

Werken aan draagvlak voor internationale samenwerking

Kennis, houding en gedrag van
deelnemers aan door NCDO gesubsidieerde
bijeenkomsten en nieuwe media

Rob Lammerts
Rianne Verwijs

Werken aan draagvlak voor internationale samenwerking

*Kennis, houding en gedrag van deelnemers aan door
NCDO gesubsidieerde bijeenkomsten en nieuwe media*

Rob Lammerts
Rianne Verwijs

Juli 2011

Inhoud

1	Aanleiding	5
1.1	Inleiding	5
1.2	NCDO: Doelstelling en programmaclusters	5
1.3	De opdracht	6
1.4	Leeswijzer	6
2	Vraagstelling en onderzoeksopzet	7
2.1	Doelstelling en onderzoeksvragen	7
2.2	Onderzoeksopzet	8
2.3	Onderzoeksverantwoording	9
3	Beschrijving projecten	11
3.1	Bijeenkomsten	11
3.2	Nieuwe media	18
4	Resultaten vragenlijstonderzoek bijeenkomsten	21
4.1	Inleiding	21
4.2	Kenmerken van de deelnemers	21
4.3	Kennis	23
4.4	Opvattingen over internationale samenwerking	24
4.5	Houding	26
4.6	Gedrag	30
4.7	Tot slot	33
5	Resultaten vragenlijstonderzoek nieuwe media	35
5.1	Inleiding	35
5.2	Kenmerken van de deelnemers	35
5.3	Kennis	38
5.4	Opvattingen over internationale samenwerking	38
5.5	Houding	41
5.6	Gedrag	45
5.7	Tot slot	48
6	Conclusies en aanbevelingen	49
6.1	Vraagstelling	49
6.2	Wisselend bereik van beoogde aantal deelnemers	50
6.3	Veel affiniteit met internationale samenwerking	51
6.4	Draagvlak verdiept	52
	Bijlage 1: Vragenlijst	53

1 Aanleiding

1.1 Inleiding

In opdracht van de Nationale Commissie voor Internationale Samenwerking en Duurzame Ontwikkeling (NCDO) heeft het Verwey-Jonker Instituut een onderzoek uitgevoerd naar de effecten van door NCDO gesubsidieerde projecten. Het betreft de invloed van bijeenkomsten en nieuwe media projecten op de kennis, houding en het gedrag van deelnemers rondom internationale samenwerking en duurzame ontwikkeling. Deze rapportage doet verslag van de uitkomsten.

1.2 NCDO: Doelstelling en programmaclusters

NCDO staat voor Nationale Commissie voor Internationale Samenwerking en Duurzame Ontwikkeling. Vanaf 2011 is NCDO een kenniscentrum voor mondiaal burgerschap. Onderzoek naar de effectiviteit van draagvlakactiviteiten of activiteiten die zijn gericht op mondiaal burgerschap behoort tot de taken van NCDO.

Tot en met 2010 verstrekten NCDO subsidies voor de uitvoering van draagvlakactiviteiten. In haar beleidskader 2007-2010 'Draagvlak voor internationale samenwerking en duurzame ontwikkeling' staat benoemd waar NCDO in die periode voor staat: NCDO betreft mensen in Nederland bij internationale samenwerking en ondersteunt ze met informatie, adviezen en subsidie. De millenniumdoelen zijn de leidraad voor alle activiteiten. In 2000 zijn 189 landen deze doelen overeengekomen, om zo vóór 2015 de wereldwijde armoede te halveren.

Om het draagvlak voor internationale samenwerking te vergroten, en om meer bekendheid te geven aan de millenniumdoelen, organiseert NCDO campagnes, debatten, onderwijsactiviteiten, exposities, mediaproducties en culturele projecten. Ook brengt NCDO de inspanningen van overheid en burgers om de millenniumdoelen te bereiken onder de aandacht.

NCDO heeft aan het Verwey-Jonker Instituut een opdracht verstrekt voor een onderzoek naar de effecten van twee soorten activiteiten. Dit zijn bijeenkomsten, zoals debatten en voorlichtingsbijeenkomsten, en de inzet van nieuwe media, zoals interactieve websites, games, forums en weblogs.

De te onderzoeken activiteiten zijn gesubsidieerd vanuit een van de volgende drie programmaclusters:

- PRO-regulier; voor projecten met een landelijk bereik.
- PRO-actief; voor projecten met een landelijk bereik waarmee NCDO een afgebakend thema of een specifieke methode een extra impuls wil geven.
- RePRO: voor projecten met een lokaal of regionaal bereik.

Activiteiten die vallen in het eerste en tweede cluster hebben een landelijke aanpak, terwijl activiteiten van het derde cluster een regionale of lokale benadering hebben. Een ander verschil is de mate van afbakening van de activiteiten door NCDO. Activiteiten in het eerste en derde cluster zijn niet of nauwelijks afhankelijk van inhoudelijke of methodische afbakening door NCDO. Activiteiten die gesubsidieerd worden vanuit het tweede programmacluster voldoen aan een thematische, methodische of doelgroepafbakening door NCDO. Waar mogelijk is in het onderzoek gelet op het programmacluster waar de projecten zich in bevonden.

1.3 De opdracht

NCDO wil meer kennis en inzicht verkrijgen wat betreft de output en outcome van gesubsidieerde activiteiten. Meer specifiek wil NCDO de effecten weten van deelname aan bijeenkomsten en nieuwe media op kennis, houding en (voorgenomen) gedrag rondom internationale samenwerking. Met dit onderzoek is geprobeerd meer inzicht te verkrijgen in de effecten van die deelname op het draagvlak voor internationale samenwerking.

1.4 Leeswijzer

In het volgende hoofdstuk gaan we in op de doel- en vraagstelling van het onderzoek en geven we een verantwoording van de voorgenomen opzet en de feitelijke uitvoering van het onderzoek, inclusief de wijzigingen die zich daarin hebben voorgedaan.

Het daaropvolgende hoofdstuk 3 bevat een beknopte beschrijving van de projecten, geordend naar bijeenkomsten en nieuwe media. Daarin is ook een beschrijving opgenomen van de deelnemersaantallen en de verkregen respons op de enquête.

De hoofdstukken 4 en 5 bevatten de uitkomsten van de analyse van het deelnemersonderzoek. Als eerste staan we in hoofdstuk 4 stil bij de deelnemers aan bijeenkomsten; in hoofdstuk 5 gaat de aandacht uit naar de deelnemers aan nieuwe media. De uitkomsten hiervan vergelijken we met de uitkomsten van de bijeenkomsten. Bovendien trekken we een vergelijking met de Barometer IS 2010.

Als laatste trekken we in hoofdstuk 6 onze conclusies. We kijken specifiek naar het bereik van de beoogde deelnemersaantallen en doelgroepen, de mate van affiniteit met internationale samenwerking en de effecten van de activiteiten op het draagvlak voor internationale samenwerking.

2 *Vraagstelling en onderzoeksopzet*

2.1 *Doelstelling en onderzoeksvragen*

Het doel van het onderzoek is het verkrijgen van kennis en inzicht aangaande de output en outcome van gesubsidieerde activiteiten. Meer in het bijzonder gaat het om de effecten van deelname aan de projecten op kennis, houding en gedrag in relatie tot internationale samenwerking van deelnemers aan deze activiteiten.

Aanvankelijk is gekozen om zes door derden georganiseerde (en door NCDO gesubsidieerde) bijeenkomsten op te nemen in het onderzoek, en nog eens vijf door NCDO gesubsidieerde projecten waarin gewerkt wordt met nieuwe media. De zes bijeenkomsten dienden afkomstig te zijn uit de drie programmaclusters en te verschillen naar aard en inhoud:

- Twee bijeenkomsten georganiseerd door migrantenorganisaties en gefinancierd vanuit het cluster PRO-actief 2009 of PRO-regulier.
- Twee ‘high brow’ bijeenkomsten, gefinancierd vanuit het cluster PRO-regulier.
- Twee inhoudelijk laagdrempelige bijeenkomsten met financiering vanuit het cluster RePRO.

De vijf nieuwe media projecten zijn gesubsidieerd vanuit het cluster Pro-actief. De selectie van de bijeenkomsten en projecten nieuwe media heeft telkens in overleg met de opdrachtgever plaatsgevonden: projecten werden geselecteerd door NCDO en vervolgens voorgelegd aan de onderzoekers van het Verwey-Jonker Instituut.

Met het oog op het doel dient het onderzoek antwoord te bieden op de volgende vraagstellingen:

1. Wat is het effect van de gefinancierde bijeenkomsten en nieuwe media op de kennis, houding en het gedrag bij de deelnemers aan deze activiteiten?
2. In welke mate dragen de bijeenkomsten en nieuwe media bij aan het draagvlak voor internationale samenwerking onder de deelnemers?
3. Welke verschillen zijn er aan te wijzen tussen bijeenkomsten en nieuwe media op het gebied van output en outcome en hoe zijn deze verschillen te begrijpen?

2.2 Onderzoeksopzet

De onderzoeksopzet is opgedeeld in vier fasen die hieronder kort worden toegelicht aan de hand van de gebruikte onderzoeksmethoden en de opbrengst per fase.

Fase 1: Voorbereidende fase

In de eerste onderzoeksfase hebben de onderzoekers afstemming gezocht met de opdrachtgever over de verwachtingen over de opbrengst van het onderzoek, de samenwerking en de planning van het onderzoek. Ook zijn met het NCDO beschikbare metingen besproken, zoals de Barometer Internationale Samenwerking en het draagvlak pentagram.¹

Door deze fase kon de problematiek nader worden verkend en is in aansluiting op bestaand onderzoek van NCDO een gemeenschappelijk beeld ontstaan over de uitvoering en opbrengst van het onderzoek.

Fase 2: Beschrijvende fase

In de beschrijvende fase hebben we de activiteiten beknopt beschreven, aan de hand van de uitgebreide projectbeschrijvingen. Daarnaast is aan de deelnemers van de bijeenkomsten gevraagd wat volgens hen het thema van de bijeenkomst was en in hoeverre de bijeenkomsten in dit opzicht aan hun verwachtingen hebben beantwoord.

Fase 2 heeft geresulteerd in een beschrijving van de deelnemers en van de voorgestelde en feitelijke uitvoering van de activiteiten.

Fase 3: Uitvoerende fase

Het onderzoek is gericht op de mogelijke verandering van kennis, houding en gedrag van mensen rondom internationale samenwerking door hun deelname aan verschillende activiteiten. Om effecten van deelname op kennis, houding en gedrag te kunnen meten, is een voormeting, een directe nameting en een follow-up meting opgezet. Hiertoe hebben de onderzoekers een vragenlijst geconstrueerd. Een aantal vragen uit de Barometer Internationale Samenwerking zijn als uitgangspunt genomen voor de vergelijkbaarheid van de resultaten.

Om een verandering in gedrag te meten, was het noodzakelijk de deelnemers aan bijeenkomsten tweemaal te benaderen: tijdens de bijeenkomst zelf voor de voormeting en directe nameting, en circa twee maanden later voor de follow-up meting. Bezoekers van bijeenkomsten kregen bij de start van de betreffende bijeenkomst een vragenlijst uitgereikt met het verzoek deze in te vullen. De vragenlijst bestond uit twee delen. Het eerste deel had betrekking op kennis, houding en gedrag rondom internationale samenwerking voorafgaand aan de bijeenkomst. Het tweede deel betrof de bijeenkomst zelf. Hierbij is gevraagd naar

¹ Lampert, M. e.a. (2010) *Barometer Internationale samenwerking 2006*. Amsterdam, Motivaction International BV. Bergmans, N. (2006) *Draagvlakpentagram*. Nulmeting 2006. Amsterdam, NCOD.

de relevantie van het thema, een beoordeling van de bijeenkomst en de effecten daarvan op de deelnemer.

Fase 4: Analyse en rapportage

Per bijeenkomst zijn de antwoorden op de vragenlijsten ingevoerd in het statistische programma SPSS. Daarnaast is er een totaalbestand gemaakt waarin alle projecten zijn opgenomen. Op die manier waren we in staat om de uitkomsten op drie niveaus te analyseren:

1. Per project.
2. Vergelijking tussen de projecten.
3. Vergelijking met de Barometer Internationale Samenwerking 2010.²

Deze laatste vergelijking levert kennis op over de mate waarin de deelnemers een vergelijkbaar beeld geven in relatie tot het draagvlak voor internationale samenwerking onder Nederlanders. Op dit niveau is nagegaan of er onder deelnemers al sprake is van (aanmerkelijk) meer draagvlak dan onder de Nederlandse bevolking als geheel. De vergelijking is relevant als we gaan analyseren wat de bijdrage is van de activiteiten aan het draagvlak voor internationale samenwerking.

2.3 Onderzoeksverantwoording

In totaal zijn acht projecten van bijeenkomsten en drie projecten nieuwe media in het onderzoek betrokken. Bij elke bijeenkomst waren onderzoeksmedewerkers van het Verwey-Jonker Instituut aanwezig voor activiteiten rondom de enquête, maar eveneens om te observeren. Voorafgaand aan de uitvoering van de projecten is contact gelegd met de organisatie voor praktische afspraken over het uitdelen van de enquêtes en de eventuele inpassing in het programma.

Per bijeenkomst kregen alle deelnemers een vragenlijst uitgereikt met het verzoek deze in te vullen voorafgaand en direct na de bijeenkomst, en deze na afloop bij de onderzoeksmedewerkers in te leveren. Om de beoogde follow-up meting na circa twee maanden mogelijk te maken, is de deelnemers ook gevraagd om een e-mailadres voor het toezenden van de vragenlijst voor de nameting.

De deelnemers van de nieuwe media projecten zijn benaderd met een e-mail met daarin een link naar een website met de vragenlijst. Het verzamelen van gegevens voor de beoogde follow-up meting is in overleg met NCDO na twee bijeenkomsten gestaakt vanwege onvoldoende respons. De follow-up meting is wel in gang gezet voor de bijeenkomsten van Wereldpodium (7), Fatusch (2) en LUX (1). Tussen haakjes staat het aantal retour ontvangen ingevulde vragenlijsten. Van de bezoekers die hun e-mailadres invulden voor deelname aan de

² Gijsbers, L & Lelij, B. van der (2010) *Barometer Internationale Samenwerking 2010*. Onderzoeksrapport. Amsterdam, Motivction research and strategy.

follow-up meting, heeft aldus slechts een zeer beperkt deel de enquête ingevuld. Ondanks het sturen van een herinnering bleef een hogere respons uit. Het overgrote deel van de deelnemers van deze bijeenkomsten bleek niet bereid om aan de meting deel te nemen. Om deze reden is in overleg met de opdrachtgever geen verdere uitvoering gegeven aan de follow-up meting.

Door het niet uitvoeren van de follow-up metingen is er geen statistische toets gedaan op de verzamelde data van de voor- en directe nameting. Dit betekent dat we geen uitspraken kunnen doen over feitelijke veranderingen op termijn in houding en gedrag als effect van de bijeenkomsten. Deze rapportage beperkt zich daarom tot een beschrijving en analyse van de uitkomsten van de voormeting en directe nameting. Bovendien vergelijken we de uitkomsten met de bevindingen uit de Barometer Internationale Samenwerking 2010. Daarmee zijn we in staat om een goed beeld te geven van de kennis, houding en het gedrag van de deelnemers rondom ontwikkelingssamenwerking en hoe zich dat verhoudt tot de Nederlandse bevolking in het algemeen.

Het volgende hoofdstuk (3) bevat een beschrijving van de projecten. Dit hoofdstuk begint met een overzicht van de bezochte bijeenkomsten wat betreft bezoekersaantallen en respons op de enquête. Daarna volgen de projecten nieuwe media.

3 *Beschrijving projecten*

3.1 *Bijeenkomsten*

Dit hoofdstuk bevat een beschrijving van de in het onderzoek betrokken activiteiten. In het eerste deel vestigen we de aandacht op de bijeenkomsten. In het tweede deel richten we de focus op de nieuwe media.

