

Het effect van TV-programma's over internationale samenwerking

Een onderzoek onder kijkers van vijf programma's over ontwikkelingsproblematiek

TV-programma's over ontwikkelingsproblematiek leiden bij een substantieel deel van de kijkers (21%) tot een positievere mening ten aanzien van internationale samenwerking. Zij zeggen veel op te hebben gestoken van de uitzendingen en bij een deel van hen leidt dat tot hogere actiebereidheid. Dat blijkt uit onderzoek dat onderzoeksbureau Ergo in opdracht van NCDO verrichtte naar vijf programma's die in 2008 en 2009 bij de publieke omroep zijn uitgezonden. Deze zijn gesubsidieerd door NCDO. In totaal hebben ruim 900 mensen deelgenomen aan het onderzoek. De helft van de respondenten heeft naar de TV-programma's gekeken via www.uitzendinggemist.nl. Via een link op deze website konden de kijkers een online vragenlijst invullen. De andere helft van de deelnemers is benaderd via het online panel inVotes van No Ties B.V. In deze samenvatting staan de belangrijkste resultaten van het onderzoek.

Positieve boodschap stemt mensen positiever

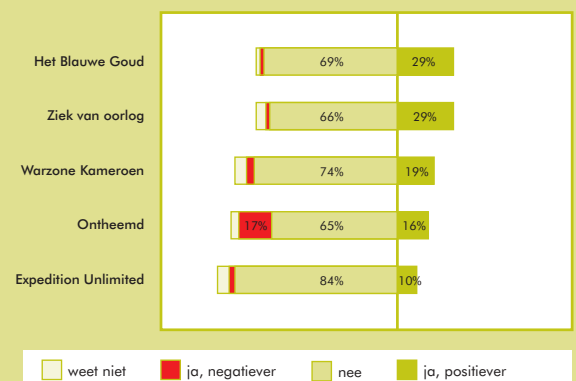
Een substantieel deel van het totale aantal kijkers, gemiddeld 21%, is na het zien van één van de TV-programma's positiever over ontwikkelingssamenwerking gaan denken. Ook al is bij de meeste kijkers de mening na het zien van de uitzending onveranderd. De mening van de kijker over ontwikkelingssamenwerking lijkt vooral op een positieve manier te kunnen worden beïnvloed door programma's met een positieve boodschap. Dit zien we terug in figuur 1, waaruit blijkt dat met name Het Blauwe Goud en Ziek van oorlog mensen positiever stemt over ontwikkelingssamenwerking.

De film *Ontheemd* is een wat zwaardere documentaire met een, naar de mening van de kijkers, duidelijke en overtuigende boodschap. *Ontheemd* laat niet alleen succesverhalen zien, maar ook de keerzijde van ontwikkelingssamenwerking. Deze besteedt ook aandacht aan de tegenslagen en teleurstellingen. Bij deze documentaire heeft 17% van de kijkers een negatievere mening ten aanzien van internationale samenwerking na het zien van het programma. *Expedition Unlimited* heeft een hoger amusementsgehalte. De kijkers hebben bij dit programma meer moeite om een boodschap te ontdekken en relatief veel kijkers (84%) hebben een onveranderde mening na afloop.

Hoge informatieve waarde

Alle vijf de programma's zijn erin geslaagd om de kijkers iets bij te brengen over ontwikkelingssamenwerking. Voor vier van de vijf geldt dat ruim de helft van de kijkers zegt (zeer) veel te hebben opgestoken. Ook geeft een meerderheid (tussen 56% en 60%) van de kijkers aan dat zij aan het denken zijn gezet naar aanleiding van deze vier uitzendingen. Een ruime meerderheid van de kijkers vindt dat de programma's goed inzicht geven in de problemen die in de afleveringen centraal stonden. De structuur en de opbouw van de TV-programma's spreken de kijkers aan. Naar de mening van de respondenten, hebben de makers een goede balans gevonden tussen de hoeveelheid voorbeelden van ontwikkelingsprojecten, achtergrondinformatie en informatie over hoe de kijker zich eventueel zelf zou kunnen inzetten voor de verbetering van de positie van mensen in ontwikkelingslanden.

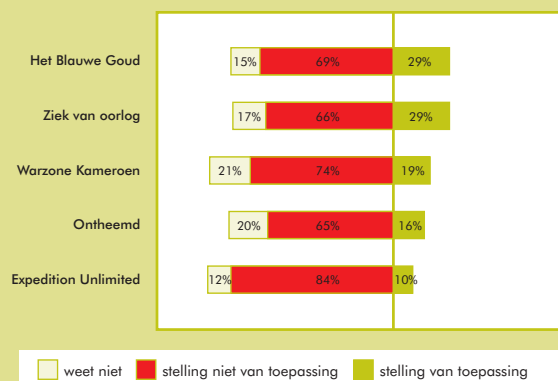
Figuur 1 : Is uw mening ten aanzien van internationale samenwerking veranderd na het zien van het programma?



Actiebereidheid

Een relatief klein deel van de kijkers (gemiddeld 8%) zegt naar aanleiding van de programma's meer geld te gaan doneren. Naar aanleiding van een documentaire als *Ontheemd*, waarin ook de keerzijde van ontwikkelingssamenwerking wordt belicht, is 'slechts' 3% van de respondenten van plan meer geld te doneren. Kijken we naar de bereidheid van kijkers om zichzelf meer in te zetten voor de verbetering van de positie van mensen in ontwikkelingslanden, dan zien we wel een substantiële stijging bij drie van de uitzendingen (zie figuur 2).

Figuur 2 : Na het zien van het programma wil ik mezelf meer inzetten (bijvoorbeeld als vrijwilliger) voor de verbetering van de positie van mensen in ontwikkelingslanden.



Het Blauwe Goud (22 mei 2008, NCRV)

Eén van de vier afleveringen uit een serie over wereldwijde waterproblematiek. In deze aflevering staat sanitatie, goede hygiëne en gezondheid in India, Sri Lanka en Kenia centraal.

Warzone Kameroen (28 oktober 2008, LliNK)

Warzone is een serie waarin het leven van jongeren in conflictgebieden in beeld wordt gebracht. In deze aflevering reist studente journalistiek Marie-Reine door haar geboorteland Kameroen.

Expedition Unlimited (24 november 2008, LliNK)

In Expedition Unlimited gaan modellen en mensen met een lichamelijke beperking in Zuid-Afrika onderling de strijd aan. Deze aflevering speelt zich af in een vissersdorp: de teams gaan vis vangen en vis verkopen.

Holland Doc, Ontheemd (29 januari 2009, IKON)

In Yei, een stadje in zuid-Soedan, keert na jaren van oorlog een groot deel van de gevluchte bevolking terug. Zes westerse hulpverleners die proberen te helpen bij terugkeer worden in deze documentaire gevolgd.

IKON Doc, Ziek van oorlog (28 april 2009, IKON)

Ziek van oorlog gaat over de worsteling die vluchtelingen en oorlogsslachtoffers in Nederland en in Rwanda doormaken en de rol die sociotherapie kan hebben bij het opbouwen van een bestaan.

Deze uitzendingen zijn nog steeds te bekijken op www.uitzendinggemist.nl.

Bron

Heinen, H. en Westra, E. (2009). Het effect van documentaires op het draagvlak voor ontwikkelingssamenwerking. Amsterdam, Ergo.

NCDO, november 2009