

Hiteq

Hiteq, centrum van innovatie, wil komen tot duurzame vernieuwing. Het centrum richt zich daarbij op technische beroepen en opleidingen. Hiteq wil ondernemingen en onderwijsinstellingen met concepten, modellen en visies ondersteunen bij het richting geven aan hun strategische beleid en toepassen van innovatie. Daarvoor ontwikkelt het centrum toekomstscenario's; visies op een toekomst die mogelijk gaat ontstaan.

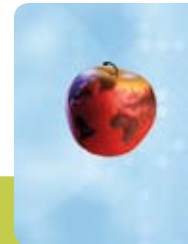
Domein Maatschappij
April 2008

www.hiteq.org

Jong & houdbaar

Jongeren, duurzame ontwikkeling en onderwijs

Drs. Judith van Heeswijk



Opdrachtgever

Hiteq, centrum van innovatie

Programmaleider Maatschappij

Drs. Judith van Heeswijk

Met bijdragen van

Drs. Liliane van Lier – SARV International

Drs. Kees Nauta – PON

Esther de Wit – Nationale Jeugdraad

Kido Koening – Nationale Jeugdraad

Drs. Antoine Heideveld – LvDO, Senternovem

Jong & houdbaar

Jongeren, duurzame ontwikkeling en onderwijs

Drs. Judith van Heeswijk

Opdrachtgever

Hiteq, centrum van innovatie

Programmaleider Maatschappij

Drs. Judith van Heeswijk

Met bijdragen van

Drs. Liliane van Lier – SARV International

Drs. Kees Nauta – PON

Esther de Wit – Nationale Jeugdraad

Kido Koening – Nationale Jeugdraad

Drs. Antoine Heideveld – LvDO, Senternovem

Domein: Maatschappij

April 2008

www.hiteq.org

Hiteq

Hiteq, centrum van innovatie, wil komen tot duurzame vernieuwing. Het centrum richt zich daarbij op technische beroepen en opleidingen. Hiteq wil ondernemingen en onderwijsinstellingen met concepten, modellen en visies ondersteunen bij het richting geven aan hun strategische beleid en toepassen van innovatie. Daarvoor ontwikkelt het centrum toekomstscenario's; visies op een toekomst die mogelijk gaat ontstaan.

Hiteq doet dat door kennis te ontsluiten, te combineren en te verrijken en werkt daarbij samen met specialisten uit de wetenschap, het onderwijs en ondernemingen.

Ontwikkelingen in vernieuwingsgebieden zijn vaak niet in afgebakende domeinen te vangen. Er is samenhang en wederzijdse beïnvloeding. Om enige richting te bepalen, hanteert Hiteq vier domeinen:

- Maatschappij
- Onderneming en arbeid
- Onderwijs
- Technologie

Hiteq zoekt nadrukkelijk de verbanden tussen de domeinen, omdat de ontwikkelingen als geheel van invloed zijn op leren en werken in technische beroepen.

Deze Hiteq-publicatie valt binnen het domein Maatschappij.

www.hiteq.org

Hiteq is een initiatief van Kenteq

Inhoudsopgave

	Samenvatting	7
1	Inleiding	11
2	Deze generatie	13
3	GezelligheidsRespect. Liliane van Lier	21
4	The young ones. Kees Nauta	31
5	Actie is de oplossing. Kido Koning en Esther de Wit	39
6	Gewoon doen! Antoine Heideveld	47
7	Conclusie	53
	Noten	55
	Colofon	56

Samenvatting

Jong & houdbaar

Jongeren, duurzame ontwikkeling en onderwijs

Drs. Judith van Heeswijk

In deze verkenning wordt ingegaan op de houding van jongeren tegenover duurzame ontwikkeling. Duurzame ontwikkeling lijkt een gegeven voor jongeren en niet meer een *issue* waar je nadrukkelijk iets mee moet. Wat is de houding van de huidige generatie jongeren en welke rol speelt duurzame ontwikkeling voor hen? En wat zijn de implicaties van deze veranderende houding? Welke onderwijsbehoefte komt uit deze houding voort? En hoe willen jongeren in het onderwijs en de leeromgeving dan in aanraking komen met duurzame ontwikkeling?

