaartoe
op vakantie zouden gaan. En dat is
juist de kern van het probleem.

(8) De Malediven zijn economisch
afhankelijk van juist datgene wat
het land op den duur de das om zal
doen. Stoppen met naar de Maledi-
ven op vakantie gaan heeft, net als
160 verantwoord consumeren, niet al-
leen beperkt effect – er is altijd een
andere toerist of consument om
jouw plaats in te nemen – maar is in
dit geval ook nog eens ongewenst.
165 Minder toerisme bedreigt immers
het voortbestaan van veel eiland-
bewoners op de korte termijn. Ik be-
twijfel of dit is wat de *Lonely Planet*
bedoelt wanneer ze de Malediven
170 beschrijft als “de wereld op een
eiland”, maar het is een wrange
allegorie. Voor zover we in een
eindtijd leven, is deze puinzooi de
illustratie ervan.

(9) Een deel van de wanhoop komt
voort uit het ogenschijnlijke gebrek
aan alternatieven. Ja, het is ver-
schrikkelijk, maar wat gaan we er-
aan doen? De Brit Mark Fisher
180 noemt dit *capitalist realism*⁵⁾: door-
dat het kapitalisme in zijn huidige
vorm als enig levensvatbaar econo-
misch model wordt gezien, is er

185 geen andere realiteit. Daarmee is
het ook de grens van onze verbeel-
ding, net als Žižek betoogt: we kun-
nen ons momenteel alleen het

190 einde van de Malediven voorstellen.
En volgens de logica van de vrije
markt hebben ze het zelf gewild.

*naar: Arnout le Clercq
uit: HP/De Tijd, 25 januari 2019*

Arnout le Clercq studeerde geschiedenis en is journalist.

noot 1 Vertaling: 'Het is gemakkelijker om je het einde van de wereld voor te stellen dan het einde van het kapitalisme.'

noot 2 De kogelvis wordt beschouwd als een exclusief gerecht dat alleen goed kan worden klaargemaakt door daartoe opgeleide chef-koks.

noot 3 De vertaling van zowel *Trash Island* als *Rubbish Island* is 'vuilniseiland'.

noot 4 *tsunami-proof*: bestand tegen tsunami's

noot 5 *capitalist realism*: kapitalistisch realisme

Tekst 2

Reizen is het nieuwe roken? Niet meer reizen is misschien wel schadelijker

(1) "CO₂ compenseren kan niet!" stelde Kassa¹) recent. Het was een onderstreping van de boodschap die het VPRO-programma Tegenlicht vorig jaar al verkondigde: "Reizen is het nieuwe roken." *De Correspondent*²) noemde in een artikel de schade die reizen toebrengt "een ongemakkelijke waarheid" en daar hebben ze een punt. Want de feiten liegen er niet om: in 2016 stootte de luchtvaartsector 13 megaton CO₂ uit en er is nog geen noemenswaardig alternatief. We kunnen eigenlijk niet anders dan concluderen dat we met al onze reizen de wereld om zeep helpen. Maar is dat wel zo?

(2) Allereerst: nee. CO₂ is terecht een hot topic en het is goed dat de bewustwording ervan groeit. Maar waar de schoen wringt, is het feit dat we niet kijken naar de bredere

25 discussie over de gehele impact
van reizen – zowel positief als negatief. De realiteit is dat de reisbranche de komende jaren schade zal blijven aanrichten. De gemiddelde uitstoot van een verre reis bedraagt ongeveer een kwart van wat een mens per jaar zou mogen uitstoten. Dat is niet gering.

(3) Er wordt al veel gedaan om de complete CO₂-uitstoot van reizen in hetzelfde jaar nog te compenseren. Dat gebeurt door een deel van de omzet direct te investeren in duurzame energieprojecten wereldwijd, zoals energiezuinige kooktoestellen en bosbescherming. Deze activiteiten zorgen er niet alleen voor dat de CO₂-uitstoot gecompenseerd wordt, maar zorgen ook voor nieuwe werkgelegenheid en veiligere leefomgevingen.

