

Partos Onderzoeksproeftuin

Positieve wegen naar betrokkenheid

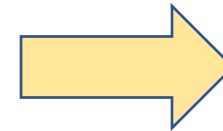
Partos, Wilde Ganzen, Young Africa, Red een Kind, Woord
en Daad, Amref Flying Doctors, Dorcas, Mirjam Vossen

Terugkerende discussie: 'negatieve' of 'positieve' boodschappen?



Twee emotionele routes om mensen te betrekken:

Schuldgevoel



Hoop



Negatieve campagnes
versterken **boosheid**,
medelijden, **schuldgevoel** en
afkeer



'Guilt trip response': wanneer
ik doneer, dan ben ik van dat
rotgevoel af

DONATE NOW or TEXT "give" to 76492 to donate with your smartphone

PLEASE GIVE

LIVING CONDITIONS ARE IMPROVING AROUND THE WORLD,
BUT OVER **ONE BILLION PEOPLE** STILL LIVE IN **POVERTY**.

YOU CAN SAVE A CHILD'S LIFE

The lives of innocent children are plagued by starvation and disease. They have no food, clean water or toilets. Their situation is desperate.

There is no one there to help them—their lives are in your hands. With your help, we can provide clean water and food to stop them dying.

Please donate before it's too late.

jaago
foundation

JAAGO Foundation is a registered non-profit organization. Established in 2007, we work in low income countries to improve living environments and social conditions.

Positieve campagnes
versterken **hoop**



Hoop versterkt **personal efficacy** en zet aan tot doneren

DONATE NOW or TEXT "give" to 76492 to donate with your smartphone

PLEASE GIVE

LIVING CONDITIONS ARE IMPROVING AROUND THE WORLD,
BUT OVER **ONE BILLION PEOPLE** STILL LIVE IN **POVERTY**.

FUTURE DOCTOR

ALL OF US SHARING A LITTLE MORE CAN MAKE A BIG DIFFERENCE

Families in poor countries work hard to provide the same things for their children as we do. We all want to be able to look after ourselves and our families.

Amadi's parents want him to grow up happy, healthy and go to school. Amadi, like so many other children, wants to be a doctor when he's older.

Please donate and together we can educate the next teacher, farmer or doctor.

jaago
foundation

JAAGO Foundation is a registered non-profit organization. Established in 2007, we work in low income countries to improve living environments and social conditions.

Onderzoeksvraag:

- **Hoe ziet een hoopvolle boodschap eruit?** Welke elementen in tekst en beeld maakt mensen hoopvol?
- **Wat maakt mensen actief?** Wat leidt tot enthousiasme, geefintentie, meer willen weten?

Onderzoek:

- **6 groeps gesprekken** met 17 deelnemers van 27 tot 54 jaar
- **13 voorbeelden** van tekst en beeld van os-organisaties
- Gesprek over reacties: **emoties, gedachten, geefintenties**

1. Er is NU al beweging

Charity:Water financierde 56.759 waterprojecten voor **meer dan 11 miljoen mensen over de hele wereld.**

In Oeganda steeg het aantal mensen met schoon water van **39 procent in 1990 tot meer dan 80 procent vandaag!**



2. Er is NU al iets bereikt

Charity:Water financierde 56.759 waterprojecten voor **meer dan 11 miljoen mensen** over de hele wereld.

In Oeganda steeg het aantal mensen met schoon water **van 39 procent in 1990 tot meer dan 80 procent vandaag!**



3. Mensen doen het zelf

De **Keniaanse arts Ann Weseke** heeft inmiddels twee klinieken op het Keniaanse platteland. Duizenden mensen worden hier geholpen.

Nu wil Ann een derde kliniek openen, ditmaal speciaal voor baby's



4. Mensen overwinnen moeilijkheden

Nu Fidèle haar stem heeft gevonden, **is ze vastbesloten om van zich te laten horen.**

Ze sloot zich als een van de eersten aan bij een nieuwe belangengroep voor en door jongeren met een handicap.