Allereerst wordt beschreven hoe de huidige generatie jongeren eruitziet en hoe generaties tot beelden en waarden komen. Daarvoor kijken we naar de jongste generatie, de *screenager*-generatie. Er is inmiddels meer en meer bekend over de jongste generatie, geboren tussen 1985 en 2000. Verschillende onderzoeken verschijnen over wat deze jongeren beweegt, hoe ze opereren, communiceren en leren. Het beeld dat tot nu toe geschetst wordt van de jongeren die in deze tijd opgroeiden, is dat van een zelfbewuste generatie die zich niet voor de gek laat houden. Die op zoek is naar authenticiteit en oprechtheid. Deze jongeren hebben respect voor elkaar, communiceren gemakkelijk en 'multitasken' probleemloos (homo zappiens). Ze sprokkelen hun identiteit bij elkaar.

Jongeren lijken op een andere manier engagement aan te gaan en op een andere manier maatschappelijk betrokken te zijn dan voorgaande generaties. Ze gaan niet op de barricades, nemen niet deel aan demonstraties. Aan duurzame ontwikkeling lijkt geen ontkomen meer sinds Al Gore een groot publiek wist te bereiken. Duurzame ontwikkeling is opeens meer dan een onderwerp voor een kleine club milieubewustenen. Het onderwerp is op de brede maatschappelijke agenda gekomen.

Liliane van Lier van jongerenonderzoeksbureau SARV International beschrijft wat de huidige generatie jongeren beweegt, waarbij zij dieper ingaat op de houding van jongeren ten aanzien van duurzame ontwikkeling.

'Duurzaamheid' is een term met een beperkte houdbaarheidsdatum, als je het aan de jongeren anno 2008 vraagt. Een term met recht geliefd bij iedere weldenkende, ontwikkelde en zichzelf respecterende volwassene uit bepaalde kringen, maar voor

jongeren in de leeftijd van 8 tot 18 jaar absoluut niet aansprekend. Voor hen is het een term die appelleert aan een 'opgelegde maatstaf' waaraan zou moeten worden voldaan, maar die geenszins aansluit bij hun sterke neiging naar eigen verantwoordelijkheid, GezelligheidsRespect en samenwerking. Want: allereerst maken jongeren het 'gezellig', en alleen van daaruit kan het juiste respect ontstaan. Een duurzame wereld wordt dan het onvermijdelijke resultaat, maar het gaat wel in deze volgorde. Niet 'al pratende bepalen wij' maar 'al doende ontdekken wij' – dat is de fundamentele *paradigmashift*, zo betoogt Van Lier.

Kees Nauta laat zien welke specifieke bevindingen dit oplevert in de provincie Noord-Brabant.

Aansluiten bij de leefwereld van jongeren gaat verder dan de taal gebruiken die zij spreken. Het gaat erom je te verdiepen in hun beweegredenen, hun vragen, problemen en mogelijkheden. Van daaruit moeten de initiatieven voor jongeren en duurzaamheid worden ontwikkeld.

Het aanvankelijke pessimisme over de bereidheid van jongeren om mee te bouwen aan een duurzame toekomst is onterecht, zo stelt Nauta. Er zijn voldoende goede voorbeelden die het tegendeel bewijzen. Trek daaruit de lessen. Het is zaak te kiezen voor een juist label: 'duurzaamheid' is niet sexy en het is een te complex begrip. Neem jongeren serieus, geef ze verantwoordelijkheid en bied ruimte voor eigen invullingen. Projecten moeten verbinding hebben met het 'echte leven' en het jongeren mogelijk maken om er iets mee te doen op school en in de samenleving. Kortom: zoek de parels en verzilver de kansen die er zijn.

Esther de Wit en Kido Koening van de Nationale Jeugdraad doen verslag van een onlangs gehouden onderzoek naar de mening van scholieren over hoe duurzame ontwikkeling een plaats zou moeten krijgen in het onderwijs. Zijn jongeren bereid te betalen voor duurzame producten? Hoe willen ze op school in aanraking komen met duurzame ontwikkeling? En voor welke onderwerpen zouden zij zich dan willen inzetten?