(4) Natuurlijk zou het beter zijn voor het klimaat om helemaal niet te vliegen, maar dat zie ik niet als realistische – of zelfs verstandige – optie, want vliegen heeft ook positieve sociale gevolgen die net zo belangrijk zijn. Alleen al economisch: de reisbranche is goed voor 6,4 procent van de Nederlandse en 15 procent van de wereldwijde werkgelegenheid.

(5) De sociale impact van reizen zou in de discussie net zo zwaar moeten wegen als CO₂. Als we oorlogen, onbegrip en een kloof tussen culturen willen voorkomen, dan is er een inherente noodzaak voor reizen. Reizen en contact met andere culturen zorgen voor meer onderling begrip. Dat gaat vooral op als we op een betrokken manier reizen; dus liever geen all-inclusive-resorts³⁾ of grote hotelketens, maar kleinschalige slaapplekken en activiteiten, gerund door locals⁴⁾, waarbij het geld rechtstreeks naar hen vloeit.

(6) We moeten onze bestaande reisconcepten verduurzamen, of dat nu is door lokale projecten te ondersteunen, te kiezen voor *ecolodges*⁵⁾

en schoon vervoer of door zelf slaapplekken te creëren die duurzaam zijn en werkgelegenheid creëren. Daarbij ben ik een voorstander van de vliegtaks zolang die niet de staatskas spekt, maar die belastingopbrengst ten behoeve komt van duurzame innovatie, zoals schonere vliegtuigen en biobrandstof. Die mogelijkheden zijn dichterbij dan we denken. We leven in een tijdperk van exponentiële technologische groei, waar vandaag al zoveel meer mogelijk blijkt dan gisteren. Als voorbeeld: denkt u dat we twintig jaar geleden hadden kunnen bevroeden dat er vandaag de dag wereldwijd 1,3 miljoen elektrische auto's rond zouden rijden? Zou hetzelfde niet voor elektrisch vliegen kunnen gelden?

(7) Er zijn tal van mogelijkheden om reizen positief te laten zijn, als je je ogen er maar voor opent. Thuis op de bank blijven zitten omdat reizen slecht zou zijn, lijkt mij de armoedige weg. De wereld heeft onze betrokkenheid nodig. Laten we aan het werk gaan om die op een meer verantwoorde manier vorm te geven.

*naar: Marius Appelman
uit: de Volkskrant, 11 januari 2019*

Marius Appelman schreef bovenstaande tekst voor de opiniepagina van de Volkskrant. Appelman is oprichter van een reisorganisatie die vakanties biedt waarmee je een land en de mensen echt leert kennen, aldus de eigen website. Om dat te bereiken werkt deze reisorganisatie volgens de website met lokale gidsen en regelt ze onderdak in kleinschalige behuizing.

noot 1 Kassa: een kritisch platform en televisieprogramma voor consumenten

noot 2 *De Correspondent*: een online journalistiek medium dat kritisch is over onder meer de westerse consumptiemaatschappij

noot 3 all-inclusiveresort: een luxueus vakantieverblijf waarin drankjes en eten bij de prijs inbegrepen zijn

noot 4 local: lid van de lokale bevolking

noot 5 *ecolodge*: een vakantieverblijf voor ecotoeristen, gebouwd met respect voor het milieu

Internationale ervaring bevordert creativiteit op het werk

(1) Wie in deze zomerweken mailt naar een collega of klant heeft grote kans een out-of-officebericht terug te krijgen. Veel mensen zijn op vakantie, vaak in het buitenland. Ook voor opleiding of werk gaan steeds meer mensen op reis. Werkgevers zien een buitenlandverblijf meestal als een waardevolle ervaring op het cv, sommige recruiters¹⁾ selecteren er zelfs op. Andere werkgevers bieden het aan als ontwikkelmogelijkheid voor medewerkers. Dat kan in de vorm van een buitenlandstage, uitwisseling of detachering, een tussenjaar, sabbatical of wereldreis. We gaan ervan uit dat zoiets altijd nuttige ervaringen oplevert, ook voor het werk. Maar is dat ook echt zo? Wat zijn nu eigenlijk de voordelen van het reizen naar andere landen, en zijn er ook nadelen aan verbonden?