5. Voorbeelden van transformatie

In Zambia zijn lokale leiders getraind als agents of change.

Ze spraken zich in radioprogramma's publiekelijk uit tegen kindhuwelijken.

Een gemeenschapsleider hield het huwelijk van 6 minderjarige meisjes tegen en stuurde ze terug naar school.



6. Méér aandacht voor de oplossing dan voor het probleem.

Verhaal nr.9: "Fidèle (18) uit Benin: een stem van hoop"

Hoe vind je de weg in het donker, als je niemand kunt vragen je de weg te wijzen en kruipend door het leven moet? Het klinkt als een boze droom maar was realiteit voor Fidèle uit Benin.

Fidèle woog amper 1.500 gram toen ze tweeënhalve maand te vroeg het levenslicht zag.

Haar benen zijn verlamd en tot haar zevende kon Fidèle niet praten. Maar waar niemand ooit in had geloofd, gebeurde toch: Fidèle kwam uit de schaduw.

Met steun van een lokale organisatie kon Fidèle naar school en leerde ze lezen, schrijven en rekenen. Ze kruipt niet meer door het stof naar school dankzij een handfiets. Stukje bij beetje bouwt Fidèle aan haar toekomst. Of ze ooit op eigen benen zal staan? Fidèle zelf zet hoog in. Ze wil leren lopen. En advocaat worden.

Nu Fidèle haar stem gevonden heeft, is ze vastbesloten zich te laten horen. Ze sloot zich als een van de eersten aan bij een nieuwe belangengroep voor en door jongeren met een handicap. Een naam heeft de groep nog niet, duidelijke doelen wel: aandacht vragen voor hun rechten en positie in de samenleving. Al snel benadert een lokale radiozender ze voor een interview. Zelfverzekerd zit Fidèle tegenover de interviewer. 'Elke dag droom ik ervan mijn leven zelf in te kunnen richten, net als ieder ander', zegt ze. 'Het doet me verdriet dat er nog mensen zijn die geloven dat mijn handicap komt door een of andere zonde van mij of mijn ouders. En dat ik daarom geen hulp verdien.'

Na een valse start in het leven kijkt Fidèle naar de toekomst. 'Ik word blij als ik denk aan de steun en liefde die ik heb gekregen. Dat geeft moed. Daardoor kan ik nu kinderen helpen die in dezelfde situatie zitten. Ik droom van een wereld waarin iedereen geaccepteerd wordt zoals hij of zij is. Ooit komt die dag.'



Wat maakt moedeloos en passief?

1. Méér aandacht voor het probleem dan voor de oplossing

Verhaal nr.10: "JA! Ik schenk Nancy en haar gezin vandaag nog schoon drinkwater!"

Stelt u zich voor dat u thuis geen schoon drinkwater heeft. Niets om uw dorst te lessen. Geen kraan om uw handen te wassen. Geen fatsoenlijke wc in huis. Maar u hebt tóch water nodig. U moet daarvoor uren lopen, elke dag weer. En het enige dat u tegenkomt zijn modderige plassen met allerlei viezigheid erin.

Hoe zou het dan met uw gezondheid gaan?

Dit is helaas de dagelijkse realiteit voor Nancy en haar gezin. Nancy's zoontje wacht iedere dag thuis op zijn moeder. Wat heeft hij een dorst. Zodra Nancy thuiskomt van haar lange tocht met haar zware jerrycan, schenkt ze hem een beker met het vieze water in.

Zou u er een slok van nemen? Zou u dat vervuilde water aan uw kind geven? Natuurlijk niet!