NCDO heeft in totaal acht bijeenkomsten voorgelegd voor onderzoek; twee meer dan oorspronkelijk bedoeld. Het betreft de volgende projecten (met tussen haakjes de datum van uitvoering):

- Globaliseringslezingen - Loya Jirga: Exit Afghanistan (5 februari 2010)
- Wereldpodium - Van Township tot Transition Town (17 maart 2010)
- Afrique Education - Democratie kun je niet eten (4 juni 2010)
- Sankofa - The African Village (13 juni 2010)
- Fatusch Productions - Access to justice (26 mei en 22 juni 2010)
- LUX Nijmegen - Moderne slavernij (28 juni 2010)
- De Balie - Congo toen, nu en later (3 november 2010)
- Arzo - Afghanistan in beeld (13 november 2010)

De projecten van De Balie en LUX Nijmegen zijn later toegevoegd wegens onvoldoende deelname of respons van de projecten Afrique Education en Globaliseringslezingen. Van Fatusch zijn twee bijeenkomsten bezocht gezien de lage opkomst bij de eerste bijeenkomst op 26 mei. Deze mogelijkheid deed zich voor omdat Fatusch het debat in verschillende steden heeft georganiseerd. Onderstaande tabel geeft per project een overzicht van het aantal deelnemers (bij benadering), het aantal uitgezette vragenlijsten, het aantal ingevulde vragenlijsten en de procentuele respons.

Tabel 3.1 Respons bijeenkomsten

Project	Aantal deelnemers	Aantal vragenlijsten uitgezet	Aantal vragenlijsten ingevuld	Respons in procenten
Globaliseringslezingen	50	45	7	15%
Wereldpodium	75	75	45	60%
Afrique Education	15	0	0	0%
Sankofa	onbekend	50	14	28%
Fatusch Productions	30 ³	30	20	67%
LUX Nijmegen	45	45	23	51%
De Balie	65	65	22	34%
Arzo	60	60	45	75%
Totaal		340	176	52%

De enquêteurs van het Verwey-Jonker Instituut kregen conform de afspraken met de organisatie gelegenheid om vooraf de vragenlijsten uit te reiken en na afloop weer in te nemen. Daarbij kregen de deelnemers die de vragenlijst nog niet helemaal ingevuld hadden, de gelegenheid om deze na te sturen. Hiervoor ontvingen ze antwoordenvelop.

De bijeenkomst van *Globaliseringslezingen* bestond uit een middagdeel en een avonddeel. Het avonddeel stond open voor iedereen. Daarvoor meldden zich naar schatting vijftig nieuwe bezoekers. Aan het avonddeel werd evenwel ook deelgenomen door bezoekers van het middagdeel, waarmee het totale aantal deelnemers aan het avonddeel ongeveer 150 bedroeg. Aan deze deelnemers is geen vragenlijst uitgereikt met als reden dat ze geen deel uitmaken van de doelgroep van het onderzoek.

Bij de bijeenkomst van *Afrique Education* zijn geen vragenlijsten uitgereikt, omdat ter plekke bleek dat de deelnemers niet tot de doelgroep van het onderzoek behoorden. De vijftien deelnemers waren studenten die voor hun opleiding deelnamen aan het debat. Terwijl het debat, volgens informatie van *Afrique Education*, feitelijk het publieksdebat zou zijn.

Gelet op de lage respons is in overleg met NCDO besloten de bijeenkomsten van Globaliseringslezingen en Afrique Education buiten de analyse te houden en hiervoor alternatieve projecten aan te reiken: LUX Nijmegen en De Balie.

Globaliseringslezingen - Loya Jirga: Exit Afghanistan

De Globaliseringslezingen richten zich op het organiseren van voordrachten en discussies over alle aspecten van mondiale processen. Onder andere door interna-

3 Deelnemersaantal van beide bijeenkomsten tezamen

tionale sprekers wil men deelnemers kennis laten maken met nieuwe inzichten en tot nieuwe inzichten laten komen. De Millenniumdoelstellingen vormen hierbij het uitgangspunt.

De thematiek van het programma is internationaal; gepoogd wordt actuele internationale thema's te analyseren die aansluiten bij de doelgroep. Er wordt uitgegaan van *omgekeerde globalisering*: hoe kijkt de rest van de wereld naar het westen en wat kunnen wij daarvan leren?

Voor de 28^e Globaliseringslezing was het thema Exit Afghanistan gekozen. Het ging om een 'dubbele' lezing na twee Tegenlicht documentaires over Afghanistan. Er vonden discussies en ontmoetingen plaats met journalisten, militairen en politici. Daarnaast waren er voor- en nagesprekken met de documentairemakers. In het avondprogramma waren als gasten uitgenodigd Lakhdar Brahimi, General Petraeus en Dick Berlijn.

De doelstellingen van het project zijn: het bereiken van een breed scala aan mensen en een bijdrage leveren aan het naar de eigen leefwereld vertalen van thema's die in de lezingen en discussies aan bod komen. In voorgaande lezingen is gebleken dat de opkomst bestaat uit zowel leken als professionals en dat de deelnemers verschillen wat betreft politieke voorkeuren en leeftijden, rangen en standen en achtergronden.

Voor de 28^e Globaliseringslezing werd een opkomst verwacht van 280 deelnemers. Daarnaast werd een groter bereik verwacht door aanwezige media. Hiervoor werd samengewerkt met de Volkskrant en de VPRO: de Volkskrant publiceerde een artikel of een interview naar aanleiding van de bijeenkomst, de VPRO stelde Tegenlicht documentaires kosteloos beschikbaar. De belangrijkste partners van de Globaliseringslezingen zijn Felix Meritis Europees centrum voor kunst, cultuur en wetenschap, de Volkskrant, VPRO/Tegenlicht en Uitgeverij Lemniscaat.

Wereldpodium – Van Township to Transition Town

Het Wereldpodium is een platform dat mensen wil betrekken bij mondiale thema's en internationale ontwikkelingen die ons nationaal raken. Het doel van het Wereldpodium is het wekken van publieke belangstelling en het stimuleren van gedachtevorming en debat omtrent globale onderwerpen. Dit gebeurt onder andere door het organiseren van lezingen, congressen, debatten en gesprekken.

Het thema van de betreffende bijeenkomst was mondiale verstedelijking en de leefbare en duurzame stad. De vraag die voorlag tijdens de samenkomst was hoe steden leefbaar blijven gezien de mondiale verstedelijking. Duurzaamheid en zelfredzaamheid spelen een steeds grotere rol. De grootste groei lijkt zich te concentreren in sloppenwijken van ontwikkelingslanden. In hoeverre is een vorm van zelforganisatie van sloppenwijken wenselijk? Een daarmee samenhangende vraag is in hoeverre de huidige steden kunnen worden omgebouwd naar zogenaamde 'Transition Towns': steden waar bewoners zelf aan de slag gaan om hun wonen, werken en leven duurzamer te maken.

De hoofdvraag van de bijeenkomst was wat mensen overal ter wereld kunnen

doen om hun eigen situatie te verbeteren en om een duurzame en leefbare omgeving te creëren. Een speciaal thema was de rol van internationale samenwerking bij (de ondersteuning van) zelforganisatie in sloppenwijken en het verbeteren van de leefbaarheid in sloppenwijken.

De bijeenkomst vond plaats in Tilburg. Uitgenodigd waren onder meer emeritus hoogleraar ontwikkelingswetenschappen Dirk Kruijt, Stan Maessen, adviseur bij 'WASTE advisers on urban environment and development' en David Hamers, cultuurwetenschapper en onderzoeker bij het Planbureau voor de Leefomgeving. Het programma bestond uit presentaties, interviews en discussie met de zaal. Met het podium en de publicaties wilde het Wereldpodium bijdragen aan verdieping, kennis, analyse en bezinning over het thema van een duurzame en leefbare wereld in relatie tot mondiale verstedelijking. Het oogmerk was dat dit zou leiden tot meer draagvlak voor internationale samenwerking, maar ook tot (meer) inzet van deelnemers voor een duurzame en leefbare wereld in het algemeen en de stedelijke leefomgeving in het bijzonder.

Het verwachte aantal bezoekers was vooraf geschat op honderd tot tweehonderd personen. De doelgroep was omschreven als een 'kritische massa' aan Midden-Brabanders, met duidelijke interesse in mondiale thema's waarvoor nog geen andere activiteiten werden georganiseerd. Via directe mailings, persberichten en een gedegen programmering werden mensen op de hoogte gesteld van de bijeenkomst. Daarnaast is gebruikgemaakt van opiniestukken en artikelen, evenals een goede naamsbekendheid en een programmering met 'beroemde namen'.

Voor de organisatie is de bijeenkomst een succes wanneer deze zowel heeft voldaan aan een kwantitatieve doelstelling (meer dan 120 bezoekers en minimaal twee opiniestukken of artikelen) als aan een kwalitatieve doelstelling (nieuw licht werpen op het thema en bezoekers informeren, inspireren en bewustmaken).

Afrique Education – Democratie kun je niet eten

Stichting Afrika & Educatie vervult sinds 2006 naar eigen zeggen een prominente rol in het publieke debat over internationale samenwerking in het algemeen, over het democratiseringsproces in fragiele staten en ex-conflictgebieden, hoofdzakelijk in Sub-Sahara Afrika (Congo DRC, Burundi en Zuid-Sudan). De stichting informeert via lezingen en workshops studenten, culturele instellingen, NGO's en scholen over politieke en sociale ontwikkelingen in Afrika (vooral Congo) vanuit een Afrikaansperspectief.⁴ De stichting vervult een adviesrol voor diverse organisaties op het gebied van onderwijs, kunst en cultuur, beroepsmogelijkheden en participatietrajecten in de Nederlandse samenleving.

4 NGO staat voor niet-gouvernementele organisatie (of non-gouvernementele organisatie). Het gaat om een organisatie die onafhankelijk is van de overheid en zich op een of andere manier richt op een verondersteld maatschappelijk belang. Over het algemeen gaat het om organisaties die werken aan het bevorderen van milieubescherming, gezondheid, ontwikkelingswerk of het bevorderen van de mensenrechten. De term wordt veel gebruikt voor organisaties die zich met ontwikkelingssamenwerking bezighouden. (Bron: Wikipedia, gevonden 17 augustus 2011.)

Oprichter en voorzitter van de stichting, Alphonse Muambi, publiceerde in 2009 het boek *Democratie kun je niet eten*. Om het denken over democratisering in fragiele staten onder het Nederlandse publiek op een hoger plan te brengen is een project-aanvraag ingediend voor een korte intensieve campagne 'Democratie kun je niet eten'. De campagne is uitgevoerd in 2010.

Het project *Democratie kun je niet eten* richtte zich enerzijds op democratisering in ontwikkelingslanden in het algemeen en in fragiele staten zoals Congo in het bijzonder, en anderzijds op internationale samenwerking en armoedebestrijding als middel om in deze landen een stabiele basis te creëren voor het democratiseringsproces.

Het project bestond uit het genereren van publiciteit in hoogwaardige dag- of weekbladen, gevolgd door bijeenkomsten voor studenten met debat en oefeningen. Vervolgens werden de resultaten van het debat gebruikt om meer publiciteit te genereren. Dat creëerde voldoende animo voor deelname aan een publieksdebat. Uitkomsten van het debat werden tot slot in de media gecommuniceerd.

De belangrijkste doelstellingen van de publiekscampagne waren volgens de subsidieaanvraag: het denken over democratisering in fragiele staten onder het Nederlandse publiek op een hoger niveau brengen, nieuwe doelgroepen bij het debat betrekken en zoveel mogelijk aandacht genereren voor het thema, zodat een publieksdebat mogelijk zou worden.

Het algemeen bereik van de campagne werd in de aanvraag ingeschat als hoog (0,3 tot 3 miljoen). Voor de betreffende bijeenkomst werd de opkomst geschat op honderdvijftig deelnemende studenten. Voor een later te houden publieksdebat werd de opkomst vooraf geschat op honderd personen.

Stichting Sankofa – The African Village

Stichting Sankofa is opgericht in 2001 en heeft als doelstellingen: het ondersteunen van de sociaaleconomische ontwikkeling van Afrika en die van Ghana in het bijzonder; het stimuleren van de ontwikkelingsrelatie tussen Nederland en Afrika, en Ghana in het bijzonder; het ondersteunen en promoten van de Afrikaanse cultuur; het stimuleren van de totstandkoming en de instandhouding van goede relaties van Afrikanen in Nederland.

Uit een eerdere evaluatie is het idee van 'African Village' ontstaan: bezoekers bleken behoefte te hebben aan een herkenbare, hoogwaardige omgeving. The African Village is in de aanvraag omschreven als een vernieuwende gelegenheid voor debat en meningsvorming over actuele thema's uit de internationale samenwerking die betrekking hebben op Afrika. De uitwerking hiervan vond plaats tijdens The Hague African Festival in de zomer van 2010. Dit gebeurde in een aparte ontmoetingsruimte met eigen podium, informatiestands en audiovisuele voorzieningen. Bezoekers konden kennismaken met de Afrikaanse cultuur en werden gestimuleerd na te denken over de aanpak van maatschappelijke thema's rondom de sociaaleconomische ontwikkeling van Afrikaanse landen.

Doelstellingen van het project zijn volgens de subsidieaanvraag: het benutten van het potentieel voor debat en meningsvorming dat het African Festival in zich draagt; een middel introduceren dat drempels voor nieuwe doelgroepen verlaagt; het betrekken van vierhonderd deelnemers, waarvan ongeveer een derde uit nieuwe doelgroepen; het genereren van een substantiële media-exposure. Het programma (dag en avond) bestond uit interactieve lezingen, presentaties, manifestaties en documentaires, debatten en kennismaking met (producten uit) de Afrikaanse cultuur. Daarnaast konden deelnemers informatiestands bezoeken van ontwikkelingsorganisaties en NGO's.

Door het bieden van een aparte ontmoetingsruimte met een podium, informatiestands en audiovisuele voorzieningen, werd geprobeerd ook nieuwe doelgroepen aan te trekken. Met 'The African Village' verwachtte men circa vierhonderd bezoekers te bereiken.

Fatusch Productions – Access to justice

Fatusch Productions initieert audiovisuele programma's en projecten voor educatieve, maatschappelijke en culturele doeleinden. Door het aanbieden van producties en projecten op het gebied van mensenrechten, diversiteit en globalisering wil Fatusch maatschappelijke bewustwording bevorderen, kennis verspreiden en de dialoog bevorderen.

Het betreffende project heet 'Access to Justice' met daaraan verbonden de documentaire '1325 Heroes' van Fatusch Productions. Access to Justice heeft als onderwerp vrouwen, vrede en veiligheid in Liberia. Op 31 oktober 2000 heeft de Verenigde Naties Resolutie 1325 aangenomen. Deze stelt dat vrouwen een essentiële bijdrage kunnen leveren aan het tegengaan en oplossen van conflictsituaties en aan het handhaven van de vrede.

De documentaire draagt volgens de aanvrager bij aan 'kennisvergroting inzake de positie van vrouwen bij conflictbeheersing en vrede en draagt tevens bij aan de bewustwording omtrent het potentieel van lokale leiders, toont zelfredzaamheid en kracht van lokale gemeenschappen, moedigt actief burgerschap aan en vergroot de onbegrensde solidariteit tussen idealisten.' De documentaire heeft betrekking op Liberia, omdat dit een van de eerste landen was die - met Liberiaanse vrouwenorganisaties - de praktische implementatie ondersteunde van Resolutie 1325.

Het project bestond uit vijf vertoningen en debatten en richt zich op het informeren van een breed Nederlands publiek en het stimuleren van betrokkenheid. Door het vertonen en nabespreken van de documentaire poogde Fatusch een breed publiek te informeren over de rol van vrouwen bij het tegengaan en oplossen van conflicten en het handhaven van de vrede. Bovendien besteedt de documentaire aandacht aan rechten van de vrouw en zet deze Resolutie 1325 weer op de kaart. Fatusch heeft tot doel deelnemers aan te zetten tot politieke en maatschappelijke actie rondom deze thema's.

Met het verdiepingstraject verwachtte Fatusch minimaal vierhonderd mensen te bereiken (vijf vertoningen van elk minimaal tachtig deelnemers).

LUX Nijmegen – Global 2010: Moderne slavernij

LUX is een cultureel podium in Nijmegen dat film, theater, muziek, debat en beeldende kunst programmeert. Global 2010 is een project van LUX en het CIDIN van de Radboud Universiteit Nijmegen. In het project worden actuele thema's rondom internationalisering, internationale samenwerking en globalisering geagendeerd, besproken en verduidelijkt voor een divers publiek. Global omvat uiteenlopende programmavormen en richt zich op het inzichtelijk maken van minder toegankelijke thema's van internationale samenwerking. Actuele thema's worden geagendeerd en aangeboden in de culturele setting van LUX. Daarmee spreken de organisatoren zowel oude als nieuwe doelgroepen aan op het gebied van internationale samenwerking.