(2) Dit zijn vragen waar de onderzoeksgroep van psycholoog Adam Galinsky, hoogleraar aan de Columbia Business School in de Verenigde Staten, zich al vele jaren mee bezighoudt. Inmiddels heeft deze groep ongeveer 25 studies gedaan naar de effecten van reizen en internationale contacten op het functioneren van mensen op het werk.

(3) In totaal hebben ze gegevens van duizenden mensen in tientallen landen bestudeerd, onder wie studenten *MBA*²⁾ die een internationale stage doen, professionals die tijdelijk in het buitenland gestationeerd zijn, en mensen die een relatie hebben met iemand uit een andere cultuur. Ze hebben experimenten ge-

daan, werknemers een tijdlang gevolgd, bestaande gegevens geanalyseerd, en verschillende doelgroepen en culturen vergeleken. Dat stelde hen ook in staat de toegevoegde waarde van het reizen als specifieke activiteit in kaart te brengen. Dus los van andere persoonskenmerken die hierbij van belang kunnen zijn, zoals doorzettingsvermogen, zucht naar avontuur of demografische achtergrond.

(4) De resultaten van al die studies zijn vrij eenduidig. Het hebben van meer internationale ervaring maakt mensen creatiever in hun werk. Ze komen met meer verschillende oplossingen voor een lastig vraagstuk, zijn beter in staat *outside the box*³⁾ te denken om ingewikkelde problemen op te lossen, en kunnen meer verschillende en bruikbare suggesties verzinnen, zoals een naam voor een nieuw product. Dat heeft allerlei positieve effecten: het vergroot de loopbaankansen van de personen in kwestie, en het draagt bij aan het succes van het bedrijf. Een vergelijking van 21 seizoenscollecties van grote modehuizen over meerdere jaren liet bijvoorbeeld zien dat de meest creatieve kledingontwerpen ontstonden na een buitenlandverblijf van de topontwerper.

(5) Op zich zijn die resultaten misschien niet anders dan verwacht: dat is nu precies de reden dat internationale ervaring zo hoog gewaardeerd wordt. Maar de toegevoegde waarde van de vermelde studies is dat ze ook zicht geven op het onderliggende mechanisme, en belangrijke valkuilen in kaart brengen.

De psychologische meerwaarde van een buitenlandverblijf, die verklaart waarom mensen creatiever worden, blijkt te zitten in het vergroten van de zogenaamde cognitieve flexibiliteit. Dit wil zeggen dat mensen leren zich te verplaatsen in een andere denkwijze en een ander perspectief. Bijvoorbeeld doordat ze ervaren dat hetzelfde gedrag in een ander land een andere betekenis kan hebben. Zo bleken het probleemoplossend vermogen en het loopbaansucces van MBA-studenten alleen te zijn toegenomen als zij zich ook echt hadden verdiept in de culturele verschillen waarmee ze te maken kregen tijdens hun internationale stage.

(6) Wat zorgt er dan precies voor dat deze cognitieve flexibiliteit wordt aangewakkerd? Ook dat kon in deze studies systematisch worden vastgesteld, door een onderscheid te maken tussen de ‘breedte’ en de ‘diepte’ van de internationale ervaring. Diepte gaat over de tijd die men in het buitenland heeft doorgebracht, of de duur van internationale contacten. Voor het vergroten van de cognitieve flexibiliteit bleek de diepte van de internationale ervaring doorslaggevend. Hoe langer het verblijf in het buitenland, of hoe langer de relatie met iemand uit een andere cultuur standhield, hoe beter men in staat was om creatief te denken en moeilijke problemen op te lossen.