Deze vragen werden in 2007 gesteld in het project 'Doe Mee!', georganiseerd door de Nationale Jeugdraad. Wat opvalt in het onderzoek is dat vooral jongeren met een niet-westerse achtergrond bereid zijn om duurzaam geproduceerde goederen te kopen. Ook ziet deze groep grotere problemen in de oneerlijke verdeling van de welvaart. Daarnaast is interessant dat jongeren zich meer zorgen maken over de armoedeproblematiek dan over milieuproblemen. Veel jongeren vinden dat er op school meer aandacht zou kunnen worden besteed aan duurzame ontwikkeling. De school wordt door de jongeren ook gezien als

een zinvolle plek om met elkaar te werken aan een betere wereld, meer dan thuis. Een groot deel van de jongeren gelooft dat zij zelf met acties een werkelijk verschil kunnen maken, hoewel jongens daarover wat sceptischer zijn dan meisjes.

Antoine Heideveld van het programma Leren voor Duurzame ontwikkeling van Senternovem analyseert waar de verbetermogelijkheden zitten: hoe kunnen we ervoor zorgen dat het onderwijs aansluit bij de behoefte van jongeren op dit gebied?

Duurzaamheid slaat aan bij jongeren. Niet het begrip zelf, wel de inhoud daarvan. Eerlijkere wereldhandel, technische innovatie waarbij schoner wordt geproduceerd en vernieuwbare hulpbronnen worden gebruikt, respect voor andere mensen en culturen, aandacht voor klimaatverandering en voor achterstandswijken. Voor het onderwijs betekent dit niet een extra vak over het klimaat of over eerlijke verdeling. Het betekent dat de inhoud van 'duurzaamheid' geïntegreerd moet zijn in het reguliere onderwijsaanbod. Het hoort bij de beroepscompetenties van een goede professional. Het beroepenveld vraagt erom en de leerling wil het. Niet als extra profiel of specialisatie, maar als onderdeel van de beroepscompetenties. Niet puur vanuit de eigen discipline, maar naar buiten en in interactie met anderen: andere disciplines, andere culturen en andere *stakeholders*.

Dit alles betekent dat al die duizenden docenten, opleidingsmanagers en onderwijsdirecteuren moeten nadenken over de logische plek die inhouden van 'duurzame ontwikkeling' kunnen innemen in het curriculum. En dan ook nog op een manier die aanspreekt: concreet, veel real-live-projecten die daadwerkelijk een bijdrage leveren waar de student zelf wat aan overhoudt, *flashy* verpakt (met veel multimedia) en inhoudelijk interessant.

1 Inleiding

Vraag een willekeurige jongere op straat wat hij of zij van duurzame ontwikkeling vindt en je krijgt een vragende blik. Duurzame ontwikkeling spreekt niet tot de verbeelding. Dat geldt niet alleen voor jongeren maar ook voor een groot deel van de volwassen Nederlanders. Toch lijkt het alsof het gedachtegoed van duurzame ontwikkeling steeds meer terrein wint. Duurzame ontwikkeling lijkt definitief op de maatschappelijke agenda te zijn gekomen.

Is de houding van jongeren ten aanzien van duurzame ontwikkeling door de generaties heen veranderd? Deze vraag is niet eenvoudig te beantwoorden en de opinies spreken elkaar tegen. Met name marketing en jongerenonderzoek lijken aanwijzingen te geven voor een verandering, maar dit wordt door anderen weer tegengesproken.

Er zijn onderzoekers die vermoeden dat er met name op waardenniveau een verschuiving plaatsvindt. Aannemelijk is dat jongeren door verschuivende contexten en referentiekaders en door toegenomen kennis andere waarden gaan aanhangen. Dit wordt onderbouwd door de theorie over identiteits- en waardevorming van De Moor.

De manier waarop jongeren met deze waarden omgaan en deze verwerken in hun handelen is anders dan oudere generaties zouden verwachten. Duurzame ontwikkeling lijkt voor jongeren een gegeven en niet meer een *issue* waar je nadrukkelijk iets mee moet.