Het project Global 2010 bestaat uit twee filmdebatten, twee debatten met internationaal bekende sprekers, twee Global Specials en nieuwe formules. De programma's willen een bijdrage leveren aan het politiek-maatschappelijk besef van het belang van internationale betrokkenheid. Daarnaast dienen de programma's het debat over internationale samenwerking verder te brengen.

Binnen het onderzoek is een debat met een internationale spreker bezocht. Het gaat hier om een debat met auteur E. Benjamin Skinner, die een boek schreef over moderne slavernij: 'A crime So Monstrous'. Voor dit debat met een internationale spreker werd een opkomst verwacht van tweehonderd deelnemers.

De Balie - Crash Course into Congo: Congo toen, nu en later

De Balie en De Brakke Grond organiseerden vanaf september 2010 een serie - naar eigen zeggen - onorthodoxe programma's en debatten over Congo in De Balie. Het project is breed opgezet en bestaat onder meer uit een debattenreeks van drie bijeenkomsten over Congo in De Balie. Er zijn drie thema's: Congo Toen, Congo Nu en Congo Later. Deze worden omschreven als heldere inleidingen op Congo. Deelnemers dienen in korte tijd goed geïnformeerd te worden door uitstekende sprekers in een simpele setting en een lezing met twee referenten.

Congo Toen betrof een debat over de rol van de revolutionaire, anti-koloniale bewegingen; Congo Nu bestond uit een stand van zaken over de huidige situatie in Congo, vooral aangaande Kinshasa en nieuwe stedelijkheid. Congo Later behandelde praktische oplossingen voor Congo. Er lijkt zich een nieuw soort samenleving te ontwikkelen die op een eigen wijze omgaat met zaken als toenemende mondialisering, digitalisering, westerse mode-invloeden en armoede. Meer in het bijzonder ging het programma in op hoe jongeren in deze veranderende samenleving een nieuwe identiteit ontwikkelen en strategieën bedenken voor hoe zij met de problemen kunnen omgaan.

Doelstellingen van het project zijn het vergroten van draagvlak voor internationale samenwerking door het verkleinen van de afstand tot Congo via een ander (cultureel) discours en via beelden uit de werkelijkheid. De verwachte opkomst voor de drie Congo bijeenkomsten zijn drie maal 120 personen, in totaal 360 personen.

Stichting Arzo – Afghanistan-avond: Afghanistan in beeld

De Afghaanse Stichting Arzo heeft een aantal arme gezinnen in Afghanistan financiële en materiële hulp geboden tijdens de koude winter van 2008/2009. Hiervan heeft stichting Arzo een filmverslag gemaakt dat het leven van de arme mensen tijdens de winter prangend in beeld brengt. Stichting Arzo wil de hierin gebundelde ervaringen graag delen met het publiek en heeft hiervoor twee debatavonden georganiseerd, waarvan een in november 2010. Een vertegenwoordiger van de stichting heeft verslag gedaan over het leven in Afghanistan aan de hand van een in Afghanistan opgenomen film. Na de vertoning werd een uitgebreide discussie gevoerd, waarbij met name jongeren werden aangespoord om mee te praten.

Volgens het plan zullen tijdens de discussies stellingen worden aangedragen over het nut van internationale samenwerking, de aanwezigheid van militairen in Afghanistan en de behaalde resultaten van bestaande samenwerkingsverbanden. Muziek en catering zijn verzorgd om meer jongeren aan te trekken.

Doelstellingen van het project zijn bewustwording van het belang van internationale samenwerking vergroten bij bezoekers en daarmee het draagvlak vergroten bij de Afghaanse diaspora in Nederland.

De organisatie verwachtte ongeveer vierhonderd mensen uit verschillende organisaties als deelnemers aan de debatavond en het filmverslag. Daarbij beoogde de organisatie, als koepel van Afghaanse zelforganisaties, naast jongeren specifiek niet-Afghaanse Nederlanders te bereiken en deze meer te betrekken bij de problemen waar Afghanen dagelijks mee worstelen.

3.2 Nieuwe media

Voor het onderzoek heeft NCDO vijf projecten nieuwe media voorgedragen. Hiervan zijn per saldo drie projecten daadwerkelijk onderzocht. Evenals bij de bijeenkomsten, heeft om dezelfde reden bij de nieuwe media geen nameting plaatsgevonden. Het gaat om de volgende projecten:

- Kairos - Treemagotchi Social Network
- Pifworld - Play it forward
- Upact - Peace Inc. - online news game over Darfur⁵
- Habitat for Humanity - Bouw Mee - online huizen bouwen
- Get it done - Online Widget voor Sociale Netwerken

Van deze projecten hebben er uiteindelijk drie aan het onderzoek deelgenomen. Dit zijn Upact, Habitat for Humanity en Get it done. Kairos en Pifworld hebben na aanvankelijke instemming alsnog afgezien van deelname. Kairos zag hiervan af vanwege de onverenigbaarheid van doelgroepen: de doelgroep van het project Treemagotchi stemde volgens Kairos niet overeen met de groep die NCDO voor

5 Upact heette voorheen Euro's voor vrede, onder welke naam de subsidie bij NCDO is aangevraagd.

ogen had en de, eveneens volgens Kairos, traditionele benadering van internationale samenwerking door NCDO. Voor Pifworld gold als reden dat de organisatie geen mogelijkheid zag de enquête online in de campagne te verwerken. Voor deze afvallers heeft NCDO geen alternatieven aangereikt.

Onderstaande tabel toont van de projecten die wel deelnamen aan het onderzoek per project het aantal directe deelnemers, het aantal ingevulde vragenlijsten en de respons in procenten.

Tabel 3.2

Project	Aantal deelnemers	Aantal vragenlijsten uitgezet	Aantal vragenlijsten ingevuld	Respons in procenten
Upact	122	122	122	100%
Habitat for Humanity	287	283	80	32%
Get it done	500	500	75	15%
Totaal	909	905	277	31%

De respons van 100% onder de deelnemers van Upact wordt verklaard door het feit dat zij voorafgaand aan het spel de vragenlijst dienden in te vullen. Hiervoor ontvingen de spelers een startkapitaal waarmee zij het spel konden spelen. De lagere respons van Get it done vloeit mogelijk voort uit het gegeven dat dit project ook deelnemers uit het buitenland telt.

Upact – Online News Game Dafur)

Met online games wil Upact mensen op een ontspannen en plezierige manier bewust maken van de samenhang tussen geweld en vrede. Dit gebeurt onder andere door de deelname aan het online spel Peace Inc.

Peace Inc. is een beurspel. Deelnemers moeten intensief het nieuws over Sudan volgen om winst te kunnen maken. Dat kan door het volgen van nieuwsberichten over Sudan die dagelijks op de website van Peace Inc. verschijnen. Eenmaal per week wordt gekeken wat de stemming in de media die week is. De uitkomst is bepalend voor welk aandeel aan de winnende hand is. Aan de website zijn verder nog *twee serious games* gekoppeld: een dagelijkse quizvraag over de nieuwsberichten, waarbij deelnemers ook zelf quizvragen kunnen aandrazen over dat nieuws, en een fotowedstrijd waarmee deelnemers via een zelfbewerkte foto hun mening visualiseren.

De doelgroep van Upact bestaat uit jongvolwassenen van 18-30 jaar. Hiervan beoogde Upact 40.000 mensen direct te bereiken en nog eens 65.000 indirect.

Habitat for Humanity – Bouw Mee

Habitat for Humanity biedt degelijke en veilige huisvesting voor gezinnen in ontwikkelingsgebieden. Een van de projecten waarmee Habitat dit doel wil bereiken is het project bouwme.nl. Met de interactieve website bouwme.nl wil Habitat inzicht bieden in wat het werk van Habitat inhoudt en wat de resultaten zijn. Op die manier creëert Habitat bewustwording over armoedebehuizing en betreft het deelnemers actief bij zijn projecten.

Op bouwme.nl kan de bezoeker een virtueel huis bouwen of een huis/project volgen. Als bezoeker kun je in de vorm van een donatie bijvoorbeeld een deur, muur of dak kopen. Daarmee doneert de bezoeker het project. Deelnemers krijgen zo direct inzicht in hun bijdrage aan deze vorm van internationale samenwerking. Het virtueel te bouwen huis kan als een widget geplaatst worden op de profielpagina van de internetcommunities waar de deelnemer lid van is.

Habitat verwachtte voor het eerste jaar (2010) 60.000 unieke bezoekers te bereiken, met een conversie van 300 starters van een nieuw huis. De verwachting is verder dat ieder huis gemiddeld 20 vrienden/sponsors genereert, waarmee 6000 mensen één of meer projecten zullen gaan volgen.

Get it done – Save Cheruto, online widget voor sociale netwerken

Get it done is een online platform voor kleinschalige ontwikkelingsprojecten. Met widgets kunnen deze projecten een plekje krijgen op de persoonlijke profielen van deelnemers van internetcommunities zoals Hyves en Facebook. Deelnemers kunnen op die manier de widgets delen met hun vrienden en ook sponsors werven. Bovendien kunnen zij via de widget contact leggen met de uitvoerders van projecten. Zo ontstaat er directe en persoonlijke betrokkenheid bij de projecten. Een van deze projecten is Save Cheruto.

Met Save Cheruto beoogt Get it done op een innovatieve manier bezig te zijn met hulp aan aidskinderen in derdewereldlanden. Het doel is om mensen op een persoonlijke manier in aanraking te brengen met kleinschalige projecten en de mensen daarachter. Startpunt vormen de netwerken van de zogeheten makers (eigenaren van projecten) en *movers* (degenen die het project als eerste uitzetten binnen hun online netwerk. Zij nodigen hun vrienden uit om ook de widget te plaatsen en een donatie te doen aan het project. De doelgroep van Get it done is vrij jong (18-34 jaar).

4 Resultaten vragenlijstonderzoek bijeenkomsten

4.1 Inleiding

In dit hoofdstuk en het daaropvolgende bespreken we de resultaten uit het vragenlijstonderzoek. In dit hoofdstuk gaan we in op de kennis, houding en het gedrag van de deelnemers aan bijeenkomsten over internationale samenwerking. Gekeken wordt hoe deze aspecten zich verhouden tot de kennis, houding en het gedrag van de Nederlandse bevolking in het algemeen. Daartoe vergelijken we de uitkomsten van ons onderzoek met de uitkomsten van de Barometer Internationale Samenwerking 2010.

Zoals besproken in hoofdstuk 2 omvat deze analyse zes bijeenkomsten: Sankofa The African Village, Stichting Arzo Afghanistan in beeld, De Balie CCC Congo Later, Fatusch Access to Justice, LUX Nijmegen Global 2010: Moderne Slavernij en Wereldpodium Tilburg Van Township tot Transition Town. We gaan in op de uitkomsten van de bijeenkomsten als geheel. Wanneer er grote verschillen zijn tussen de bijeenkomsten, worden deze eveneens genoemd.

Allereerst behandelen we de kenmerken van de deelnemers aan de bijeenkomsten; daarna komen achtereenvolgens kennis, houding en gedrag aan bod.

4.2 Kenmerken van de deelnemers

Geslacht

De totale netto respons van de zes bijeenkomsten bij elkaar bedraagt 166 personen van 16 jaar en ouder. Onder hen zijn de vrouwen oververtegenwoordigd: 62 procent is vrouw; 38 procent is man. Vooral bij Fatusch Access to Justice en LUX Moderne Slavernij is het aandeel vrouwen hoog (achtereenvolgens 84% en 80%).

Leeftijd

De gemiddelde leeftijd van de deelnemers is 42 jaar, uiteenlopend van 16 jaar tot 74 jaar. De gemiddelde leeftijd per bijeenkomst wisselt sterk, waarbij de Afghaanse Stichting Arzo en de bijeenkomst over Moderne Slavernij in LUX verhoudingsgewijs de jongste bezoekers trokken (tabel 4.1).

Tabel 4.1 Gemiddelde leeftijd per bijeenkomst (N=158)

Bijeenkomst	Gemiddelde leeftijd
Wereldpodium Van Township tot Transition Town	52 jaar
De Balie Crash Course Congo: Congo Later	48 jaar
Fatusch Access to Justice	39 jaar
Sankofa The African Village	38 jaar
Stichting Arzo Afghanistan in beeld	34 jaar
LUX Moderne Slavernij	34 jaar

Opleiding

De deelnemers aan de bijeenkomsten zijn opvallend hoog opgeleid: maar liefst 35 procent heeft een hbo-opleiding genoten en 47 procent een wo-opleiding (samen 82 procent). Wanneer we kijken naar de bijeenkomsten onderling, dan blijkt dat voor alle bijeenkomsten - met uitzondering van Afghaanse Stichting Arzo - de deelnemers minimaal 90% hbo/wo als hoogst genoten opleiding hebben (tabel 4.2).

Tabel 4.2 Percentage hbo/wo als hoogst genoten opleiding per bijeenkomst (N=156)

Bijeenkomst	% hbo/wo
Fatusch Access to Justice	100%
Sankofa The African Village	93%
Wereldpodium Van Township tot Transition Town	91%
Crash Course Congo: Congo Later	90%
LUX Moderne Slavernij	90%
Stichting Arzo Afghanistan in beeld	50%

Kerk of geloofsgemeenschap

Ruim een kwart van de deelnemers (28%) aan de bijeenkomsten rekent zich op het moment van enquêteren tot een kerk of geloofsgemeenschap. Daarentegen geldt dit juist niet voor 67 procent (4% weet niet/wil niet zeggen).

Binnen de verschillende bijeenkomsten valt op dat de Afghaanse Stichting Arzo behoorlijk afwijkt van de overige bijeenkomsten: 70 procent rekent zich tot een kerk of geloofsgemeenschap (tabel 4.3).

Tabel 4.3 Percentage dat zich tot een kerk of geloofsgemeenschap rekent per bijeenkomst (N=146)

Bijeenkomst	% Geloofsgemeenschap
Stichting Arzo Afghanistan in beeld	69%
Crash Course Congo: Congo Later	28%
Sankofa The African Village	21%
Wereldpodium Van Township tot Transition Town	19%
Fatusch Access to Justice	15%
LUX Moderne Slavernij	5%

De Barometer blijkt redelijk overeen te komen met het algemene beeld: in 2010 rekende 30 procent zich tot een kerk of geloofsgemeenschap; voor 65 procent was dit niet het geval.

Wijze waarop men met bijeenkomst in aanraking is gekomen

De deelnemers zijn op verschillende wijzen op de hoogte geraakt van de bijeenkomsten. Meestal gaat dit via een krant of tijdschrift (28%); via een uitnodiging per mail of brief (24%); via de website van het project (19%) of via vrienden of kennissen (18%).

Wanneer we kijken naar de afzonderlijke bijeenkomsten, blijkt dat bij Congo Later vooral mensen op de hoogte zijn geraakt via de website (32%) of via het eigen netwerk (50%). Voor Stichting Arzo geldt daarentegen dat mensen vooral via kranten of tijdschrift (52%) of op uitnodiging (33%) zijn geworven.

4.3 Kennis

Kennis van organisaties

Aan alle deelnemers is gevraagd om drie organisaties te noemen die actief zijn op het gebied van internationale samenwerking. In totaal weten 115 respondenten drie organisaties te noemen (69%).⁶ Naast hen noemen 19 personen twee organisaties, terwijl 17 niet meer dan één organisatie noemen. Door 15 personen wordt geen enkele organisatie genoemd.

Als eerste organisatie worden het meest genoemd: Oxfam-Novib (31 maal); Unicef (12 maal) en Cordaid-Memisa en Hivos (beide 9 keer). Als tweede organisatie wordt wederom Oxfam-Novib (44 maal) het meest genoemd, gevolgd door Artsen

⁶ Respondenten die het betreffende project noemen dat zij bezochten, zijn hier niet bij betrokken.

zonder Grenzen en ICCO (beide 9 maal). Wanneer men een derde organisatie noemt, is dit meestal Cordaid Memisa (16 maal) en Unicef (11 maal).

De beantwoording van deze vraag komt in grote lijnen overeen met de Barometer IS 2010. De in totaal vaakst genoemde organisatie en de als eerst genoemd organisatie is ook hier Oxfam Novib. Unicef wordt echter in de Barometer verhoudingsgewijs vaker als eerste genoemd, evenals de Nederlandse overheid/ministeries. Verder wordt Artsen zonder Grenzen in de Barometer in totaal verhoudingsgewijs vaker genoemd.