(7) Breedte verwijst naar het aantal verschillende landen dat men heeft

bezoekt, of het aantal verschillende internationale contacten. Dat droeg niet echt bij aan de cognitieve flexibiliteit. Het hebben van meer verschillende ervaringen, door het grotere aantal landen dat men had bezocht of doordat men meer verschillende contacten had opgedaan, had wel negatieve effecten. Het zorgde er bijvoorbeeld voor dat mensen het belang van allerlei regels gingen relativeren. Een serie van acht studies liet zien dat personen die van meer verschillende internationale contexten hadden geproefd, meer morele flexibiliteit vertoonden. Ze waren vaker oneerlijk en hielden zich niet aan de afgesproken regels.

(8) Deze inzichten helpen om gericht op zoek te gaan naar wat een buitenlandervaring waardevol maakt. Het maakt dus uit wat je doet. Het reizen naar veel verschillende landen om in aanraking te komen met allerlei andere culturen is voor het werk niet zo zinvol. Wie wil leren om creatiever met moeilijke problemen om te gaan, kan beter langere tijd in een ander land verblijven en zich verdiepen in een andere manier van denken. Overigens, biculturele Nederlanders zijn al langdurig getraind in de denkwijze van twee verschillende culturen. Hun ‘diepe’ ervaring kan voor bedrijven een toegevoegde waarde hebben, ook zonder extra buitenlandverblijf.

naar: Naomi Ellemers

uit: Het Financieele Dagblad, 15 augustus 2019

Naomi Ellemers is sociaal psycholoog en universiteitshoogleraar aan de Universiteit Utrecht.

noot 1 *recruiter*: iemand die personeel werft en selecteert met de bedoeling een openstaande vacature te vervullen

noot 2 *MBA* (afkorting van *Master of Business Administration*): een beroepsgerichte bedrijfskundige en bedrijfseconomische studie

noot 3 *outside the box*: buiten de gebruikelijke kaders

Tekst 4

De selfie-rage getuigt van een grote honger om gezien te worden

(1) Ik had hem al gezien, de jongen met de mooiste kuif: een zwierige dot zwart haar, aan de wortels gebleekt tot een soort geel. Die zondag hing hij met zijn vrienden rond in de tuin van een mausoleum in New Delhi. Minutenlang was hij bezig om de kuif in model te krijgen. Toen stapte hij op me af. Selfie, *madam*? Tuurlijk. Wie ben ik om te weigeren? Ik loop hier verder toch maar in de weg. Dus zag ik mijn schaapachtige blik weerspiegeld in het scherm van zijn mobieltje. Klik. *Thank you. Bye bye.*¹⁾

(2) Ik reis momenteel een paar weken door India, en ben dagelijks een exotisch stylingornament in de selfies van Indiërs. Het is een rare gewaarwording. Eigenlijk vooral omdat er nauwelijks contact is. De fotografen vragen niet naar mijn naam en kijken me nauwelijks aan. Klik, weg zijn ze. Zo'n selfie heeft geen verhaal. Er is geen inbedding in iets breders. Over dit plaatje valt straks niets te vertellen, er valt alleen maar naar te kijken. Dat zal dus wel de bedoeling zijn.

(3) Wij mensen zijn meesters in het maken van voorstellingen van hoe het was of zou kunnen zijn. Wat we heel moeilijk kunnen, is daadwerkelijk aanwezig zijn op een plek. Die geest van ons fladdert constant

weg. Hup, daar vertrekken we alweer met de volgende halve gedachte. Ik denk dat dit gebrek aan aanwezigheid eigenlijk pijn doet. Voor mij zijn die selfies een soort schreeuw: ik ben hier! Toch? Ja, kijk, want ik zie mezelf. En als ik de selfie post, zien mijn vrienden me ook en besta ik extra. Die drang om eindeloos te documenteren waar je bent, getuigt voor mij van een onbeholpen maar groot verlangen naar aanwezigheid.