Helaas hebben Nancy en haar zoon geen keuze. Ze weten zelfs dat ze er ziek van worden. Wat voelt Nancy zich machteloos... En dit geldt voor heel veel mensen in grote delen van Afrika. Zij lopen een groot risico op cholera, tyfus en acute darmonsteking. Diarree is doodsoorzaak nummer 2 bij kleine kinderen, na malaria. Wist u dat de helft van alle ziekenhuisbedden in Afrika wordt bezet door mensen die ziek zijn geworden van vervuild water?

Karuna Foundation werkt hard aan een oplossing voor dit probleem. Schoon water is een verschil van dag en nacht, met name voor vrouwen. En voor meisjes, want ook zij worden al jong belast met het halen van water. Voor school hebben ze daardoor nauwelijks tijd. Daarom bouwt Karuna Foundation waterpunten en wc's. Zoveel we maar kunnen. Zodat de mensen niet meer ziek worden. Zodat vrouwen kunnen werken. Zodat meisjes naar school kunnen.

Maar dat kunnen we natuurlijk niet zonder uw steun. Schoon water is voor hen letterlijk van levensbelang. Helpt u mee?



2. Het probleem is te groot of de oplossing is ongeloofwaardig

Corona – een **catastrofe** voor ontwikkelingslanden

‘Onze hulp is een druppel op een gloeiende plaat’

‘... terwijl de oplossing **simpel** is’

‘Hoezo? Als het simpel was, dan was het allang gebeurd’

3. Het gaat al (te) goed

De vrouwen van het naaiatelier bellen door het hele land scholen om te vragen of ze uniformen mogen maken.

Met geld uit ons coronafonds worden alvast nieuwe stoffen en ritsen gekocht.



‘Mijn hulp is hier niet meer nodig ’

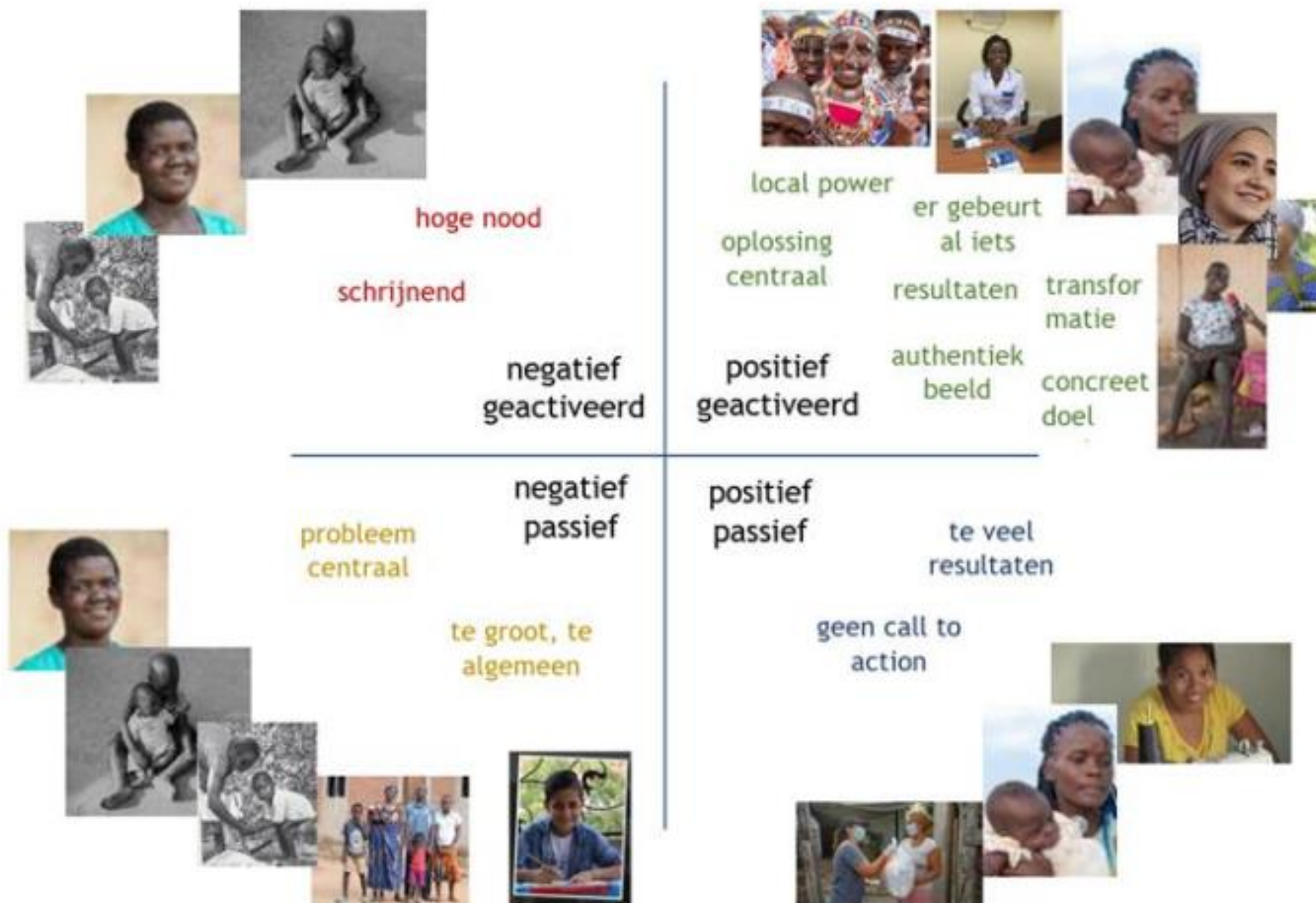
Hoe ziet een hoopvolle boodschap eruit?