4.4 *Opvattingen over internationale samenwerking*

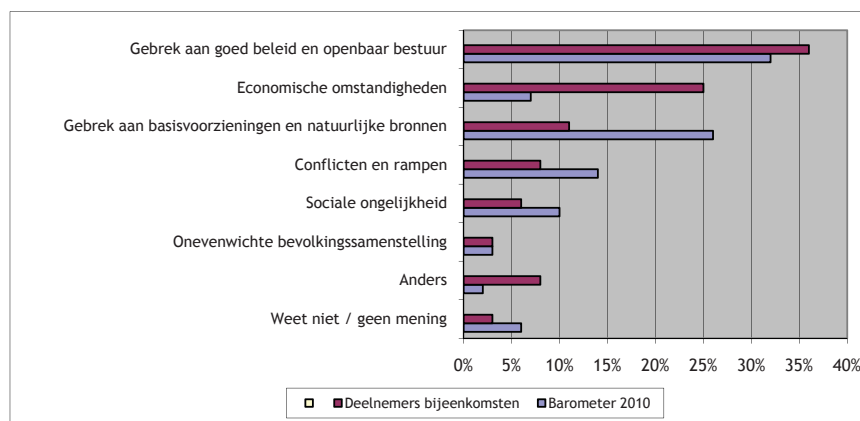
Belangrijkste probleem

Aan alle deelnemers is gevraagd wat volgens hen momenteel het grootste probleem is in ontwikkelingslanden. In figuur 4.1 is de beantwoording van de bijeenkomsten afgezet tegen die van de Barometer IS 2010.

Net als in de Barometer, noemen respondenten ook het vaakst gebrek aan goed beleid en bestuur als grootste probleem (36% van de deelnemers aan bijeenkomsten; 32% in de Barometer). Verder valt op dat bezoekers van bijeenkomsten verhoudingsgewijs vaker economische omstandigheden noemen als grootste probleem (25%), terwijl in de Barometer vaker gebrek aan basisvoorzieningen en natuurlijke bronnen wordt genoemd.

Deelnemers aan de bijeenkomsten noemen in de categorie 'Anders' onder andere bevolkingsexplosie, de macht van het westen en oorlog.

Figuur 4.1 Grootste probleem in ontwikkelingslanden (in procenten, N=155)



Wanneer we kijken naar de afzonderlijke bijeenkomsten, valt op dat vooral bezoekers van The African Village een gebrek aan goed beleid en bestuur het grootste probleem vinden (62%). Daarnaast noemen bezoekers van LUX Nijmegen en CCC Congo Later verhoudingsgewijs vaker economische omstandigheden als grootste probleem (beide 30%).

Beste werkwijze

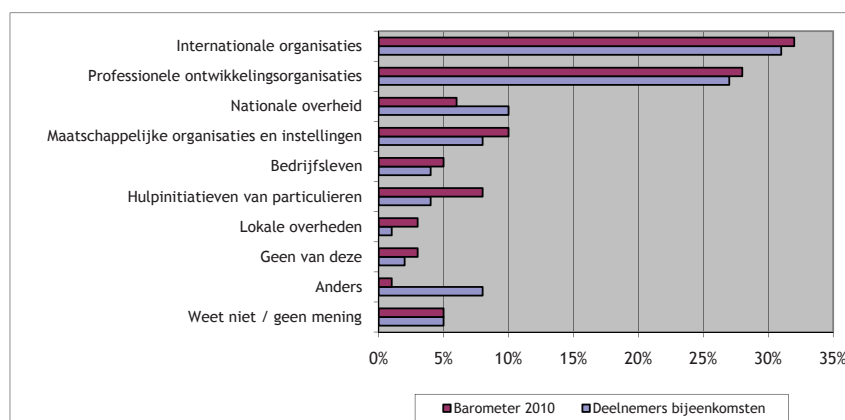
Vervolgens is gevraagd de beste werkwijze te noemen die ontwikkelingsorganisaties kunnen hanteren bij internationale samenwerking. Deelnemers aan de bijeenkomsten zien de meeste potentie in de financiering van projecten die zich richten op maatschappijopbouw (43%) en op structurele armoedebestrijding (30%). In veel mindere mate worden het uitzenden van deskundigen (6%); lobby en beleidsbeïnvloeding (4%), het verlenen van noodhulp (3%) en bewustwordingsactiviteiten (1%) genoemd. In de categorie 'Anders' noemt men vooral het verstrekken van microkredieten en het stimuleren van goed onderwijs.

In de Barometer 2010 is een hiermee samenhangende vraag gesteld. Er is per werkwijze gevraagd een inschatting te geven in welke mate deze bijdraagt aan het ontwikkelen van een land en het bestrijden van armoede. Vooral microkredieten (53%), structurele armoedebestrijding (52%) en het uitzenden van deskundigen (51%) worden als (zeer) zinvol gezien. Een verschil in beantwoording is te verklaren vanuit de andere manier van vraagstelling.

Welke organisatie meest geschikt

Als meest geschikte Nederlandse of Westerse organisatie of instelling om internationale samenwerking vorm te geven, noemen de respondenten internationale organisaties zoals de EU en de Wereldbank en professionele ontwikkelingsorganisaties - zowel bij de bijeenkomsten als in de Barometer (zie figuur 4.2). De verschillen in beantwoording tussen de deelnemers aan de bijeenkomsten en de respondenten uit de Barometer zijn (zeer) klein.

Figuur 4.2 Meest geschikte Nederlandse/Westerse organisatie of instelling om ontwikkelings-samenwerking vorm te geven (in procenten, N=157)



Bij de afzonderlijke bijeenkomsten blijkt dat vooral deelnemers van Fatusch Access to Justice vinden dat internationale organisaties het meest geschikt zijn (44%); vooral bezoekers van The African Village vinden professionele ontwikkelingsorganisaties het meest geschikt (39%).

Belangrijkste leerpunt

Als belangrijkste leerpunt van de bijeenkomsten geven de deelnemers uiteenlopende zaken aan. Voor de Afghaanse Stichting Arzo gaan de leerpunten vooral over de noodzaak om de Afghaanse bevolking te ondersteunen. Ook vermelden zij hier apart het belang van de betrokkenheid van jongeren.

Een beperkt aantal deelnemers heeft een leerpunt geformuleerd over The African Village. Dit heeft betrekking op meer inzicht in de problematiek in Afrika en hoe het westen hieraan kan bijdragen.

Bij Congo Later wordt vooral de complexiteit van het probleem genoemd en meer inzicht in de context van het maatschappelijk leven aldaar.

Fatusch Access to Justice leverde inzichten op over de problematiek van seksueel geweld, bijvoorbeeld dat de omvang veel groter is dan de deelnemers verwachtten.

Ook bij LUX over Moderne Slavernij werd de omvang van het probleem bij diverse deelnemers duidelijk gemaakt en het belang van een goede aanpak.

Tot slot merkten enkele deelnemers van het Wereldpodium Van Township tot Transition Town op dat een township ook een positieve plaats voor ontwikkeling kan zijn. Ook kregen zij meer inzicht in de verschillende verschijningsvormen hiervan.

4.5 Houding

Belang van ontwikkelingshulp

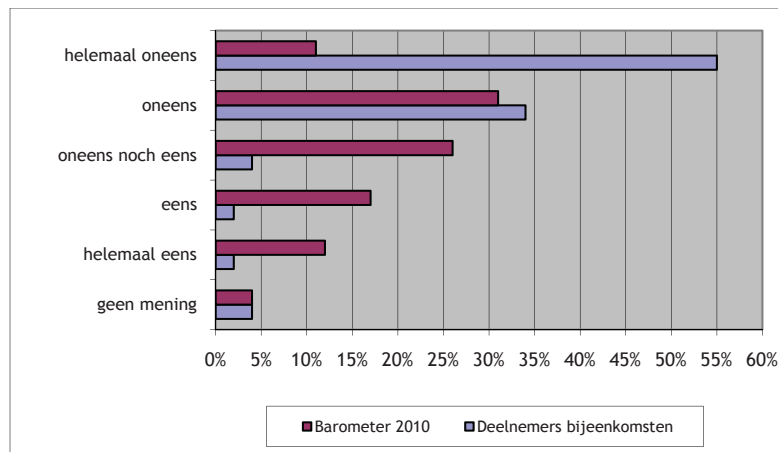
Om de houding van de deelnemers aan de bijeenkomsten te kunnen bepalen, hebben we ze onder meer gevraagd naar het belang dat zij hechten aan het helpen van mensen in arme landen om zich te ontwikkelen. Hieruit komt naar voren dat van alle deelnemers tezamen het overgrote deel (83%) dit belangrijk tot zeer belangrijk vindt. Elf procent vindt dit niet belangrijk en drie procent zegt hier geen mening over te hebben. Opmerkelijk is dat we de laatste categorie uitsluitend aantreffen onder de deelnemers van de bijeenkomsten van LUX en Wereldpodium. Van beide projecten toont de thematiek het minst duidelijk raakvlak met internationale samenwerking. Maar tegelijk zijn het ook projecten met het kleinste aandeel deelnemers dat ontwikkelingshulp niet belangrijk vindt. De deelnemers aan Congo Later staan verhoudingsgewijs het negatiefst tegenover ontwikkelingshulp: bijna een op de vijf deelnemers vindt dit niet belangrijk, tegenover iets meer dan driekwart dat ontwikkelingshulp wel belangrijk acht.

Deze scores wijken sterk af van de uitkomsten op deze vraag in de Barometer IS 2010. Hieruit komt naar voren dat een veel lager aandeel, en wel 62% van de Nederlanders boven de 15 jaar, ontwikkelingshulp belangrijk tot zeer belangrijk vindt.

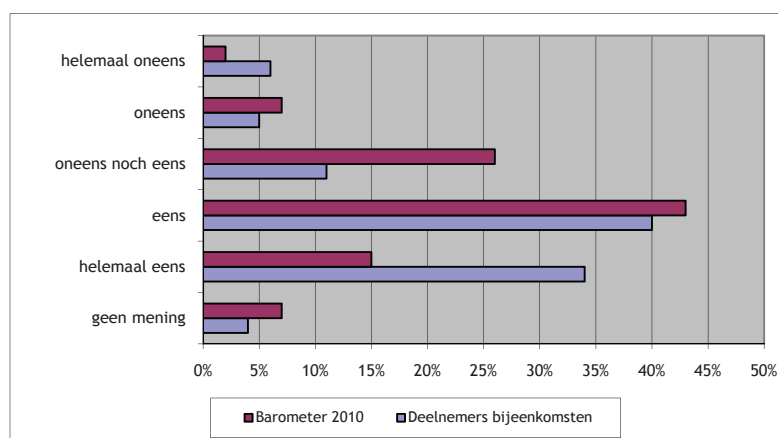
Stellingen

De deelnemers kregen vijf stellingen voorgelegd met de vraag in hoeverre zij het daarmee eens dan wel oneens waren. Drie van deze stellingen zijn gelijk aan stellingen die in de Barometer IS 2010 zijn voorgelegd. De volgende grafieken 4.3 tot en met 4.7 geven de uitkomsten weer van iedere stelling afzonderlijk. Waar dat mogelijk was is ter vergelijking per stelling ook de uitkomst gegeven van de Barometer 2010.

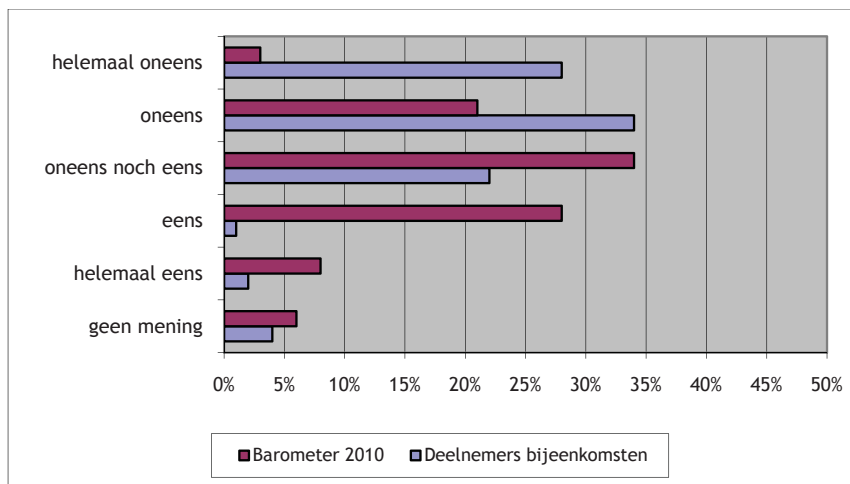
Figuur 4.3 Zolang in Nederland mensen in armoede leven moet er geen geld naar ontwikkelingslanden gaan (in procenten, N = 160)



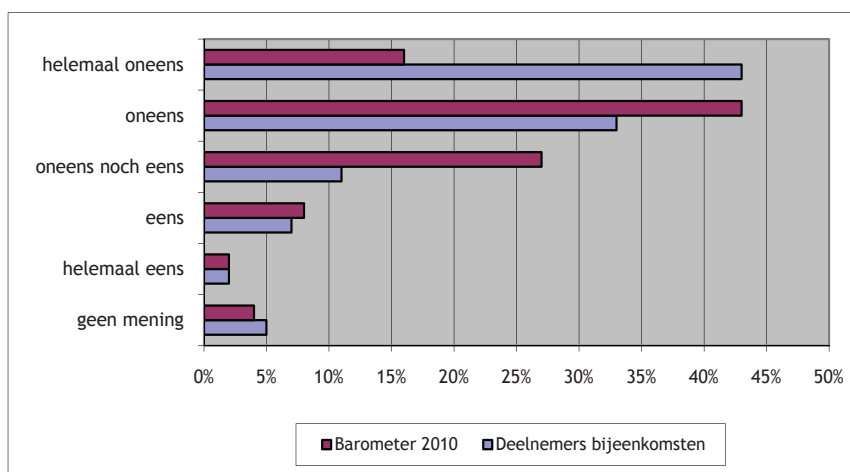
Figuur 4.4 Het oplossen van armoede in ontwikkelingslanden is ook in het belang van de rijkere landen (in procenten, N = 160)



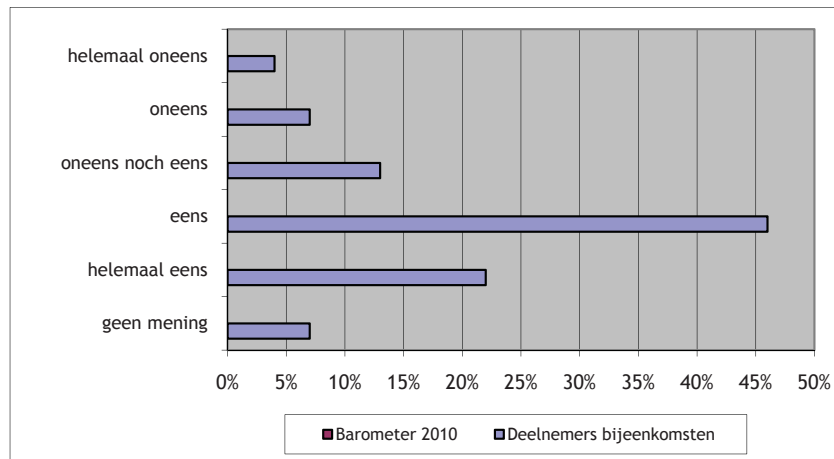
Figuur 4.5 Het armoedeprobleem valt niet op te lossen (in procenten, N = 159)



Figuur 4.6 Ontwikkelingslanden moeten hun problemen alleen oplossen (in procenten, N = 158)



Figuur 4.7 Mensen hebben door hun gedrag als bijvoorbeeld consument invloed op de armoede in ontwikkelingslanden (in procenten, N = 156)⁷



De deelnemers aan de bijeenkomsten hebben een grote mate van affiniteit met het bestrijden van armoede in ontwikkelingslanden. Zij staan in meerderheid afwijzend tegenover opvattingen die het belang van internationale samenwerking ontkennen. In samenhang hiermee ziet de meerderheid een duidelijk perspectief voor armoedebestrijding. Ook hebben zij inzicht in de invloed van het eigen gedrag op de armoede in ontwikkelingslanden. Gezien de uitkomsten van de Barometer onderscheiden zij zich daarmee van de Nederlandse bevolking, waarvan de affiniteit met hulp aan ontwikkelingslanden groot te noemen is, maar minder dan onder de deelnemers van de bijeenkomsten. Bovendien scoren de deelnemers aan de bijeenkomsten vaker op de extreme categorieën ‘helemaal mee (on)eens’ waar deze categorieën staan voor een positieve houding voor internationale samenwerking.

