



Marika Hoogenboom (15) en zit op de internationale afdeling van het Rijnlands Lyceum in Oegstgeest, in het vierde jaar. Ze werd geboren in de Engelse Midlands en woont sinds begin 2003 in Leiden. Na de middelbare school wil ze psychologie of human studies gaan studeren. Marika schreef dit essay samen met haar moeder Milli Wouters.

Milli Wouters is de moeder van Marika en hielp haar bij dit essay. Milli is onderzoeksjournalist met als specialisatie onderwijs(beleid). Ook is zij voorzitter van Stichting Kids on the Street.



Laat zien hoe het écht gaat met de wereld

Bij Pauw en Witteman zit een BN'er zijn boek aan te prijzen. Het gaat de goede kant op met de wereld, vindt hij. En nee, hij heeft geen enkel schuldgevoel over de voortdurende honger en misère in de wereld. Hij kan niet verantwoordelijk worden gehouden voor wat zijn voorouders driehonderd jaar geleden hebben uitgevoerd. Pauw en Witteman gaan niet in op deze stelling. Ze zitten daar immers als talkshow hosts, niet als serieuze journalisten. De oppervlakkigheid van zulke zogenaamde actualiteitenprogramma's is gevaarlijk. De kijker blijft achter met het idee dat alles koek en ei is, omdat een BN'er dat heeft gezegd.

Als ik google op 'alles gaat goed met de wereld' vind ik Simon Rozendaal, wetenschapsredacteur van *Elsevier*. Een hoog opgeleide man, met behoorlijk wat invloed, maar ik vind hem nogal dom. Ik ben maar net vijftien jaar oud maar weet al genoeg van de wereld om te begrijpen dat de prijs voor onze weelde voor een groot deel wordt betaald door mensen in het Zuiden. Niet driehonderd jaar geleden maar nu. Hoe weet ik dat? Simpel. Ik volg de Britse media. En ik ben in zuidelijke landen geweest en heb zelf gezien welke schade onze bedrijven daar aanrichten. Zo'n Simon Rozendaal weet toch zeker ook dat de aandeelhouders van Albert Heijn veel geld verdienen in Peru en Argentinië met supermarkten die (net als in Europa is gebeurd) kleine kruideniers wegconcurreren en dat de winst uit de olie in West-Afrika voor een groot deel naar westerse oliebedrijven gaat in plaats van naar het volk van wie die olie is (bron: BBC World Service)? Om maar twee voor de hand liggende voorbeelden te geven. Natuurlijk zorgen zulke bedrijven ook voor werkgelegenheid maar zo gauw hun ondernemingen niet genoeg winst meer maken, zijn ze vertrokken. En laten hele gemeenschappen achter zonder banen, zonder eigen winkels en zonder eigen bedrijfsleven. Hulpbehoevend, dus. Waarom wordt dit verhaal niet door de Nederlandse omroepen verteld?



Reddeloos verloren

Zeven jaar geleden bezocht ik samen met mijn moeder een groot aantal landen in Latijns-Amerika en het Caribische Zeegebied.



Zelfs op mijn toen nog jonge leeftijd was het mij al duidelijk hoe anders het daar in het echt was vergeleken bij mijn prille idee. Ik had de Unicef, Oxfam en Save the Children-beelden gezien, de ellende van een natuurramp en de extreme armoede, maar toch was wat ik zelf zag zo anders! Het klopte gewoon niet. Hoe konden kinderen zo vrolijk lachen en spelen, mensen zo zingen en dansen en carnaval vieren als hun levens zo vreselijk waren? Wat ik geleerd heb, en mijn leven lang zal onthouden, is de ongelooflijke creativiteit waarmee men zich door het leven slaat. Alles wordt gerepareerd en hergebruikt: in Mexico werden colablikjes platgeslagen tot spiegellijsten; in Caracas verkocht een man punkkleding gemaakt van de lipjes van blikjes; in Guatemala lapten ze schoenen met oude autobanden; in Brazilië werd gedamd met rode en blauwe flessendoppen. Overal viel regelmatig de elektriciteit uit maar het leven ging door: met een noodgenerator, een barbecue of houtvuur kon toch voedsel worden bereid. Veel van die overlevingsvaardigheden zijn wij hier in het Westen kwijt. Als er geen kant-en-klare goederen en maaltijden in de winkel liggen, zijn we reddeloos verloren. Waarmee ik bedoel te zeggen dat de mensen in die landen niet minder zijn of minder kunnen. Ze hebben gewoon minder toegang tot kansen op onderwijs, gezondheidszorg en dagelijks eten, en tot keuzes als beroepsopleidingen. Vertel dát verhaal!