In deze verkenning wordt ingegaan op de houding van jongeren tegenover duurzame ontwikkeling. Hoe is die houding? Welke rol speelt duurzame ontwikkeling voor jongeren? Wat zijn de implicaties van deze veranderende houding? Welke onderwijsbehoefte komt uit deze houding voort? En hoe willen jongeren in het onderwijs en de leeromgeving dan in aanraking komen met duurzame ontwikkeling?

- In hoofdstuk 2 wordt behandeld hoe de huidige generatie jongeren eruitziet en hoe generaties tot beelden en waarden komen.
- In hoofdstuk 3 beschrijft Liliane van Lier van jongerenonderzoeksbureau SARV International wat de huidige generatie jongeren beweegt, waarbij zij dieper ingaat op de houding van jongeren ten aanzien van duurzame ontwikkeling.
- Kees Nauta van het PON laat in hoofdstuk 4 zien welke specifieke bevindingen dit oplevert in de provincie Noord-Brabant.

- In hoofdstuk 5 doen Esther de Wit en Kido Koening van de Nationale Jeugdraad verslag van een onderzoek naar de mening van scholieren over de manier waarop duurzame ontwikkeling een plaats zou moeten krijgen in het onderwijs.
- In hoofdstuk 6, ten slotte, analyseert Antoine Heideveld van het programma Leren voor Duurzame Ontwikkeling van Senternovem de verbetermogelijkheden. Hoe kan duurzaamheid in het onderwijsaanbod aansluiten bij de behoefte van jongeren?

2 Deze generatie

De huidige generatie jongeren wordt ook wel de ‘screenager-generatie’ genoemd of de ‘generatie Einstein’. Iedere generatie kenmerkt zich door een eigen manier van doen, trends, uitingen en waarden. Een generatie wordt gevormd door haar context: door wat de vorige generatie haar meegeeft en door datgene wat bepalend is voor het maatschappelijk klimaat.

Waarden

Om de houding van jongeren tegenover duurzame ontwikkeling te kunnen beschrijven, is het nodig om de opstelling en positie van jongeren tegenover dit onderwerp te kennen. Daartoe zoeken we naar de achterliggende waarden.

waar_de (de ~ (v.))

- 1 betekenis die iets heeft als bezit of ruilobject
- 2 (~n) zedelijke, esthetische of persoonlijke betekenis van iets => belang, gewicht, gewichtigheid, importantie, zwaarte
- 3 (~n/~s) [muz.] (van een noot) tijdsduur
- 4 getal, bedrag dat een meter aanwijst

Bron: Van Dale.

Maar wat heeft waarde en wanneer heeft iets waarde? Een houding of positie is ook te omschrijven als een waardeoriëntatie. Deze waardeoriëntatie duidt op een gevoel, op voorkeuren. Het gaat om voorkeuren en behoeften die voortkomen uit datgene waar je belang aan hecht. Schwartz (1994)¹ omschrijft waarden als ‘desirable goals, varying in importance, that serve as guiding principles in people’s lives’. De oriëntatie wordt gevormd door een behoefte, een gemis of een (her)waardering van specifieke aspecten van het leven.

Deze waardeoriëntaties bepalen het keuzegedrag van mensen: ze fungeren als leidraad bij het maken van keuzes en bij het afwegen van alternatieven. Waarden zijn min of meer stabiel gedurende iemands gehele leven, maar waardeoriëntaties kunnen veranderen. Deze zijn afhankelijk van de tijdgeest en van omgevingsfactoren.

Verschillende auteurs benoemen een universele ontwikkeling richting post-materiële waarden. Yankelovich (1985)² maakt onderscheid tussen ‘sustenance’,

'materialism' en 'expressivism', en ook Inglehart³ hangt deze visie aan die uitgaat van een ontwikkeling van materialisme naar postmaterialisme.

Onderzoeksbureau Motivaction maakt in zijn onderzoek⁴ onderscheid tussen een traditionele, een moderne en een postmoderne waardeoriëntatie. Een traditionele waardeoriëntatie legt nadruk op het behouden van (oude) instituties en systemen. Een moderne waardeoriëntatie kenmerkt zich door de nadruk op bezit en comfort. Een postmoderne waardeoriëntatie, ten slotte, legt de nadruk op zelfontplooiing en dynamiek.