Tussen de bijeenkomsten onderling doen zich weliswaar verschillen voor in de scores, maar deze zijn niet te herleiden op kenmerken van de bijeenkomsten of de deelnemers. Hierop geldt één uitzondering, te weten de bijeenkomst van stichting Arzo. Vaker dan de deelnemers van de andere bijeenkomsten zijn zij het helemaal oneens met de stelling dat het armoedeprobleem niet op te lossen valt (55%) en met de stelling dat ontwikkelingslanden hun problemen alleen op moeten lossen (72%).

Motivatatie voor deelname, verwachtingen en waardering voor bijeenkomst

De deelnemers zijn vervolgens bevraagd op hun motivatie voor deelname aan de bijeenkomsten, de verwachtingen die ze daarbij hadden en hoe zij de bijeenkomst

⁷ Deze stelling is niet voorgelegd aan de respondenten in de Barometer.

waardeerden. De motieven voor deelname zijn voor alle bijeenkomsten in drie categorieën samen te voegen:

1. Persoonlijke belangstelling voor het thema van de bijeenkomst en daar meer van willen weten.
2. Professionele belangstelling, voornamelijk vanuit journalisten, medewerkers/vrijwilligers van organisaties die actief zijn op het gebied van internationale samenwerking en schrijvers.
3. Studenten bij wie de motivatie gevoed werd door hun studieonderwerp.

De grootste groep wordt gevormd door deelnemers met persoonlijke interesse, gevolgd door de deelnemers met professionele motieven.

Vanwege de locatie waar de bijeenkomst plaatsvond heeft The African Village mogelijk te maken gehad met toevallige deelnemers. Sommige deelnemers gaven dit expliciet zo aan. Dit verklaart mogelijk ook de aanmerkelijk lagere respons op de enquête voor deze bijeenkomst.

Gevraagd naar in hoeverre de bijeenkomst beantwoordt aan de verwachting die de deelnemers ervan hadden, reageert ongeveer twee derde positief. De verwachting die meestal uitkomt is dat deelnemers meer te weten zijn gekomen over het thema; iets wat in veel gevallen ook aansluit bij het motief voor deelname.

Opmerkelijk zijn de kritische noten van deelnemers die hun verwachtingen in mindere mate beantwoordt zagen. Die gaan voornamelijk over de organisatie of het verloop van de bijeenkomst. Dit is vooral het geval bij de deelnemers aan de bijeenkomst van African Village. Zij uiten veel kritiek op het rommelige verloop en de locatie van de bijeenkomst. Bij andere bijeenkomsten worden kanttekeningen geplaatst bij de mogelijkheden voor discussie, de opkomst en soms ook de diepgang van het thema.

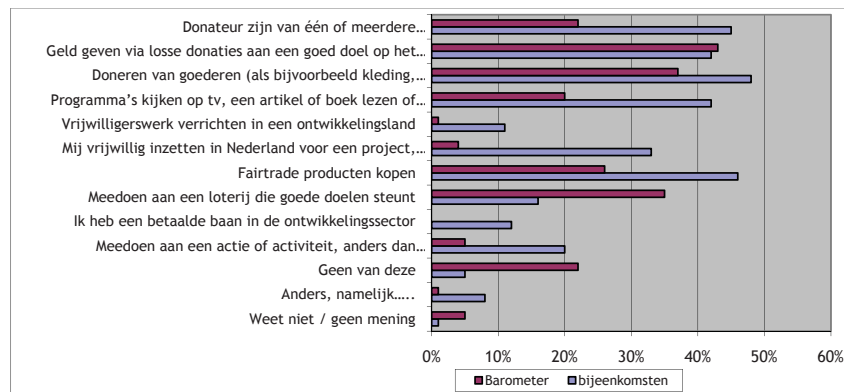
4.6 Gedrag

Inzet voor internationale samenwerking in afgelopen 12 maanden

Uit het voorgaande komt naar voren dat de deelnemers een grote affiniteit hebben met de thema's van internationale samenwerking. De vraag is in hoeverre deze affiniteit zich vertaalt in een daadwerkelijke inzet voor internationale samenwerking. Om dit te achterhalen is de deelnemers een groot aantal mogelijke inzetten voorgelegd. De vraag daarbij was of zij in het jaar voorafgaand aan de bijeenkomst iets op dit gebied gedaan hadden. De mogelijkheden variëren van het doneren van geld of goederen en het kopen van fairtradeproducten tot het verrichten van activiteiten op het gebied van internationale samenwerking. Deze zelfde onderwerpen zijn voorgelegd aan de respondenten van de Barometer. Daarom hebben we de

uitkomsten op deze vragen afgezet tegen de inzet van de Nederlandse bevolking zoals uit de Barometer naar voren komt.

Figuur 4.8 Inzet op het gebied van internationale samenwerking (in procenten)



Als eerste valt op dat de deelnemers beduidend meer inzet voor internationale samenwerking aan de dag leggen dan de respondenten van de Barometer, en wel 96% tegenover 73%. Dit verschil komt vooral naar voren in donateurschappen, programma's kijken, boeken en artikelen lezen of op internet informatie zoeken, vrijwilligerswerk verrichten op het gebied van internationale samenwerking en meedoen aan activiteiten als debatten en lezingen. Daarnaast valt op dat de variatie aan inzetten in beide respondentengroepen een met elkaar overeenstemmend patroon laten zien. Onder zowel de deelnemers als de respondenten van de Barometer hebben de meest favoriete inzetten betrekking op donateurschappen, het doneren van goederen en het kopen van fairtradeproducten. Een uitzondering hierop is het meedoen aan een goededoelenloterij. Hieraan nemen verhoudingsgewijs aanmerkelijk meer respondenten van de Barometer deel dan deelnemers van de bijeenkomsten. Daarnaast scoort het geld geven via losse donaties bij beide groepen nagenoeg gelijk. Opmerkelijk is ook de mate aan vrijwillige inzet voor een activiteit rondom internationale samenwerking. Bijna een derde van de deelnemers heeft zich hiermee beziggehouden, tegenover slechts 4% van de respondenten van de Barometer.

Verwachte toekomstige inzet

Aan de deelnemers is gevraagd of zij door de bijeenkomst geïnspireerd zijn geraakt om zich in de nabije toekomst (meer dan voorheen) in te zetten voor internationale samenwerking en zo ja, waar die inzet dan uit zou bestaan. Hieruit komt naar voren dat bijna een derde (30%) zich door de bijeenkomst aangespoord voelt iets te gaan doen. Een vrijwel gelijk percentage antwoordt dit te overwegen. Een iets groter deel (36%) zegt dit niet van plan te zijn, terwijl 5% zegt het nog niet te weten.

Tabel 4.4 Plannen voor inzet na de bijeenkomst

	Aantal	Percentage
Ja	44	30%
Nee	53	36%
Misschien	43	29%
Weet ik niet	7	5%
Totaal	147	100%

Degenen die zich meer willen inzetten willen dit voornamelijk doen via vrijwilligerswerk voor organisaties of het (verhogen van) donaties.

Aan degenen die aangaven geen plannen te hebben voor (meer) inzet, hebben we gevraagd waarom dit zo was. Het merendeel van deze deelnemers zegt al voldoende actief te zijn. Daarnaast merken sommige op niet geïnspireerd te zijn door de bijeenkomst voor meer inzet.

We hebben de antwoorden op de vraag naar meer inzet ook geanalyseerd voor de afzonderlijke bijeenkomsten.

Tabel 4.5 Plannen voor inzet na bijeenkomst

	Ja	Nee	Misschien	Weet ik niet
Sankofa African Village	9%	45%	36%	9%
St Arzo Afghanistan-avond	50%	8%	42%	0%
CCC Congo Later	28%	44%	28%	0%
Fatusch Access to Justice	11%	44%	39%	6%
LUX Nijmegen Moderne slavernij	37%	32%	21%	11%
Wereldpodium Transition Towns	23%	53%	16%	7%
Totaal	30%	36%	29%	5%

Tussen bijeenkomsten doen zich enkele opmerkelijke verschillen voor. Zo valt op dat African Village en Access to Justice de deelnemers beduidend minder geïnspireerd hebben om zich in te zetten voor internationale samenwerking. Daarentegen zijn de deelnemers van de Afghanistan-avond het meest geïnspireerd. Dit mondt vooral uit in actief willen worden binnen de organisatie en het (meer) doneren van geld via stichting Arzo. Wereldpodium Tilburg telt het grootste aandeel deelnemers dat geen plannen heeft voor meer inzet naar aanleiding van de bijeenkomst. Hier weerkomt de relatief hogere leeftijd van de deelnemers. Deelnemers menen dat

ze al voldoende actief zijn, en geven enkele keren hun leeftijd op als reden om niet actief te worden. Dit is bij geen van de andere bijeenkomsten het geval.

4.7 Tot slot

In dit hoofdstuk hebben we gekeken naar de personen die deelnemen aan bijeenkomsten rondom internationale samenwerking. Wie zijn ze, wat is hun kennis van internationale samenwerking, welke opvattingen leven er onder hen over internationale samenwerking en wat doen ze al op dit gebied? En wat zijn hun eventuele plannen voor activiteiten op het gebied van internationale samenwerking? Waar mogelijk en relevant hebben we de bevindingen vergeleken met de uitkomsten op deze aspecten uit de Barometer Internationale Samenwerking 2010. In het volgende hoofdstuk voeren we dezelfde exercitie nog een keer uit, maar dan onder de deelnemers aan de nieuwe media projecten.

5 *Resultaten vragenlijstonderzoek nieuwe media*

5.1 *Inleiding*

Dit hoofdstuk gaat in op de deelnemers aan nieuwe media projecten. We bespreken de resultaten uit het vragenlijstonderzoek omtrent hun kennis, houding en gedrag over ontwikkelingssamenwerking. Ook maken we weer een vergelijking met de uitkomsten van de Barometer IS 2010. Zoals vermeld in hoofdstuk 2 hebben we bij drie nieuwe media projecten een digitale enquête onder deelnemers afgenomen. Het gaat om Bouw mee van Habitat for Humanity, Peace Inc. van Upact en Save Cheruto van Get It Done. In totaal hebben 264 personen deelgenomen aan de enquête voor nieuwe media projecten: 109 respondenten voor Upact - Peace Inc., 80 respondenten voor Habitat for Humanity en 75 respondenten voor Get it Done - Save Cheruto.⁸

Wanneer er opvallende onderlinge verschillen tussen de nieuwe media projecten zijn, worden deze specifiek benoemd. Daarnaast worden de resultaten vergeleken met de resultaten uit de Barometer Internationale Samenwerking 2010.

Allereerst bespreken we de kenmerken van de deelnemers aan nieuwe media projecten. Daarna achtereenvolgens kennis, houding en gedrag aan de orde.

5.2 *Kenmerken van de deelnemers*

Geslacht

Van de deelnemers aan de nieuwe media projecten is 63 procent man en 37 procent vrouw. Wanneer we kijken naar de verschillende projecten, blijkt dat de verschillen vooral groot zijn bij Upact - Peace Inc: 69 procent van de deelnemers is man. Voor Get it Done - Save Cheruto geldt dat zes op de tien deelnemers man is. Bij Habitat for Humanity is de verhouding tussen mannen en vrouwen daarentegen nagenoeg gelijk. De nieuwe media projecten laten hiermee een ander beeld zien dan de bijeenkomsten, waar gemiddeld 62 procent van de deelnemers vrouw is.

8 Voor Upact hebben 122 deelnemers de vragenlijst ingevuld. Hiervan waren er dertien jonger dan 16 jaar. Deze deelnemers zijn vanwege de ondergrens in leeftijd voor de Barometer IS buiten de analyse gehouden.

Leeftijd

De gemiddelde leeftijd van de deelnemers is 34 jaar, uiteenlopend van 16 jaar tot 75 jaar. Wanneer we kijken naar de verschillende nieuwe media projecten, valt op dat de gemiddelde leeftijd onderling sterk verschilt (tabel 5.1). Deelnemers van Upact zijn, overeenkomstig de beoogde leeftijdscategorie, met een gemiddelde leeftijd van 25 jaar jong te noemen. De deelnemers van Habitat for Humanity zijn gemiddeld 21 jaar ouder.

Tabel 5.1 Gemiddelde leeftijd per nieuwe media project (N=264)

Nieuwe media project	Gemiddelde leeftijd
Habitat for Humanity	46 jaar
Get it Done - Save Cheruto	38 jaar
Upact - Peace Inc	25 jaar

Vergeleken met de bijeenkomsten, is de gemiddelde leeftijd bij nieuwe media projecten beduidend jonger (bij de bijeenkomsten is de gemiddelde leeftijd 42 jaar).

Opleiding

De deelnemers aan de nieuwe media projecten zijn relatief hoog opgeleid. Gemiddeld genomen heeft 62 procent van de deelnemers een hbo- of wo-opleiding als hoogst genoten opleiding. Tussen de nieuwe media projecten blijken onderling wel aanmerkelijke verschillen te bestaan (tabel 5.2). De meeste deelnemers met een naar verhouding hoog opleidingsniveau treffen we aan bij Get it Done, waar 84 procent beschikt over een hbo- of wo-niveau. Bij Habitat for Humanity geldt dit voor bijna twee derde van de deelnemers (64%). Het laagste aandeel deelnemers met hbo of wo als voltooide opleiding vinden we bij Upact: iets minder dan de helft heeft hbo of wo (47%). Dit verschil is te verklaren uit het gegeven dat relatief veel deelnemers nog jong zijn en nog volop bezig met een opleiding.

Tabel 5.2 Percentage hbo/wo als hoogst genoten opleiding per nieuwe media project (N=264)

Nieuwe media project	% hbo/wo
Get it Done - Save Cheruto	84%
Habitat for Humanity	64%
Upact - Peace Inc	47%

Wanneer we de opleiding van deelnemers aan nieuwe projecten vergelijken met die van deelnemers aan bijeenkomsten, valt op dat deze laatste groep nog meer hoger

opgeleiden telt: gemiddeld heeft 82 procent van de bezoekers van bijeenkomsten hbo of wo afgerond.

Kerk of geloofsgemeenschap

Ongeveer een tiende van de deelnemers aan nieuwe media projecten rekent zich tot een kerk of geloofsgemeenschap (11%). Opvallend vaak is gekozen voor de antwoordcategorie 'geen mening/wil niet zeggen', vooral onder deelnemers aan Upact. In tabel 5.3 staat per project weergegeven welk aandeel van de deelnemers zich tot een kerk of geloofsgemeenschap rekent.

Rond een vijfde van de deelnemers aan Get it Done rekent zich tot een kerk of geloofsgemeenschap; dit geldt voor 14 procent van de deelnemers aan Habitat for Humanity. Het percentage voor Upact is opmerkelijk laag: slechts 2 procent rekent zich tot een kerk of geloofsgemeenschap.

Tabel 5.3 Percentage dat zich tot een kerk of geloofsgemeenschap rekent per nieuwe media project (N=261)

Nieuwe media project	% Geloofsgemeenschap
Get it Done - Save Cheruto	21%
Habitat for Humanity	14%
Upact - Peace Inc	2%

De Barometer komt hier niet mee overeen: in 2010 rekende 30 procent zich tot een kerk of geloofsgemeenschap; voor 65 procent was dit niet het geval.

Wanneer we kijken naar de bezoekers aan de bijeenkomsten, blijkt dat voor deze groep het percentage dat zich tot een kerk of geloofsgemeenschap rekent, eveneens hoger uitkomt (28%).

Wijze waarop men met nieuwe media project in aanraking is gekomen

De deelnemers aan de nieuwe media projecten zijn hier op verschillende manieren van op de hoogte geraakt. Anders dan bij de bijeenkomsten, is dit in de meeste gevallen door vrienden of kennissen (42%) of via een uitnodiging per mail. Wanneer we kijken naar de afzonderlijke projecten, zien we wel onderlinge verschillen. Ongeveer de helft van de deelnemers aan Get it Done (52%) is op de hoogte geraakt van dit project via vrienden en kennissen; ook Hyves speelt hier een grotere rol dan bij de andere projecten: 7 procent is op de hoogte geraakt via Hyves, tegenover 1 procent van de deelnemers van Habitat for Humanity en 3 procent bij Upact. Daarnaast ligt kennisneming per uitnodiging via e-mail of brief het hoogst bij Upact (18%). Verder wordt de eigen website van het project verhoudingsgewijs het vaakst genoemd bij Habitat for Humanity (14%). Facebook en Twitter worden bij alle projecten nauwelijks genoemd (minder dan 5 procent).