Oversized T-shirts

Ik herinner me dat bijna iedere serveerster in elk eettentje mijn moeder vroeg om haar mee te nemen naar Europa, als mijn gouvernante. Dat het in Europa zo goed als onmogelijk is om er personeel op na te houden, dat de straten bij ons niet geplaveid zijn met goud, dat je heel andere vaardigheden nodig hebt om te overleven, dat er ook in het Westen veel armoede bestaat, was geen verhaal dat zij begrepen. Een man in Cuba wilde per se naar Amerika. 'Daar verdienen je wel duizend dollar per maand', zei hij. Dat je in de VS met duizend dollar per maand in grote armoede leeft, geloofde hij niet. Hij werd boos en verweet ons onwetendheid over het leven in Cuba. Hij klaagde over staatscontrole van de burger, over de politieagent op elke straathoek. Maar de camera's en computers die ons controleren, leken hem geen inbreuk op de vrijheid.

Ik zie nog de kleine straatkinderen in Nicaragua met hun oversized T-shirts. In de zoom legden ze een grote knoop en in die knoop zat een potje lijm, hun stukje troost dat ze de dag door hielp. De vrouw die zich over die straatkinderen ontfermde, legde uit dat dat soort lijm in het Westen allang verboden is juist vanwege de verslavende ingrediënten. Dus hebben de grote westerse chemische bedrijven hun overtollige voorraden aan het Zuiden verkocht. Ze vertelde ons ook over de bananenarbeiders

Is medelijden het
sentiment waarop
ontwikkelingswerk
gebaseerd moet zijn?

die met zulke gevaarlijke chemicaliën werken, dat hun kinderen met genetische afwijkingen worden geboren. Als er maar winst gemaakt kan worden, doet de bedrijfsverantwoordelijkheid voor veilige producten er niet zoveel toe. Dit geldt ook voor Afrika, waar bijvoorbeeld nog steeds DDT wordt gebruikt.

Holle ogen en oedeembuiken

Veel Nederlanders praten mensen als die Simon Rozendaal, maar ook Rita Verdonk en Mark Rutte na. Ze zijn trots op Nederland en vergeten om dankbaar te zijn voor Nederland. Ze zijn trots op hun blanke huid en blauwe ogen en lijken zich niet te beseffen dat ze gewoon geluk hebben gehad. En veel mensen in het Zuiden zijn gewoon pech. Ik vraag dan of ze wel eens in het Zuiden zijn geweest. 'Nee', zeggen ze dan 'want ik hoef dat niet te zien'. 'Wat is dat?' vraag ik, maar weet wel dat ze krottenwijken bedoelen, open riolen, menselijk lijden. Waar het beeld vandaan komt dat dat het enige is, is duidelijk: de media.

Oorlog en geweld, corruptie en machtsmisbruik, zielige kindertjes met holle ogen en oedeembuiken, verdrietige blikken, vliegen die blindheid veroorzaken, schrijnend gebrek aan voedsel, water en sanitair. Zulke beelden zijn de basis voor zowat elke 'reclame' voor hulporganisaties. Mijn moeder vertelt dat zij ook met zulke beelden is opgegroeid, in de jaren zestig. Dat er toen ook met acceptgiro's, huis-aan-huiscollectes en saaie donateurwerving werd gewerkt. In vijftig jaar tijd is er dus niets veranderd aan de boodschap met als logisch gevolg dat mensen denken dat er niets is bereikt. In het Engels heet dit fenomeen *compassion fatigue*; in het Nederlands zou je zeggen dat het medelijden uitgeput is. De vraag is dus: Hoe effectief zijn deze beelden nog in de 21^{ste} eeuw? Moedigen ze mensen überhaupt nog aan om in hun portemonnees te tasten of vóór ontwikkelingssamenwerking te zijn? Is medelijden het sentiment waarop ontwikkelingswerk gebaseerd moet zijn?

Zoete koek

Wanneer een Nederlands medium probeert om het 'werkelijke' Afrika, Zuid-Oost Azië of Latijns-Amerika te laten zien, is het met enkele uitzonderingen (Llink en VPRO) altijd RTL met een of ander populistisch programma. *Groeten uit de Rimboe* en *Peking Express* bevestigen het toch al stereotypische beeld: alles is vies, het eten is onhygiënisch, mensen leiden 'achterlijk' primitieve levens. Vergelijk met een gevoelig educatief programma als *Beyond Boundaries*, waarin Britse lichamelijk gehandicapten Nicaragua van oost naar west doorreisden, of *The Long Way Down* waarin Ewan McGregor (ster van *Trainspotters*) op een motor van John O'Groats naar Zuid-Afrika trok.