Wat maakt mensen actief?

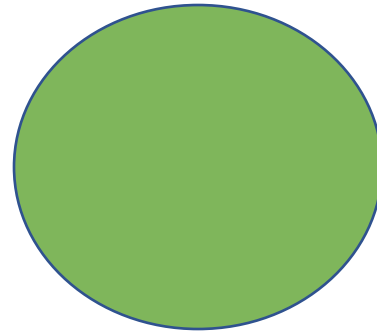
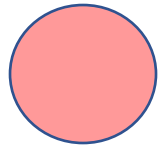
Belangrijk: álle voorbeelden riepen verdeelde reacties op

- *'Zo'n beeld van zo'n kindje, dat pakt je toch wel.'*
- *'Daar gaan we weer. Weer zo'n organisatie die op mijn geld uit is.'*





Figuur 1: Ingrediënten van positief-negatief en actief-passief makende boodschappen



Checklist positief-actieve boodschappen

1. Is de probleemschets kort en besteed het verhaal de meeste woorden aan de oplossing?
2. Laat het verhaal zien dat er nú al iets in beweging is?
3. Laat het verhaal zien dat mensen zélf aan verandering werken?
4. Geeft het verhaal voorbeelden van transformatie, bewustwording of verandering van mindset?
5. Vertelt het verhaal over mensen die uitdagingen aangaan en moeilijkheden overwinnen?
6. Is het beeld authentiek en laat het zien waar het verhaal over gaat?
7. Is het doel duidelijk en het plan concreet?
8. Vermeldt het verhaal – met voorbeelden en cijfers - wat er intussen is bereikt?

Checklist negatief-passieve boodschappen

1. Gaat het verhaal vooral over trieste omstandigheden en problemen?
2. Gaat het verhaal vooral over dingen die nog niet zijn gelukt?
3. Komt alleen de hulporganisatie in actie?
4. Hebben mensen een passieve rol en kunnen ze zelf niets aan hun situatie veranderen?
5. Schetst het verhaal een groot probleem waar het plan geen oplossing voor biedt?
6. Suggereert het verhaal dat de oplossing simpel is?
7. Ontbreken duidelijke resultaten en voorbeelden van wat er al is bereikt?
8. Komt het beeld van een foto-databank?