Ongeveer 8 procent van de deelnemers is via een andere website dan die van het project bekend geraakt met het project, te weten De Pers, Google, Icco, Marktvoorvrede.nl en stiho85.nl.

Tot slot kiest bijna een vijfde van de deelnemers voor de categorie 'anders'. Zij noemen: via familie, via een bouwreis, via de Parade, als werknemer of vrijwilliger en via het televisieprogramma Pauw & Witteman.

5.3 *Kennis*

Kennis van organisaties

Aan alle deelnemers is gevraagd om drie organisaties te noemen die actief zijn op het gebied van internationale samenwerking. In totaal weten 114 deelnemers drie organisaties te noemen (69%), terwijl 84 deelnemers twee organisaties en 28 deelnemers één organisatie weten te noemen.

Als eerste organisatie is het vaakst genoemd: Oxfam Novib (50 maal); Unicef (30 maal) en Artsen zonder Grenzen en Cordaid (beide 10 maal). Als tweede organisatie worden eveneens Oxfam Novib (30 maal) en Unicef (23 maal) het vaakst genoemd; gevolgd door Artsen zonder Grenzen (16 maal) en Cordaid (15 maal). Wanneer men een derde organisatie noemt, zijn dat meestal de hierboven genoemde organisaties en Warchild (12 maal).

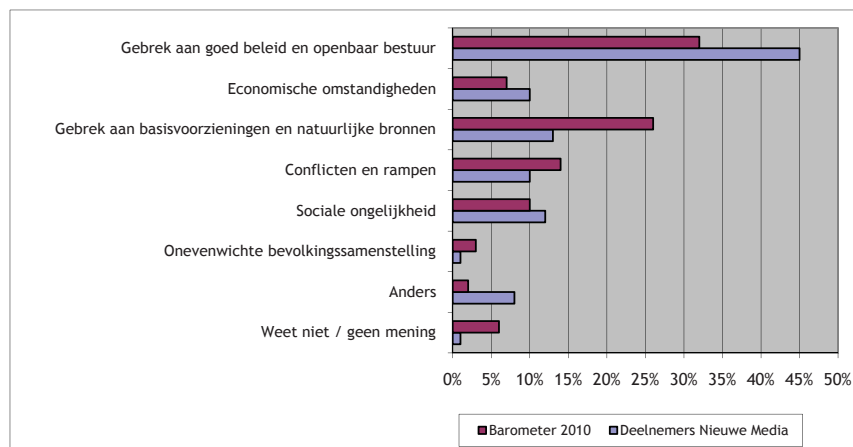
De beantwoording van deze vraag komt op hoofdlijnen overeen met de beantwoording door bezoekers van bijeenkomsten en de Barometer IS 2010.

5.4 *Opvattingen over internationale samenwerking*

Belangrijkste probleem

Volgens deelnemers aan nieuwe media projecten is het grootste probleem in ontwikkelingslanden het gebrek aan goed beleid en openbaar bestuur (zie figuur 5.10). In de figuur wordt de beantwoording van de nieuwe media projecten afgezet tegen de Barometer IS 2010.

Figuur 5.1 Grootste probleem in ontwikkelingslanden (in procenten, N=237)



Opvallend is dat deelnemers aan nieuwe media projecten verhoudingsgewijs vaker vinden dat het grootste probleem gebrek aan goed beleid en openbaar bestuur is (45%), ook wanneer we dit vergelijken met de deelnemers aan bijeenkomsten. Verder zijn de deelnemers aan de nieuwe media projecten meer verdeeld over het grootste probleem dan de overige twee groepen. In de categorie 'anders' wijzen nieuwe media-deelnemers voornamelijk op gebrekkige scholing / onderwijs.

Binnen de drie afzonderlijke nieuwe media projecten, zien we dat deelnemers aan Habitat for Humanity vaker gebrek aan goed beleid en openbaar bestuur vermelden (53%) en dat deelnemers aan Get it Done minder vaak 'conflicten en rampen' noemen vergeleken met de andere twee projecten.

Beste werkwijze

Vervolgens is gevraagd de beste werkwijze te noemen die ontwikkelingsorganisaties kunnen hanteren bij internationale samenwerking. Net als de deelnemers aan de bijeenkomsten, zien de deelnemers aan nieuwe media projecten eveneens de meeste potentie in het financieren van projecten die zijn gericht op maatschappij-opbouw (achtereenvolgens 43% en 42%) en het financieren van projecten gericht op structurele armoedebestrijding (achtereenvolgens 30% en 26%).

In mindere mate noemen deelnemers van nieuwe media projecten verder het uitzenden van deskundigen (10%), en het verlenen van noodhulp (6%). In de categorie 'anders' worden uiteenlopende zaken genoemd, zoals bewustwording, schoon water en het financieren van lokale projecten.

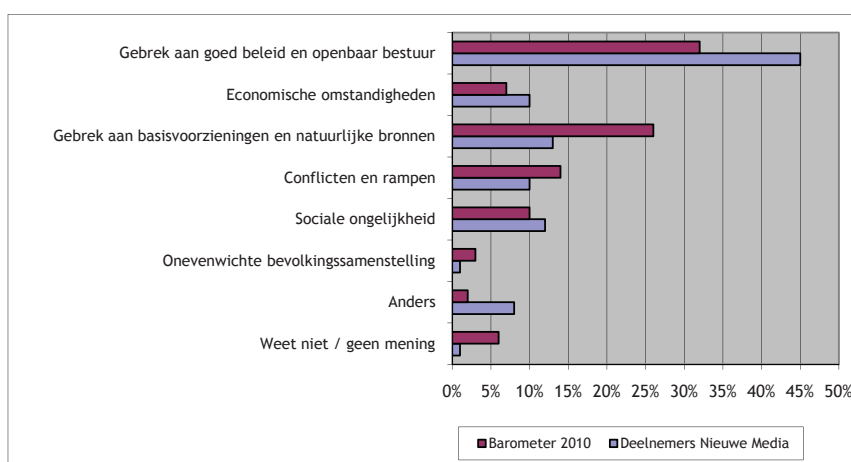
Binnen de drie nieuwe media projecten zien we dat deelnemers aan Habitat for Humanity relatief vaak aangeven dat zij structurele armoedebestrijding als beste werkwijze zien (39%). Verder zien deelnemers aan Upact relatief meer potentie in het uitzenden van deskundigen (15%) vergeleken met de andere twee projecten.

In de Barometer 2010 is een hiermee samenhangende vraag gesteld (zie paragraaf 4.4).

Welke organisatie meest geschikt

Als meest geschikte Nederlandse of Westerse organisatie of instelling om internationale samenwerking vorm te geven, noemen deelnemers aan nieuwe media projecten - net als deelnemers aan de bijeenkomsten - het vaakst internationale organisaties (31%) en professionele ontwikkelingsorganisaties (30%) (zie figuur 5.2). In de categorie 'anders' vermelden deelnemers onder meer media en een combinatie van mogelijkheden. Net als bij de bijeenkomsten, zien we ook bij de nieuwe media weinig grote verschillen met de Barometer IS.

Figuur 5.2 Meest geschikte Nederlandse/Westerse organisatie of instelling om ontwikkelings samenwerking vorm te geven (in procenten, N=237)



Bij de afzonderlijke nieuwe media projecten blijkt dat deelnemers aan Upact relatief vaak kiezen voor internationale organisaties (40%). Daarnaast zien deelnemers aan Habitat for Humanity juist meer in professionele ontwikkelingsorganisaties (45%).

Belangrijkste leerpunt

Als belangrijkste leerpunten van de nieuwe media projecten geven de deelnemers uiteenlopende zaken aan.

Leerpunten van deelnemers van Get it Done zijn dat één persoon wel degelijk verschil kan maken en dat donateurs vaak een te passieve houding hebben. Ook noemen zij het belang van sociale media. Ook wordt opgemerkt dat er soms hooggespannen verwachtingen zijn van lokale projecten die niet altijd worden waargemaakt.

Ook bij Habitat for Humanity benadrukt men de relatief eenvoudige en goedkope wijze waarop je als individu kunt bijdragen. Daarnaast noemt men de verkwisting van geld door hulporganisaties, maar ook het goede gevoel dat zij aan het project hebben overgehouden.

Tot slot noemen deelnemers aan Upact dat zij als leerpunten zien de complexiteit van de machtsstructuren in Sudan en de conflictsituaties aldaar. Ook het feit dat er een referendum wordt gehouden is door enkele respondenten genoemd als

5.5 *Houding*

Belang van ontwikkelingshulp

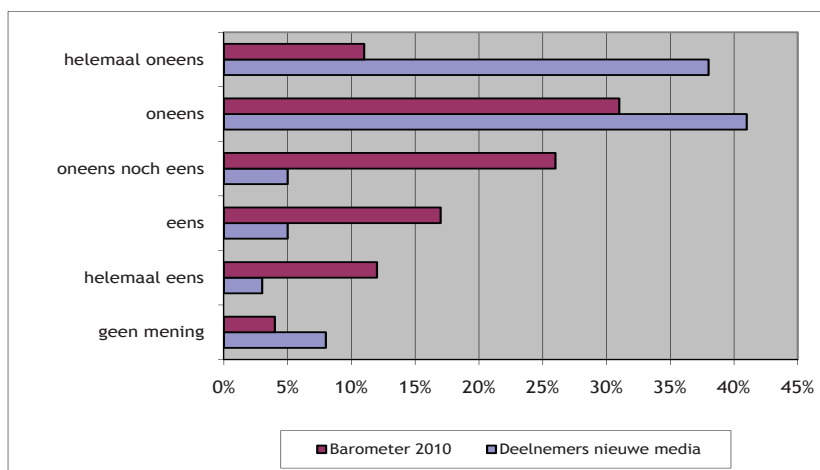
Gevraagd naar het belang van internationale samenwerking zegt de overgrote meerderheid van de deelnemers aan nieuwe media, en wel 84%, dit belangrijk tot zeer belangrijk te vinden. Dit aandeel is vergelijkbaar met dat van de bijeenkomsten, evenals het percentage dat internationale samenwerking van weinig of geen belang vindt. Die opvatting is 11% van de deelnemers aan nieuwe media toegedaan. Hierbij zien we een klein verschil tussen enerzijds Get it done, waar 87% van de deelnemers internationale samenwerking belangrijk vindt, en anderzijds Habitat for Humanity en Upact, waar 82% van de deelnemers groot belang hecht aan internationale samenwerking.

Gezien deze uitkomsten hechten de deelnemers aan de nieuwe media bovendien een groter belang aan internationale samenwerking dan het geval is onder de Nederlandse bevolking als geheel, zoals dat naar voren komt uit de Barometer IS 2010. Het verschil hiermee bedraagt ruim twintig procentpunten.

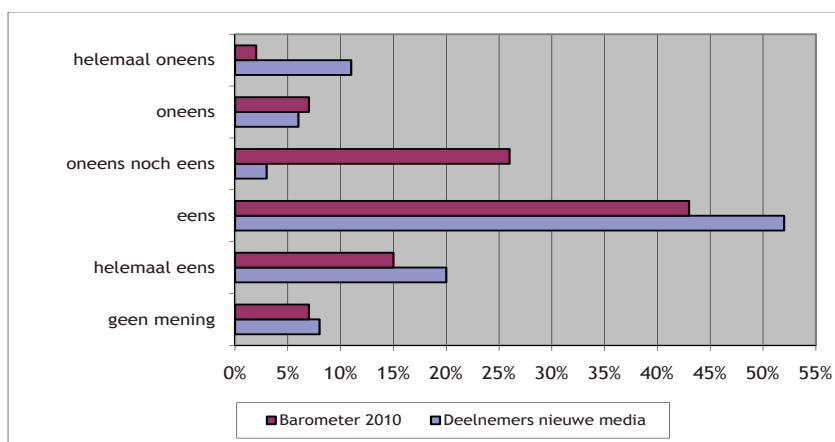
Stellingen

De deelnemers aan de nieuwe media kregen vijf stellingen voorgelegd met de vraag in hoeverre zij het eens dan wel oneens waren met de stellingen. Drie van deze stellingen zijn gelijk aan stellingen die in de Barometer IS 2010 zijn voorgelegd. De volgende grafieken 5.3 tot en met 5.7 geven de uitkomsten weer van iedere stelling afzonderlijk. Waar dat mogelijk was is ter vergelijking per stelling ook de uitkomst gegeven van de Barometer 2010.

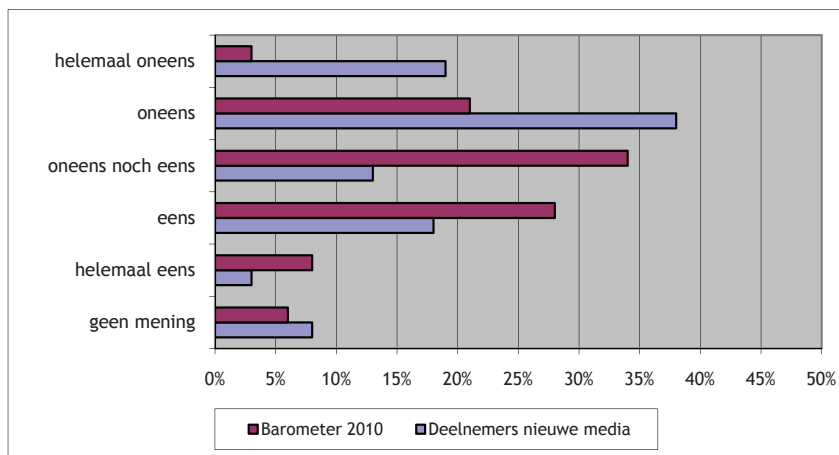
Figuur 5.3 Zolang in Nederland mensen in armoede leven moet er geen geld naar ontwikkelingslanden gaan (in procenten, N = 264).



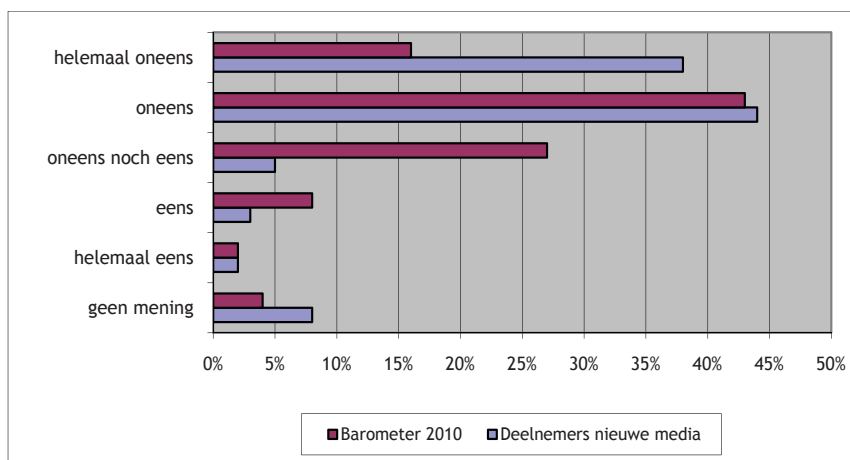
Figuur 5.4 Het oplossen van armoede in ontwikkelingslanden is ook in het belang van de rijkere landen (in procenten, N = 264).