Generaties

Terwijl waardeoriëntaties in iemands leven kunnen verschuiven, zijn waarden redelijk stabiel. Wat voor mensen belangrijk is in het leven en aan welke zaken zij prioriteit geven, kan met de tijd veranderen. Deze verschuiving heeft een aantal oorzaken. Zo veranderen behoeftes van mensen. Mensen hechten het meeste belang aan datgene waar een tekort aan is.

Volgens De Moor⁵ blijven waarden binnen de levensloop van een individu min of meer constant, maar is het de waardeoriëntatie (de mate waarin aan bepaalde waarden belang wordt gehecht) die veranderlijk is. De waarden worden gevormd in de formatieve periode tussen het 15de en het 25ste levensjaar. Wat je dan meemaakt, leidt tot een gedeeld waardepatroon.

Generieke overheersende waarden in een samenleving verschuiven echter wél per generatie. Verschuiving van waardeoriëntaties is duidelijk zichtbaar in de verschillen tussen generaties. Iedere nieuwe generatie ondergaat een ander socialisatieproces. Jongeren worden opgevoed in een bepaalde context met daarbij horende waarden; deze waarden internaliseren ze of ze zetten zich ertegen af. Hieruit komt een waardering van specifieke aspecten van het leven voort. Ook zijn er maatschappelijke omstandigheden – zoals welvaart, milieuvervuiling, oorlog – die de attitudes van mensen veranderen.

Generaties worden gevormd onder specifieke historische omstandigheden en ze hebben specifieke kenmerken betreffende levensloop, waarden en gedrag. Binnen een generatie is er een bepaalde cultuur en een bepaalde vorm van organisatie. De diverse maatschappelijke condities waaraan verschillende generaties onderhevig zijn, zijn van invloed op waardeoriëntaties.

Een verschuiving van (materiële) welvaartswaarden naar (immateriële) welzijns-waarden is wetenschappelijk aangetoond door Inglehart aan de hand van de *World Values Survey*⁶. Inglehart geeft aan dat wanneer individuen en samenlevingen alle basisbehoeften hebben bevredigd, zij in toenemende mate

prioriteit geven aan de postmaterialistische waarden van gelijkheid, tolerantie en zelfontplooiing, en daarmee aan duurzaamheidswaarden.

In deze verkenning wordt ingegaan op de houding van jongeren ten aanzien van duurzame ontwikkeling. Daarvoor kijken we naar de jongste generatie, de *screenager*-generatie.

Vóór 1940	Stille generatie
1940 – 1955	Protestgeneratie
1955 – 1970	Generatie X
1970 – 1985	Pragmatische generatie
1985 – 2000	Screenager-generatie

Generaties volgens A. Bontekoning in: *Het innoverend vermogen van generaties*, 2007.

De screenagers

Er is inmiddels meer en meer bekend over de jongste generatie, geboren tussen 1985 en 2000. Er verschijnen diverse onderzoeken over wat deze jongeren beweegt, over hoe ze opereren, communiceren en leren. Tijdens hun vormende, formatieve periode is digitale interactie gemeengoed geworden. In deze periode spreken we van een netwerksamenleving, hebben we relatieve ontspanning in de internationale politiek gekend gevolgd door de 'war on terror' en werd na Pim Fortuyn het einde verklaard aan de multiculturele samenleving.

Het beeld dat tot nu toe geschetst wordt van de jongeren die in deze tijd opgroeiden, is dat van een zelfbewuste generatie die zich niet voor de gek laat houden. Die op zoek is naar authenticiteit en oprechtheid. Deze jongeren hebben respect voor elkaar, communiceren gemakkelijk en 'multitasken' probleemloos (homo zappiens⁷). Ze sprokkelen hun identiteit bij elkaar. En: waarom zelf het wiel uitvinden als het er al is.

Jongeren en engagement

Jongeren lijken op een andere manier engagement aan te gaan en op een andere manier maatschappelijk betrokken te zijn dan voorgaande generaties. Ze gaan niet op de barricades, nemen niet deel aan demonstraties. De geëngageerde jongerenomroep Llink heeft een zendlicentie gekregen; Coolpolitics verzorgt op vele festivals debatten over maatschappelijke en politieke thema's. Live8 en LiveEarth zamelden geen geld in of hadden geen directe actie tot gevolg, maar waren gericht op het vergroten van bewustwording.