(4) Het lijkt veel Indiërs behoorlijk goed te gaan. Toch kun je hier nog steeds niet heen om de mensen die op straat leven, hurkend onder een zeiltje. Ze eten in het openbaar, poepen in het openbaar, hebben seks in het openbaar. Weerloos voor elke blik. Ook met hen heb ik geen contact. Waar de selfie-makers vooral hun eigen blik opvangen in het scherm van hun mobiel, weren deze mensen mijn blikken af. Dat is de enige privacy die ze hebben.

(5) In discussies over privacy hoor je vaak zeggen dat 'men' tegenwoordig van alles van je ziet. Ik denk dat deze angst misplaatst is. Zeker, ons gedrag wordt opgeslurpt en omgezet in data waar statistische bewerkingen op worden los-

70 gelaten. Met als gevolg dat je ‘ge-
personaliseerde’ advertenties krijgt.
Of dat het nieuwe verzekerings-
aanbod op jouw risicoprofiel is toe-
gesneden. Of dat de gemeente be-
leid loslaat op jouw categorie mens.
75 Met kijken heeft dit alles echter bar
weinig van doen. Er is niemand aan
te pas gekomen die zijn oog op jou
heeft laten vallen, en die jou per-
soonlijk liket of misschien disliket.
80 Het zijn louter machines die jouw
data verwerken en een ‘persoonlijk’
aanbod verzenden.
(6) “God is dood, maar de mensen
85 weten het nog niet”, zei Nietzsche²⁾
ooit. Voor mij gaat die uitspraak
over de afwezigheid van de blik van
boven, en over ons onvermogen om
tot ons door te laten dringen wat het
90 betekent dat er niet langer vanzelf-
sprekend iemand naar je kijkt. Er is
geen god die jouw zieltje door-
grondt en de boekhouding van jouw
leven bijhoudt. Ook het grote boek
95 van Sinterklaas is dichtgeklapt. Wie
ervan huivert dat zijn privacy wordt
bedreigd omdat hij bekeken wordt

naar: Marjan Slob

uit: de Volkskrant, 16 december 2018

Marjan Slob is essayist en filosoof.

noot 1 *Thank you. Bye bye:* Dank u wel. Tot ziens.

noot 2 Friedrich Nietzsche (1844-1900) was een invloedrijke Duitse filosoof.

door de regering of door grote be-
drijven, leunt op die oude fantasie
100 over de blik van bovenaf – die
fantasie die Nietzsche achterhaald
acht. Persoonlijke aandacht van
machtigen krijg je helaas alleen
maar als zij jou een gevaar achten.
105 **(7)** In de wereld na Nietzsche is de
vanzelfsprekendheid en alomtegen-
woordigheid van een op jou ge-
richte blik verdwenen. Hoeveel sur-
veillancecamera’s er ook hangen in
110 de openbare ruimte, hoeveel data
over klikgedrag de Googles van de
wereld ook bijeenschrapen, de mo-
derne angst is dat je er in spiritueel
opzicht aan toe bent zoals de dak-
lozen in India: niemand kijkt werke-
lijk naar je. Je bent onopgemerkt
gebleven. In zo’n situatie is privacy
niet aan de orde.
115 **(8)** Voor mij getuigt de selfie-rage
van een grote honger om gezien te
worden. Als mens snak je ernaar
een blik op jezelf te voelen.
120 Desnoods die van jezelf.

De teksten die voor dit examen gebruikt zijn, zijn bewerkt om ze geschikt te maken voor het examen. Dit is gebeurd met respect voor de opvattingen van de auteur(s). Wie kennis wil nemen van de oorspronkelijke tekst(en), raadplege de vermelde bronnen.

Het College voor Toetsen en Examens is verantwoordelijk voor vorm en inhoud van dit examen.