Dit is de 21^{ste} eeuw, en het is de hoogste tijd voor een drastische aanpassing van de beeldvorming. In Nederland maar ook in het



Zuiden. Ook dat is ontwikkelingssamenwerking. Dat mensen in het Zuiden, zonder veel toegang tot de digitale supersnelweg, de mythes over ons als zoete koek blijven slikken, kan ze nauwelijks kwalijk worden genomen. Of dat ze omwille van die mythes hier willen komen. Maar dat westerse burgers in het informatietijdperk een vertekend beeld hebben, is slechts te wijten aan gemakzucht en gebrek aan informatie.

Eén toekomst voor ons allemaal

Veertig procent van de Nederlanders wil bezuinigen op ontwikkelingssamenwerking. Uit onderzoek door de NCDO blijkt het draagvlak onder jongeren nog minder te zijn. En af te nemen. Op elk front waar de jongeren werd gevraagd of ze iets wilden *doen*, was minder dan 10 procent daartoe bereid. Het dalende enthousiasme komt volgens mij door een gebrek aan inzicht in hoe onze wereld in elkaar zit: één planeet, één bevolking, één milieu, één hoeveelheid water, voedsel en zuurstof, één toekomst voor ons allemaal. Hoe belangrijk het is dat iedere mens zich proactief inzet voor het rechte trekken van de verschillen en voor een duurzame wereld is een kwestie van educatie en beeldvorming. En dat moet de verantwoordelijkheid van de media zijn.

Maar waarom zouden ze eigenlijk? Als ontwikkelingssamenwerking de kijkers nauwelijks interesseert, waarom zou het dan kostbare zendtijd in beslag nemen? Voor mij is het antwoord heel eenvoudig: omdat onze eigen toekomst afhangt van ander gedrag van de hele wereldbevolking, van wereldburgerschap. In het Nederlands is er een spreekwoord: 'Wat gij niet wilt dat u geschiedt, doe dat ook een ander niet'. Dat suggereert een passieve houding. Zo lang je je niet *slecht* gedraagt, kun je verder je gang gaan. Het Engelse spreekwoord is actief: 'Do unto others as you would have others do unto you' (Matthew 7:120). We zijn allemaal op heel veel manieren afhankelijk van anderen, ook in het Zuiden. Ik vind dat ik geen enkel recht heb om te vragen dat die anderen bijvoorbeeld verantwoordelijk met de oerwouden (lees: mijn zuurstof) omgaan, als ik zelf geen verantwoordelijkheid voor hen neem. Dat is geen geldverhaal, dat is een *doenverhaal*.

Oude schoenen inleveren

Hoe kan het in Nederland anders en beter? Op 13 juli 1985 vond één van de grootste fondsenwervingsacties aller tijden, genaamd Live Aid, plaats. Miljoenen mensen in verschillende werelddelen keken toe hoe supersterren hun beroemde stentjes bijdroegen om de hongersnood in Ethiopië te verlichten. Uit dit giga-evenement ontstond de organisatie 'Comic Relief', gericht op het mobiliseren van het Britse volk voor minder bedeelden, zowel in Afrika als in het Verenigd Koninkrijk zelf. De twee evenementen, Red Nose Day en Sport Relief, worden ge-