Afgelopen decennia is geleerd dat geld ophalen geen oplossing is voor honger en armoede en geen middel is voor het verbeteren van het milieu. De jongeren van nu zijn zich ervan bewust dat er meer te bereiken valt door de politieke en economische structuren te veranderen. En goede doelen worden nu gecombineerd met *fun* om de bewustwording te vergroten. De jonge netwerkers weten hoe je de voordelen van het digitale tijdperk inzet: geef informatie, ga de dialoog aan en creëer massa, richt je op leiders en dwing ze tot verandering⁸. Massa's kunnen consumenten en kiezers zijn. De kritiek dat ze geëngageerd zijn totdat ze zelf iets moeten doen en dat ze te gemakzuchtig en vrijblijvend zijn, leggen jongeren naast zich neer. De weg van rechtlijnig idealisme ligt hen niet: zo raak je alleen maar verlamd omdat je het nooit goed doet.

'Het idealisme à la carte en de feestelijke solidariteit van deze generatie zijn veel effectiever en duurzamer dan de ijzeren principes van de hemelbestormers van vorige generaties. Wij zijn praktische idealisten en geëngageerde realisten.'
(Evert Nieuwenhuis in NRC/Handelsblad, 19 november 2005⁹.)

Jongeren en duurzame ontwikkeling

Aan duurzame ontwikkeling lijkt geen ontkomen meer sinds Al Gore een groot publiek wist te bereiken. Duurzame ontwikkeling is opeens meer dan een onderwerp voor een kleine club milieubewusten. Het onderwerp is op de brede maatschappelijke agenda gekomen. Het kabinet voelde zich genoodzaakt er meer aandacht aan te besteden dan ooit. Belangrijkste graadmeter is dat het onderwerp gevonden is door adverteerders en *marketeers*: er is geld mee te verdienen. Maar betekent dit dan dat onze waarden veranderd zijn? Of dat we ons handelingsperspectief in lijn hebben gebracht met onze waarden? En welke rol spelen jongeren in deze verandering? In de volgende hoofdstukken wordt hier verder op ingegaan.

duurzaam (bn.)

- 1 geschikt, bestemd om lang te bestaan => *bestendig*
- 2 lang aanhoudend => *blijvend, durabel, permanent, vast*

Bron: Van Dale.

Een duurzame ontwikkeling is *'een ontwikkeling die voorziet in de behoeften van de huidige generatie, zonder het vermogen aan te tasten om te voorzien in de behoeften van de toekomstige generaties.'*

Dit is de definitie van duurzame ontwikkeling van de Brundtlandcommissie in 1987, de World Commission on Environment and Development (WCED). Bij duurzame ontwikkeling gaat het om de integratie van de dimensies *People*, *Planet* en *Profit*¹⁰. Dus niet de focus op groei en ontwikkeling van één dimensie maar een integrale aanpak: actief zoeken naar een evenwicht tussen de verschillende dimensies, zowel 'hier en daar' als 'nu en dan'.

Duurzame ontwikkeling, wat moet je ermee? Niets? Of eigenlijk altijd iets? Duurzaamheid is iets wat naar voren komt wanneer je handelt met het oog op de toekomst, of wanneer je handelt en dat handelen consequenties heeft voor de toekomst. En dat doen we eigenlijk altijd. Het gaat om het maken van keuzes. Om keuzes voor nu en/of later. Een keuze voor het nu kan een duurzame keuze zijn. Het debat over duurzame ontwikkeling gaat daarom vooral over bewuste keuzes. Duurzame ontwikkeling heeft dus alles te maken met toekomstdenken.

'Een toekomstbeeld vormen houdt in dat je, eerst in algemene termen en daarna steeds gerichter, bedenkt wat je werkelijk wilt. (...) Over de toekomst denken zonder iets te doen, is zinloos. Maar wanneer wij iets doen zonder daarbij een toekomstbeeld te hebben, weten wij niet welke kant wij op moeten of waarom wij een bepaalde kant op moeten. Een toekomstbeeld is absoluut nodig om ons te leiden en te motiveren bij wat wij doen. Sterker nog, een toekomstbeeld zal, wanneer het wijdverbreid is en alle ogen erop gericht zijn, nieuwe systemen laten ontstaan.'