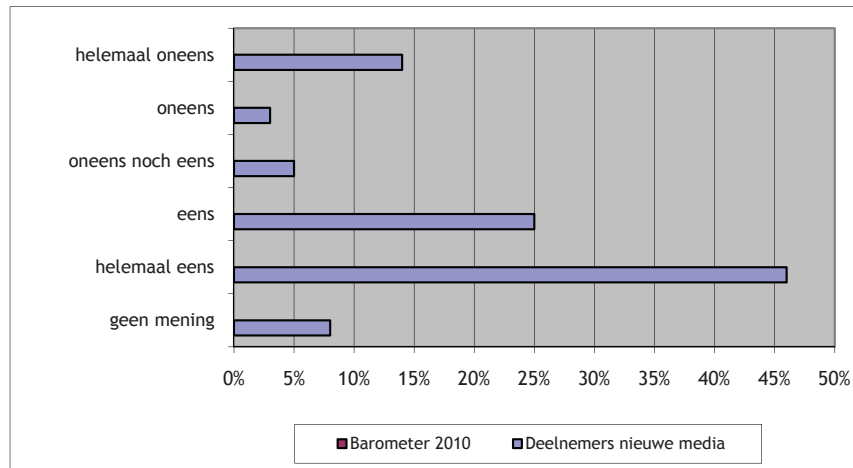
Figuur 5.5 Het armoedeprobleem valt niet op te lossen (in procenten, N = 264)



Figuur 5.6 Ontwikkelingslanden moeten hun problemen alleen oplossen (in procenten, N = 264)



Figuur 5.7 Mensen hebben door hun gedrag als bijvoorbeeld consument invloed op de armoede in ontwikkelingslanden (in procenten, N = 264)⁹



Net zoals dat het geval is bij de deelnemers aan bijeenkomsten, hebben ook de deelnemers aan nieuwe media projecten een grote affiniteit met internationale samenwerking. Ook zij wijzen in meerderheid op het belang daarvan. Opmerkelijk is het uitgesproken karakter van de scores op de invloed van het eigen gedrag op de armoede in ontwikkelingslanden. Deelnemers aan nieuwe media projecten zijn het relatief vaker uitgesproken eens, maar ook oneens met deze stelling dan de deelnemers aan bijeenkomsten.

Motivatie voor deelname, verwachtingen en waardering voor bijeenkomst

De deelnemers aan nieuwe media hebben we eveneens gevraagd naar hun motieven voor deelname, de verwachtingen die zij daarbij hadden en hun waardering voor het project. Hieruit komt een overwegend persoonlijke motivatie naar voren. Daarin doet zich, met uitzondering van Peace Inc. van Upac, een opmerkelijk verschil voor met de motieven van de deelnemers aan bijeenkomsten. Bij de bijeenkomsten en Upact - Peace Inc. vloeit het motief voornamelijk voort uit belangstelling voor het thema en daar meer over willen weten, een kennismotief. Daarnaast speelde bij Upact de spelopzet in combinatie met het winelement een belangrijke rol voor betrekkelijk veel deelnemers. Echter, bij Bouw mee van Habitat for Humanity en Save Cheruto van Get it done, speelt veel meer het doemotief een rol. Het kleinschalige karakter in samenhang met het concreet iets kunnen betekenen en het feit dat de geworven donaties direct ten goede komen aan projecten dan wel de mensen om wie het om gaat, is wat de meeste deelnemers bewogen heeft tot deelname. De volgende twee uitspraken zijn illustratief voor dit motief:

⁹ Deze stelling is niet voorgelegd aan de respondenten in de Barometer.

‘Directe hulpverlening aan mensen. Je ziet meteen waar het geld aan wordt uitgegeven en het maakt hierbij gebruik van een zeer handig en snel opkomend medium, de social network sites.’ (Deelnemers Get it done)

‘Omdat ik weet dat daarvoor een huis, dus basis voor een nieuw leven, wordt gebouwd.’ (Deelnemer Habitat for Humanity)

Kijken we naar het uitkomen van verwachtingen, dan zijn juist bij deze projecten de uitspraken wat ambivalent te noemen. Naast een stevig deel van de deelnemers bij wie de verwachtingen zijn uitgekomen, is er ook een deel dat hierover negatief is of nog twijfels heeft. Soms hebben die te maken met de organisatie. Genoemd worden: geen terugkoppeling, niet professioneel, gebruiksonvriendelijke website. Maar bij het niet uitkomen van verwachtingen wordt ook regelmatig gewezen op de verwachte en geboekte resultaten van het eigen project, ofwel het niet voldoende kunnen motiveren van het eigen sociale netwerk voor donaties aan ‘hun’ project. Bij Bouw mee van Habitat for Humanity wijzen relatief veel deelnemers op het belang van de Bouwreizen die ze hebben kunnen maken, waardoor zij met eigen ogen ter plekke kunnen zien wat er met het ingezamelde geld gebeurt.

Twee van de drie projecten krijgen een goede waardering mee van de deelnemers. Dit zijn Get it Done met gemiddeld een 8,2 en Habitat for Humanity met een 7,8. Upact blijft hier iets bij achter en scoort een 6,3. Bij de deelnemers van Upact is nogal veel kritiek te beluisteren op de organisatie. Die betreft vooral het tussentijds veranderen van de spelregels, waardoor deelnemers hun winst zagen verdampen.

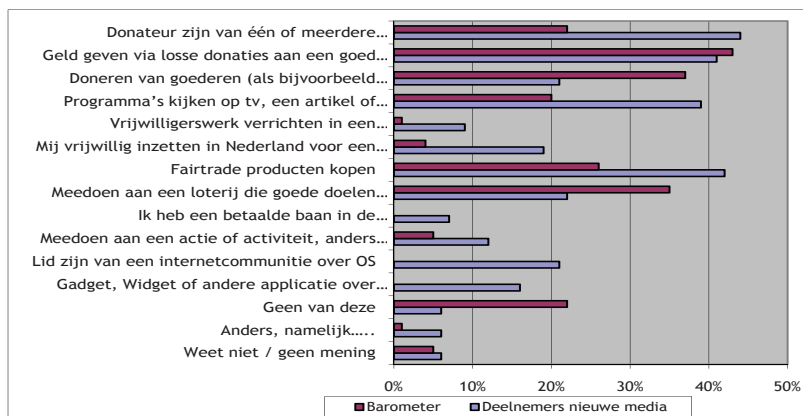
5.6 Gedrag

Inzet voor internationale samenwerking in afgelopen 12 maanden

Gelet op de grote affiniteit met internationale samenwerking is het de vraag in welke mate die zich vertaalt in concrete bijdragen aan internationale samenwerking. Om dit te achterhalen is aan de deelnemers aan nieuwe media een groot aantal mogelijke inzetten voorgelegd. De vraag daarbij was of zij in het jaar voorafgaand aan hun deelname aan het project iets op het gebied van internationale samenwerking gedaan hadden. De mogelijkheden variëren van het doneren van geld of goederen en het kopen van fairtradeproducten tot het verrichten van activiteiten voor internationale samenwerking. Omdat dezelfde onderwerpen voorgelegd zijn aan de respondenten van de Barometer hebben we de uitkomsten op deze vragen afgezet tegen de inzet van de Nederlandse bevolking zoals deze uit de Barometer naar voren komt. Verder is op verzoek van Get it Done en Habitat for Humanity de deelnemers aan deze projecten gevraagd of zij lid zijn van een internetcommunity en of zij wel een Gadget, Widget of andere applicatie over

internationale samenwerking hebben gedownload. De volgende grafiek toont hiervan de uitkomsten.

Figuur 5.8 Inzet op het gebied van internationale samenwerking (in procenten)



Ruim 90 procent van de deelnemers aan nieuwe media heeft zich in het jaar voorafgaand aan het project op één of meerdere wijzen concreet ingezet voor internationale samenwerking. Voor het merendeel gaat het dan om donateurschap-pen of losse donaties aan goede doelen, fairtrade producten kopen of programma's kijken op tv, een artikel of een boek lezen of via internet informatie verzamelen. Wat betreft de deelnemers van Get it Done en Habitat for Humanity valt op dat hun deelname grotendeels ook een eerste kennismaking was met de interactieve mogelijkheden die internet biedt bij internationale samenwerking.

Vergeleken met de deelnemers aan de bijeenkomsten ligt de daadwerkelijke inzet onder de deelnemers van nieuwe media iets lager. Opvallende verschillen zijn het doneren van goederen en activiteiten als vrijwilliger in Nederland voor interna-tionale samenwerking. Hierop scoren de deelnemers aan nieuwe media beduidend minder dan de deelnemers aan bijeenkomsten.

Verwachte toekomstige inzet

Evenals de deelnemers aan bijeenkomsten hebben we ook de deelnemers aan nieuwe media gevraagd of zij zich naar aanleiding van hun deelname in de nabije toekomst (meer) willen gaan inzetten voor internationale samenwerking. Hierop hebben 132 respondenten een antwoord gegeven. Degenen die dat niet deden behoren voor het overgrote deel (96 deelnemers) tot de deelnemers aan Upact.¹⁰ Van degenen die de vraag wel beantwoord hebben, geeft bijna een derde aan zich meer in te willen zetten, terwijl een kwart zegt dit niet te willen. Een derde heeft dit in overweging en 13% zegt het niet te weten.

¹⁰ De vraag hiernaar dienden de deelnemers te beantwoorden nadat zij het spel gespeeld hadden. Daarvoor moesten zij terugkeren naar de vragenlijst. Hieraan hebben slechts 16 deelnemers gevolg aan gegeven.

Tabel 5.4 Plannen voor inzet na het project

	Aantal	Percentage
Ja	39	30%
Nee	31	24%
Misschien	45	34%
Weet ik niet	17	13%
Totaal	132	100%

Het aandeel deelnemers aan nieuwe media dat geen plannen heeft voor meer inzet is aanmerkelijk kleiner dan het aandeel deelnemers aan bijeenkomsten. Daarentegen treffen we onder de deelnemers nieuwe media meer die aangeven zich misschien meer in te willen zetten of dit niet weten. Redenen om zich niet sterker in te zetten zijn gelijk aan die van de deelnemers aan bijeenkomsten, zoals het al voldoende actief zijn. Opmerkelijk is verder dat de voorgenomen activiteiten naast het verstrekken van donaties, vooral in het verlengde liggen van de deelname aan het project. Bijvoorbeeld meegaan met de bouwreizen van Habitat for Humanity of actief worden voor Get it Done. Onderstaande tabel geeft de uitkomsten weer per project nieuwe media.

Tabel 5.5 Plannen voor inzet na project nieuwe media

	Get it Done - Save Cheruto	Habitat for Humanity	Upact Peace Inc.
Ja	33%	30%	8%
Nee	27%	18%	31%
Misschien	30%	38%	38%
Weet ik niet	10%	14%	23%
Totaal	100%	100%	100%

Opvallend is het grote verschil tussen de Upact en de andere twee projecten als het gaat om het aandeel deelnemers dat door het project tot meer inzet geïnspireerd is geraakt. Dat is bij Upact slechts bij 8% van de deelnemers het geval tegenover (bijna) een derde van de deelnemers bij de andere twee projecten. Eveneens valt het grotere aandeel van de Upact-deelnemers op dat zegt het niet te weten. Wel is er een relatief groot aantal deelnemers dat zegt meer inzet te overwegen. Ook het aandeel deelnemers dat zegt het (nog) niet te weten is bij Upact beduidend hoger dan bij de andere twee projecten en ook hoger dan bij de deelnemers aan bijeenkomsten. Wellicht dat hier de relatief jonge leeftijd van de deelnemers meespeelt

in combinatie met het spelkarakter (meedoen omdat het een online game betreft en niet zozeer om de thematiek als zodanig).

5.7 *Tot slot*

In dit hoofdstuk is de focus gericht op de kennis, houding en het gedrag van deelnemers aan nieuwe media projecten rondom internationale samenwerking. Evenals bij de deelnemers aan bijeenkomsten hebben we ook van deze deelnemers in kaart gebracht wie ze zijn, wat hun kennis is over internationale samenwerking, welke opvattingen er onder hen leven over internationale samenwerking, wat ze al doen op dit gebied en wat hun eventuele verdere plannen inhouden voor hun inzet. Waar mogelijk en relevant hebben we de bevindingen vergeleken met de bevindingen op deze aspecten uit zowel de Barometer Internationale Samenwerking 2010, als met de bevindingen uit de bijeenkomsten. In het volgende hoofdstuk keren we terug naar de vraagstelling en trekken we onze conclusies.

6 *Conclusies en aanbevelingen*

6.1 *Vraagstelling*

In dit onderzoek zijn we nagegaan wat de output en outcome is van activiteiten die gesubsidieerd zijn door het NCDO en die tot doel hebben het draagvlak voor internationale samenwerking te vergroten. Deze rapportage doet verslag van de uitkomsten hiervan. Voor dit onderzoek zijn meerdere activiteiten betrokken: zes bijeenkomsten en drie activiteiten waarbij gebruik gemaakt wordt van nieuwe media, zoals internetcommunities en games. De bijeenkomsten vonden verspreid over het land en het jaar plaats. Sommige bestonden uit meerdere bijeenkomsten, die werden gehouden op verschillende momenten; soms op dezelfde locatie, soms ook op wisselende locaties. Waar dit het geval was hebben we telkens één van deze bijeenkomsten gekozen voor nader onderzoek. De activiteiten nieuwe media hadden eveneens hun eigen moment van uitvoering, waarvan er een - Bouw mee van Habitat for Humanity - nog online is. Het onderzoek had als doel de volgende vragen te beantwoorden:

1. Wat is het effect van de gefinancierde bijeenkomsten en nieuwe media op de kennis, houding en het gedrag bij de deelnemers aan deze activiteiten?
2. In welke mate dragen de bijeenkomsten en nieuwe media bij aan het draagvlak voor internationale samenwerking onder de deelnemers?
3. Welke verschillen zijn er aan te wijzen tussen bijeenkomsten en nieuwe media op het gebied van output en outcome en hoe zijn deze verschillen te begrijpen?

Deze vragen zijn helaas niet allemaal te beantwoorden, vanwege de onvoldoende respons op de eerste nametingen. Daarom is afgezien van de geplande nameting. Wel zijn we in staat inzicht te verschaffen in de kennis, houding en het gedrag van de deelnemers over internationale samenwerking. Bovendien kunnen we laten zien hoe deze attitude zich verhoudt tot de kennis, houding en het gedrag van de Nederlandse bevolking in het algemeen, zoals uit de Barometer IS 2010 naar voren komt.

Het NCDO heeft in totaal acht bijeenkomsten voorgedragen voor onderzoek; twee meer dan oorspronkelijk beoogd. De uitbreiding was nodig, omdat vanuit twee eerder geselecteerde bijeenkomsten onvoldoende respons kwam. Daarnaast zijn er vijf projecten nieuwe media voorgedragen. Hiervan hebben er drie meegedaan aan het onderzoek.

In totaal hebben 430 deelnemers meegewerkt aan het onderzoek: 166 deelnemers aan bijeenkomsten en 264 deelnemers aan nieuwe media projecten. Dit

leverde een respons op van achtereenvolgens 56 procent en 31 procent. De hogere respons uit de bijeenkomsten is te verklaren uit het gegeven dat de onderzoekers de deelnemers persoonlijk hebben benaderd tijdens de bijeenkomsten. Bovendien is de respons uit de nieuwe media projecten enigszins vertekend vanwege de verplichte deelname aan de enquête voor de deelnemers van Upact. Zij moesten de vragenlijst invullen alvorens mee te kunnen doen aan het spel. Deze voorwaarde levert automatisch een respons op van 100%. Van alle activiteiten levert Get it Done de laagste respons; de respons van deze deelnemers bedraagt ongeveer de helft van de gemiddelde respons.

6.2 *Wisselend bereik van beoogde aantal deelnemers*

Uit de projectbeschrijvingen van de activiteiten komt een veelheid aan thematieken naar voren. Duidelijk is wel dat de thematiek van internationale samenwerking de rode draad vormt in de afzonderlijke activiteiten. Dit geldt in ieder geval voor alle activiteiten met nieuwe media. Van twee bijeenkomsten is dit verband minder duidelijk aan te wijzen. Dit betreft de bijeenkomst Van Township naar Transition Town, georganiseerd door Wereldpodium te Tilburg en de bijeenkomst Global 2010 Moderne slavernij van LUX Cultuurcentrum te Nijmegen. De thematiek van deze projecten heeft haar wortels weliswaar in ontwikkelingslanden, maar zowel de inleidingen als het debat spitsten zich toe op de situatie in westerse landen en in het bijzonder Nederland.

In de projectbeschrijvingen hebben de organisaties aangegeven wat de doelgroep is van de activiteit en het verwachte aantal deelnemers.

Over de bijeenkomsten kunnen we concluderen dat geen van de beoogde aantallen ook daadwerkelijk werd gerealiseerd. De projectorganisaties nieuwe media zijn in dit verband succesvoller te noemen. Dit geldt in ieder geval voor Get it Done en Habitat for Humanity. Bij deze activiteiten zijn de beoogde deelnemersaantallen nagenoeg bereikt. Bovendien kan de community van Habitat for Humanity nog steeds uitgebreid en geüpdate worden.