heel gedragen door de BBC met als resultaat dat 55 miljoen mensen samenwerken voor het goede doel terwijl ze zelf lol hebben. In Groot-Brittannië is daarmee niet alleen het draagvlak voor ontwikkelingssamenwerking enorm, Comic Relief versterkt daar ook de saamhorigheid van de eigen gemeenschappen. Een ander voorbeeld is het BBC kinderprogramma *Blue Peter* dat met het *Shoebiz Appeal* alle Britse kinderen aanmoedigde om oude schoenen in te leveren. De opbrengst was bestemd voor weeskinderen die hun ouders hadden verloren aan aids. De boodschap was niet: 'kijk die zielige kindertjes nou eens!' maar 'kijk eens hoe eenvoudig het is om iets voor een ander te doen. En door te recyclen draag je ook nog eens bij aan een duurzamere wereld'. Er werden 1,4 miljoen paar schoenen opgehaald, drie keer zoveel als de bedoeling was. In Nederland heeft deze campagne ook plaatsgevonden, via samenwerking tussen Kika en Scapino. Voor elk oud paar schoenen kreeg je een tegoedbon voor 10 euro. De opbrengst was 55.000 euro. Hoe komt het dat acties in Groot-Brittannië zo'n maatschappijbrede inzet zonder eigenbelang weten te krijgen en het thema ontwikkelingssamenwerking zoveel positiever wordt gebracht terwijl het Nederlandse volk nauwelijks van acties afweet, een zeer negatief beeld heeft en een beloning moet krijgen? Het antwoord is alweer: de media. Britse media, zelfs de commerciële, hebben een Public Service Broadcasting requirement. Door zich vol achter een thema als ontwikkelingssamenwerking te scharen, voldoen zij aan de wettelijke eis. Acties als Comic Relief en BBC Children in Need hebben zo langzaam maar zeker een dynamische cultuur weten op te bouwen van goed doen. Binnen deze cultuur krijgen ook andere thema's die verband houden met de geglobaliseerde wereld, en dus met ontwikkelingssamenwerking, de kans om veel aandacht te trekken. Een voorbeeld is het project Modbury Plastic Bag Free dat globale vervuiling door plastic aanpakte. Via de media verspreidde dit project zich als een lopend vuurtje. Vergelijk dit met de Nederlandse Postcode-loterij, ook gedragen door de media. Hier wordt niet een cultuur aangemoedigd van goed *doen* maar van goed *geven*. Niet van *wereldburgerschap* maar van *eigenbelang*, namelijk de kans om te winnen.

Het koloniale tijdperk

Mijn klas op school heeft een stichting opgericht: Kids on the Street. We proberen een soort Comic Relief evenement te organiseren, alleen in Leiden en regio, voor het project in Nicaragua dat Kids on the Street steunt en voor de Leidse stedenband met Juigalpa. Maar omdat we geen fondsen hebben om via de media te adverteren, is het heel moeilijk om ons idee uit te dragen aan de plaatselijke bevolking, tenminste op zo'n manier dat niemand er niet van afweet. Dat zou anders moeten kunnen. Gebaseerd op mijn eigen ervaringen lijkt het mij voor de moder-



Door de media heeft
Nederland een heel
verkeerd beeld



nisering van ontwikkelingssamenwerking allereerst cruciaal om zowel in het Noorden als in het Zuiden voor een veel realistischer beeld te zorgen. Moedig de media aan om een veel breder en diepgaander wereldperspectief neer te zetten. Als het World Aids Day is, bijvoorbeeld, of Children's Day, moeten de media zorgen dat *iedereen* er vanaf weet en inzicht krijgt in de problemen en de verbanden tussen 'ons' en 'hen'. Leg de commerciële omroepen desnoods ook een PSB-eis op. Goede, diverse informatie leidt bijna automatisch tot bewustwording en draagvlakversterking, tot wereldburgers die zich niet met een oneliner, een cliché of een mythe van hun verantwoordelijkheid afmaken.

Ga ten tweede veel meer sectoroverschrijdend denken, werken en praten. Ontwikkelingssamenwerking kan niet meer los worden gezien van bijvoorbeeld landbouw en visserij of onderwijs, cultuur en wetenschap. Als er al eigenbelang in ontwikkelingsamenwerking mag zijn, ligt dat zeker op de vlakken van voedselvoorziening, milieu en migratie. Breng die boodschap!

Het koloniale
tijdperk is toch
onderhand voorbij?

Tot slot zou ik er heel blij van worden als bedrijven zich met meer verantwoordelijkheid zouden moeten gedragen. Producten zoals die lijm die niet goed genoeg zijn voor mij, zijn ook niet goed genoeg voor mensen in het Zuiden. Hier in Nederland worden bedrijven beloond voor milieuvriendelijk, maatschappelijk verantwoord ondernemen; in het Zuiden worden ze vaak beloond voor het tegenovergestelde. Het zou goed zijn als westerse bedrijven verplicht werden om (een deel van) hun winst te herinvesteren in het land waar die winst is gemaakt. Als ze ook daar werden beloond voor maatschappelijk verantwoorde praktijken. Het koloniale tijdperk is toch onderhand voorbij? Doen we niets aan de handel die ons rijk houdt en het Zuiden arm (en ziek), dan bereiken we slechts een soort trucje van Penelope: wat we overdag weven, halen we 's nachts weer uit.