

Jonge wereldburgers

Kinderen over de wereld om hen heen

NCDO onderzoekt regelmatig wat het Nederlandse publiek denkt over internationale samenwerking. Ook laat NCDO onderzoek uitvoeren over internationale vraagstukken die betrekking hebben op de Nederlandse ontwikkelingssamenwerking. Dit is een samenvatting van een van deze onderzoeken. Het gehele onderzoeksrapport en een lijst met overige onderzoeken kunt u vinden op www.ncdo.nl.



Postadres:
Postbus 94020
1090 GA Amsterdam

Bezoekadres:
(hoofdingang KIT)
Mauritskade 63
1092 AD Amsterdam

tel: 020 568 87 55
fax: 020 568 87 87
info@ncdo.nl
www.ncdo.nl

Betekenis eigen woonplaats

Als de kinderen gevraagd wordt naar hun associaties met de eigen woonplaats beginnen zij vaak met beschrijvingen van deze woonplaats. Ze denken aan een plek om te wonen, iets eigens, veiligheid, geborgenheid, lol en drukte. Ook noemen ze vaak dingen die ze zelf kunnen doen in hun woonplaats en toeristische attracties zoals het zwembad en de Apenheul. Als ze hun woonplaats moeten verlaten zouden ze hun familie, vrienden en huisdieren het meeste missen.

Rijk en vrij tussen de dijken

De geïnterviewde kinderen voelen zich overwegend Nederlanders. Ze hechten belang aan Nederland vanwege de veiligheid en rijkdom. Hun associaties met Nederland zijn

“Als alleen Nederland stopt met vervuilen heeft het nog geen nut.”

in de eerste plaats beschrijvingen van het landschap en het weer (dijken, regen). Ook noemen zij traditionele zaken als klompen, kaas en molens. Ze zien Nederland als een rijk en vrij land dat hulpvaardig is. Thema's die

relatief sterk leven bij de kinderen zijn de economie en luchtvervuiling of klimaatverandering, en de gevolgen die dit voor Nederland kan hebben.

Onderlinge afhankelijkheid

De kinderen beseffen voor een aantal thema's dat er een onderlinge

“Ik zie op het journaal dat iedereen met een geweer loopt, dat is echt raar.”

afhankelijkheid bestaat tussen verschillende landen in de wereld. Ze kunnen zich een voorstelling maken van internationale effecten op het terrein van weer en milieu, oorlog en vrede, rijk en arm, sport en toerisme. De rol van Nederland in de wereld zien ze vrij traditioneel als hulpverstrekker. Ze kunnen zich niet voorstellen dat arme landen Nederland iets te bieden hebben. Het ongenueanceerde beeld overheerst dat heel Afrika en heel Azië arm zijn. Dit beeld wordt gevoed door de overwegend negatieve berichtgeving over Afrika en Azië op de televisie (ook in het jeugdjournaal).

Zorgen over het milieu

Alle kinderen maken zich zorgen over het milieu, de uitstoot van schadelijke stoffen die leiden tot opwarming van de aarde en mogelijke overstromingen. Ze zien dit als een wereldprobleem waar gezamenlijk iets aan gedaan moet worden. Hierover willen de kinderen

meer geïnformeerd worden, vooral over wat het voor hen zelf betekent. Andere thema's die de kinderen belangrijk vinden zijn veiligheid, rampen en kinderrechten. Voor een aantal groepen kinderen is een kijkje nemen in het leven van mensen in andere landen en culturen ook een aantrekkelijk thema. Hierbij geldt wel dat er meer interesse is als het over kinderen gaat. Met name meisjes vinden het ook interessant als dieren een rol spelen.