Of de beoogde doelgroepen ook daadwerkelijk bereikt zijn, is lastig te zeggen. De doelgroepen zijn in de projectaanvragen omschreven in termen van het Mentality-model van Motivaction. Dit model positioneert individuele personen aan de hand van een uitgebreide vragenlijst in een bepaald 'mentality-milieu'. Binnen dit onderzoek voerde het te ver om de deelnemers van bijeenkomsten daarop te bevragen. Daarom kunnen we geen match maken op persoonskenmerken met het Mentality-model.

Uit de resultaten blijkt dat de activiteiten allemaal gericht zijn op bewustwording en het vergroten van het draagvlak voor internationale samenwerking. Dit veronderstelt dat de opvattingen van de beoogde doelgroep dicht bij die van de gemiddelde Nederlandse burger staan, althans daar niet substantieel van afwijken. Daarnaast kunnen we spreken van een effect wanneer deelname aan de activiteit

leidt tot meer affiniteit met en een grotere inzetbereidheid voor internationale samenwerking. Om dit te kunnen bepalen hebben we de deelnemers op persoonskenmerken, kennis, opvattingen en gedrag waar mogelijk vergeleken met de uitkomsten van de Barometer IS 2010.

6.3 *Veel affiniteit met internationale samenwerking*

Bij de resultaten van de vergelijking tussen de deelnemerspopulatie en de populatie van de Barometer moeten we rekening houden met een mogelijk lichte vertekening, omdat de deelnemersgroepen op een aantal kenmerken afwijken van de respondenten in de Barometer. Die vertekening ontstaat door afwijkingen in leeftijd en geslacht tussen de deelnemersgroep en de respondentgroep van de Barometer. Uit de Barometer blijkt dat jongeren en vrouwen iets meer affiniteit hebben met internationale samenwerking dan ouderen en mannen. Deze verschillen in affiniteit komen niet naar voren uit de deelnemersgroep. De leeftijd van de respondenten uit de deelnemersgroepen ligt over het geheel genomen boven de gemiddelde leeftijd van de Barometer populatie. De gemiddelde leeftijd van de nieuwe media-deelnemers ligt daarbij iets lager dan die van de bijeenkomstdeelnemers. Bij de bijeenkomsten overtreft het aandeel vrouwen dat van de mannen ruimschoots. Bij de nieuwe media is het omgekeerde het geval. Niettemin is er sprake van een iets mindere affiniteit onder de deelnemers van de nieuwe media projecten.

Het algemene doel van zowel de subsidiënt NCDO als de onderzochte activiteiten is: het verbreden van het draagvlak voor internationale samenwerking. Op basis van het onderzoek is het de vraag of dit doel volledig gerealiseerd is. Deze twijfel vloeit voort uit het substantiële verschil in kennis, houding en gedrag tussen de deelnemersgroep en de Barometer populatie. Op alle genoemde aspecten geven de deelnemers blijk van beduidend meer affiniteit met internationale samenwerking dan de respondenten van de Barometer. Bovendien geven ze blijk van aanmerkelijk meer daadwerkelijke eigen inzet in de vorm van donaties, vrijwilligerswerk, informatie verzamelen, deelnemen aan debatten, of het kopen van fairtrade producten dan het geval is bij de Barometer respondenten. Deze grotere affiniteit en inzet is niet te duiden als resultaat van deelname aan de activiteiten. Het lijkt er daarentegen veel meer op dat deze activiteiten door de opzet en thematiek uitsluitend mensen trekken die al bekend zijn en affiniteit hebben met internationale samenwerking.

Wel is er een verschil aan te wijzen tussen de deelnemers aan bijeenkomsten en aan nieuwe media projecten. Zo is er onder de deelnemers aan projecten nieuwe media sprake van iets minder affiniteit, maar ook van een iets lagere inzet voor internationale samenwerking. Dit betreft vooral inzet zoals het doneren van goederen en het verrichten van vrijwilligerswerk voor organisaties die zich bezighouden met internationale samenwerking.

6.4 *Draagvlak verdiept*

De aangetroffen affiniteit onder de deelnemers is dermate groot dat we ook de vraag mogen stellen in hoeverre er bij hen nog ruimte, laat staan noodzaak is voor het verbreden en verdiepen van het draagvlak.

Dit neemt niet weg dat we kunnen spreken van een bepaald effect. Dit effect heeft betrekking op de mate waarin de deelnemers door de thematiek en het debat geactiveerd zijn om zich actief in te zetten voor internationale samenwerking. Hoewel op een enkeling na alle deelnemers wel op één of meerdere manieren actief betrokken zijn bij internationale samenwerking, ziet bijna een derde in de bezochte bijeenkomst of het nieuwe mediaproject een aanleiding om zich (nog) meer in te spannen. Een derde van de deelnemers overweegt dit nog. Zo gezien is er niet zozeer sprake van een verbreding van het draagvlak als effect, maar wel van verdieping. Er is vanuit de deelname aan de activiteiten meer actiebereidheid ontstaan. De deelnemers laten hun affiniteit zien in hun gedrag. Hieruit kunnen we tot slot concluderen dat de activiteiten waarop dit onderzoek zich richtte niet de meest geschikte middelen zijn om het draagvlak te verbreden, maar wel om het te verdiepen.

Bijlage 1 Vragenlijst

Basisversie enquête Effectmeting projecten Nieuwe Media en Bijeenkomsten van het NCDO

Introductie

De Nationale Commissie voor Internationale Samenwerking en Duurzame Ontwikkeling (NCDO) subsidieert projecten en activiteiten op het gebied van ontwikkelingssamenwerking. NCDO is geïnteresseerd in de mening van de bezoekers / deelnemers aan deze projecten. NCDO wil graag weten hoe debatsbyeenkomsten als deze worden gewaardeerd door bezoekers. Ook willen zij weten wat bezoekers eventueel doen op het gebied van ontwikkelingssamenwerking en wat hun mening is over ontwikkelingssamenwerking.

Vragen vooraf

Hoe bent u op de hoogte geraakt van de bijeenkomst van [project]?

- ☐ Via website
- ☐ Via Hyves/Facebook
- ☐ Via een krant of tijdschrift
- ☐ Via vrienden/kennissen
- ☐ Via een uitnodiging per mail of brief
- ☐ Anders, namelijk _____

1. Heeft u voorafgaand aan [project] de afgelopen 12 maanden iets gedaan voor mensen in ontwikkelingslanden? (meerdere antwoorden mogelijk)

- ☐ Donateur zijn van één of meerdere ontwikkelingsorganisaties
- ☐ Geld geven via losse donaties aan een goed doel op het gebied van ontwikkelingssamenwerking
- ☐ Doneren van goederen (als bijvoorbeeld kleding, schoenen, computers, etc.)
- ☐ Programma's kijken op tv, een artikel of boek lezen of via internet informatie zoeken over het leven in ontwikkelingslanden
- ☐ Vrijwilligerswerk verrichten in een ontwikkelingsland
- ☐ Me vrijwillig inzetten in Nederland voor een project, activiteit of organisatie gericht op ontwikkelingssamenwerking
- ☐ Fairtradeproducten kopen
- ☐ Ethisch verantwoord sparen of beleggen (bijv. bij Tridos of ASN)
- ☐ Meedoen aan een loterij die goede doelen steunt
- ☐ Ik heb een betaalde baan in de ontwikkelingssector
- ☐ Meedoen aan een actie of activiteit, anders dan voornoemde opties, rond ontwikkelingssamenwerking. (bijvoorbeeld het bezoeken van debat of lezing, deelnemen aan een uitwisselingsprogramma, handtekeningenactie, etc.)
- ☐ Geen van deze
- ☐ Anders, namelijk....
- ☐ Weet niet / geen mening

2. Kunt u drie organisaties noemen die zich bezighouden met ontwikkelingssamenwerking?

1: _____
 2: _____
 3: _____

3. Hoe belangrijk is het volgens u om mensen in arme landen te helpen zich te ontwikkelen?

- ☐ Zeer onbelangrijk
- ☐ Onbelangrijk
- ☐ Niet onbelangrijk/niet belangrijk
- ☐ Belangrijk
- ☐ Zeer belangrijk
- ☐ Weet niet / geen mening

4. We leggen u nu een aantal stellingen voor over ontwikkelingssamenwerking. Wilt u bij elke stelling aangeven in hoeverre u het hiermee eens bent?

	Helemaal mee oneens	Mee oneens	Eens noch oneens	Mee eens	Helemaal mee eens
a. Zolang in Nederland mensen in armoede leven, moet er geen geld naar ontwikkelingssamenwerking gaan.	☐	☐	☐	☐	☐
b. Het armoedeprobleem valt niet op te lossen.	☐	☐	☐	☐	☐
c. Het oplossen van armoede in ontwikkelingslanden is ook in het belang van de rijkere landen.	☐	☐	☐	☐	☐
d. Ontwikkelingslanden moeten hun problemen alleen oplossen.	☐	☐	☐	☐	☐
e. Mensen hebben door hun gedrag als bijvoorbeeld consument invloed op de armoede in ontwikkelingslanden	☐	☐	☐	☐	☐

5. Hieronder wordt een aantal problemen genoemd die in ontwikkelingslanden (kunnen) spelen. Kunt u aangeven wat volgens u het grootste probleem is? (slechts 1 antwoord mogelijk)

- ☐ Economische omstandigheden
- ☐ Gebrek aan goed beleid en goed openbaar bestuur
- ☐ Conflicten en rampen
- ☐ Sociale ongelijkheid
- ☐ Gebrek aan basisvoorzieningen en natuurlijke bronnen
- ☐ Onevenwichtige bevolkingssamenstelling
- ☐ Geen van bovenstaande
- ☐ Anders, namelijk...
- ☐ Weet niet / geen mening

6. Ontwikkelingsorganisaties hanteren verschillende werkwijzen om een land te ontwikkelen en armoede te bestrijden. Welke van de volgende werkwijzen van ontwikkelingsorganisaties is volgens u het meest zinvol? (slechts 1 antwoord mogelijk)

- ☐ Het financieren van projecten gericht op structurele armoedebestrijding
- ☐ Het financieren van projecten gericht op maatschappijopbouw
- ☐ Het verlenen van noodhulp
- ☐ Het uitzenden van deskundigen
- ☐ Lobby en beleidsbeïnvloeding
- ☐ Bewustwordingsactiviteiten rond Ontwikkelingssamenwerking in Nederland
- ☐ Geen van bovenstaande
- ☐ Anders, namelijk...
- ☐ Weet niet / geen mening

7. Welke van onderstaande Nederlandse/ westerse organisaties en instellingen is volgens u het meest geschikt om ontwikkelingssamenwerking vorm te geven? (slechts 1 antwoord mogelijk)

- ☐ Internationale organisaties (zoals VN, Wereldbank, EU)
- ☐ Nationale overheid
- ☐ Lokale overheden als provincies en gemeenten
- ☐ Bedrijfsleven
- ☐ Professionele ontwikkelingsorganisaties
- ☐ Maatschappelijke organisaties en instellingen (als bijvoorbeeld scholen, kerken en moskeeën, vakbonden, sportverenigingen, migrantenorganisaties, zorginstellingen, welzijnsorganisaties)
- ☐ Hulpinitiatieven van particulieren
- ☐ Geen van deze
- ☐ Anders, namelijk....
- ☐ Weet niet / geen mening

U bent nu klaar met het deel dat vooraf kan worden ingevuld.

Na deelname

Wij vragen u vriendelijk of u dit deel van de vragenlijst kunt invullen **direct na afloop** van uw deelname aan [project].

8. Waarom hebt u deelgenomen aan [project]?

9. Zijn uw verwachtingen voor deelname aan [project] waargemaakt? Waarom wel/ waarom niet?

10. Kunt u een waardering geven voor [project] met een rapportcijfer van 1 tot 10?

11. Kunt u aangeven wat voor u het belangrijkste leerpunt is geweest over het thema van [project]?

12. Bent u door uw deelname aan [project] (meer dan voorheen) van plan om u persoonlijk in te zetten voor ontwikkelingssamenwerking? Kunt u dit antwoord toelichten?

- ☐ Ja, namelijk _____
- ☐ Nee, want _____
- ☐ Misschien
- ☐ Weet ik niet

Tot slot een paar korte vragen naar persoonskenmerken

13. Wat is uw geslacht?

- ☐ Man
- ☐ Vrouw

14. Wat is uw leeftijd?

_____ jaar

15. Wat is uw woonplaats?

16. Wat is uw hoogst genoten opleiding?

- ☐ Basisonderwijs
- ☐ Lager beroepsonderwijs
- ☐ Voorbereidend middelbaar beroepsonderwijs (VMBO)
- ☐ Middelbaar voortgezet onderwijs (MAVO, MULO)
- ☐ Middelbaar beroepsonderwijs (MBO)
- ☐ HAVO/VWO
- ☐ HBO
- ☐ WO
- ☐ Weet niet/wil niet zeggen

17. Rekent u zichzelf op dit moment tot een kerk of geloofsgemeenschap?

- ☐ Ja
- ☐ Nee
- ☐ Geen mening / wil ik niet zeggen

- 18. Graag zouden wij u over 2 maanden nogmaals een aantal vragen willen voorleggen en vragen we alvast uw medewerking hierbij. Indien u hiertoe bereid bent verzoeken wij u hieronder uw e-mailadres te noteren. Wij gaan strikt vertrouwelijk met uw gegevens om. De verstrekte gegevens, waaronder uw e-mailadres, worden niet aan derden verstrekt.**

Mijn e-mailadres of postadres waarop ik de enquête wil ontvangen:

- 19. Heeft u nog overige vragen en/of opmerkingen?**

De vragenlijst is klaar. Wij danken u hartelijk voor uw medewerking. De enquêtes worden weer ingenomen door onderzoekers van het Verwey-Jonker Instituut.

Colofon

Opdrachtgever/financier	NCDO
Auteurs	Drs. R. Lammerts Drs. L.M. Verwijs MSc
Omslag	Grafital, Eindhoven
Uitgave	Verwey-Jonker Instituut Kromme Nieuwegracht 6 3512 HG Utrecht T (030) 230 07 99 E secr@verwey-jonker.nl I www.verwey-jonker.nl

De publicatie kan gedownload en/of besteld worden via onze website:
<http://www.verwey-jonker.nl>

ISBN 978-90-5830-4650

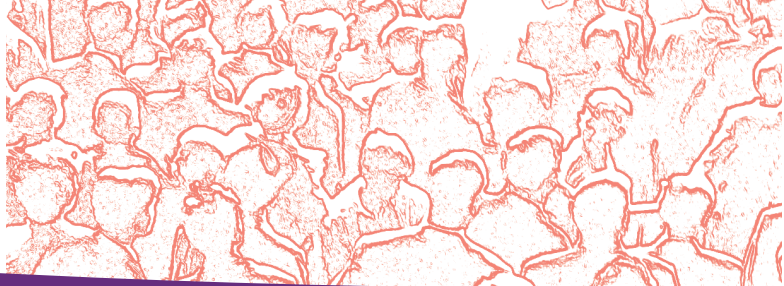
© Verwey-Jonker Instituut, Utrecht 2011.

Het auteursrecht van deze publicatie berust bij het Verwey-Jonker Instituut.

Gedeeltelijke overname van teksten is toegestaan, mits daarbij de bron wordt vermeld.

The copyright of this publication rests with the Verwey-Jonker Institute.

Partial reproduction of the text is allowed, on condition that the source is mentioned



Wat is de invloed van gesubsidieerde activiteiten die tot doel hebben het draagvlak voor internationale samenwerking te vergroten? Naar deze vraag deed het Verwey-Jonker Instituut onderzoek voor de Nationale Commissie voor internationale samenwerking en Duurzame Ontwikkeling (NCDO). NCDO is een kenniscentrum dat bijeenkomsten subsidieert en nieuwe media inzet rondom mondiaal burgerschap.

In dit rapport staan de onderzoekers stil bij de achtergrond van deelnemers aan de activiteiten en bij hun affiniteit met internationale samenwerking. Ook wordt duidelijk of deelname aan de activiteiten invloed heeft gehad op hun inzet voor internationale samenwerking.

De uitkomsten zijn afgezet tegen die van de Barometer Internationale Samenwerking 2010. De affiniteit met internationale samenwerking onder de deelnemers is aanmerkelijk hoger dan die onder de respondenten van de Barometer. De deelname aan bijeenkomsten en nieuwe media blijkt vooral tot een verdieping te leiden van het draagvlak voor internationale samenwerking.