Interactieve games

School is een belangrijke bron om meer te weten te komen over de wereld. De kinderen geven aan vooral veel te leren door lesstof,

“Je kan wel nadenken bij elk shirt dat je koopt maar wat voor zin heeft dat.”

opdrachten en werkstukken, door het vak geschiedenis en door spreekbeurten bij het vak wereldoriëntatie. Ze zoeken niet vaak zelfstandig extra informatie over de wereld. Als ze dat wel doen spreken internet en films meer aan dan lezen. Ze zouden het leuk en leerzaam vinden om interactieve games over de besproken thema's te spelen. Andere concrete bronnen die de kinderen noemen zijn hun eigen ouders, het jeugdjournaal, het 'volwassenen' journaal, Kidsweek, National Geographic Junior en Zo Zit Dat.

“Er zal wel iets gebeurd zijn in het verleden waardoor mensen nu arm zijn.”

Leuke dingen komen uit Azië

Met een invuloefening geven de kinderen aan wat volgens hen van dichtbij en wat van ver weg komt. Vrienden en snoep komen van dichtbij. Van ver weg komen hun favoriete dieren, zangers en zangeressen, tv-programma's en films, maar ook speelgoed, olie en eten. Kinderen beseffen dat we

voedsel uit andere landen importeren. Sommigen voelen zich schuldig over voedsel dat uit Afrikaanse landen komt, omdat ze vinden dat we er niet genoeg voor betalen. Leuke dingen zoals speelgoed komen volgens de kinderen uit Japan en andere Aziatische landen. Japan zien ze als rijk land.

“Wij halen het bij hen weg maar geven er niks voor terug. Zij eten hun eigen eten en wij halen het van over de hele wereld.”

Herkomst spullen maakt niet uit

De meeste kinderen maakt het niet uit wat van ver weg komt of van dichtbij. Ze kunnen wel een aantal landen noemen waar de spullen die ze dagelijks gebruiken vandaan komen, maar vinden het niet meer dan vanzelfsprekend. Als kinderen niet weten uit welk land bepaalde spullen komen, noemen ze bijvoorbeeld de winkel of een veiling. Wat er achter die winkel of veiling zit, is voor hen onbekend terrein.

Machtige burgers

Het begrip wereldburgerschap wordt aan de hand van het begrip burger uitgelegd aan de kinderen. Een burger beschrijven de kinderen als iemand die bij een gemeente ingeschreven staat. Wel twijfelen ze of de koningin ook een gewone burger is. Daarna wordt hun deze stelling voorgelegd: 'Een

wereldburger is iemand die dingen (materiele en immateriële) van over de hele wereld gebruikt.' Kinderen vinden daar niets bijzonders aan, het past bij deze tijd. Het begrip wereldburger roept bij hen beelden op van machtige en rijke mensen, zoals president Bush of Nelson Mandela.

“Wij reizen zelf niet over de wereld maar de producten doen dat. Dus dat zijn eigenlijk de wereldburgers.”

INLEIDING

In opdracht van NCDO deed onderzoeksbureau Motivaction onderzoek naar het begrip 'wereldburgerschap' onder kinderen. In februari en maart 2007 werd een kwalitatief onderzoek gedaan onder kinderen van groep 7 en 8 van de basisschool. Er zijn zes groepsdiscussies van circa twee uur gevoerd waaraan per keer vier tot zes kinderen deelnamen. De kinderen wonen in Amsterdam, Apeldoorn en Bussum. Het centrale thema in het onderzoek is de wijze waarop kinderen de wereld om hen heen zien, van hun eigen woonplaats tot aan de hele wereld. Ook is gesproken over de herkomst van spullen en een aantal andere grensoverstijgende thema's om te kijken of kinderen enig idee hebben van de onderlinge afhankelijkheid in de wereld.

Motivaction werkt met het Mentality-model waarbij het Nederlandse publiek verdeeld wordt in groepen mensen die specifieke levensstijlen, waarden en normen met elkaar delen. Het Young Mentality-model is toegespitst op kinderen tussen de 8 en 18 jaar oud. In het volledige onderzoeksrapport zijn de resultaten gedifferentieerd naar Mentality-milieu. In deze samenvatting worden alleen de algemene conclusies vermeld.