(D.H Meadows et al., *Beyond the limits*, Post Mills, Earthscanpublications, 1991, blz. 240.)

Wanneer ben je duurzaam of handel je duurzaam? In 'Een kwestie van smaak' uit 2004 noemen Motivaction en Telos de volgende duurzaamheidwaarden:

- het belang van een evenwichtig milieu;
- gemeenschapszin;
- oorspronkelijkheid en ambachtelijkheid van producten;
- maatschappelijk verantwoord ondernemen en consumeren;
- verbondenheid en betrokkenheid bij de directe leefomgeving;
- mondiale betrokkenheid.

Daarnaast wordt een aantal belangrijke factoren genoemd die invloed hebben op het bewustzijn en die richting geven aan duurzaam gedrag: kennis; emotie, ervaringen en routines; betrokkenheid; actie- en offerbereidheid;

verantwoordelijkheid en waargenomen gedragscontrole; effectiviteit. Met name praktische kennis en offerbereidheid blijken een aanzienlijke invloed te hebben op duurzaam gedrag.

Een andere interessante bevinding uit het rapport is dat mensen in de grote steden over het algemeen iets duurzamer zijn in hun gedrag en dat zij meer belang hechten aan duurzaamheid en daar ook meer voor over hebben.

Verder blijkt dat factoren als inkomen en opleiding weinig invloed hebben op duurzaamheidswaarden en de mate van duurzaamheid van het gedrag.

Het onderzoek laat zien dat het belang dat gehecht wordt aan duurzaamheidswaarden per generatie afneemt. Scoort de vooroorlogse generatie nog 70% op de duurzaamheidswaarden, de pragmatische generatie komt tot een score van 40%.

Dit verschil kan verklaard worden door het levensfase-effect: als je ouder wordt en als je kinderen krijgt, word je je bewuster van de zorg voor en het behoud van je omgeving en de aarde. De verklaring kan ook liggen in het generatie-effect: de formatieve periode is bepalend. Motivaction en Telos geven hier geen uitsluitel over. Helaas bevat het onderzoek geen analyse van de *screenager*-generatie.

Ook de ontwikkelingen van de afgelopen jaren, waarin duurzaamheid nadrukkelijk op de maatschappelijke agenda is gekomen, zijn niet verwerkt. In de volgende hoofdstukken wordt dieper ingegaan op de houding van deze jongste generatie, die nu in de schoolbanken zit en de arbeidsmarkt opstroomt, tegenover duurzame ontwikkeling.



3 GezelligheidsRespect

Liliane van Lier

Jarenlang jongerenonderzoek, honderden focusgroepen met duizenden jongeren van 6 tot 25 jaar: op straat, in sessies, op school, thuis, op vakantie. Jongerenonderzoeksbureau SARV International in Hilversum, rijk aan observaties van en ervaringen met jongeren, brengt de belevingswereld vanuit zintuiglijke perceptie en non-verbale interviewtechnieken in kaart en is gespecialiseerd in het ontvouwen van toekomstmogelijkheden voor jongeren vanuit bedrijven en instituten die daar belang bij hebben. Dit hoofdstuk richt zich op jongeren en hun beleving en perceptie van 'duurzame ontwikkeling': het leven in een duurzame wereld.

'GezelligheidsRespect': deze term vraagt om enige toelichting. De huidige jongerengeneratie leeft hoofdzakelijk boven in de piramide van Maslow. Dit betekent:

- 1 *'Ik ben perfect. Dat is best wel saai.'*
- 2 *'Hé, jij bent ook perfect! Ik ben perfect, jij bent perfect. Respect, respect, wat is het leven toch dodelijk saai.'*
- 3 *'Hé, iedereen is anders! Gezellig, gezellig! Dat moeten we zo zien te houden: GezelligheidsRespect.'*

'Duurzaamheid' is een term met een beperkte houdbaarheidsdatum, als je het aan de jongeren anno 2008 vraagt. Een term met recht geliefd bij iedere weldenkende, ontwikkelde en zichzelf respecterende volwassene uit bepaalde kringen, maar voor jongeren in de leeftijd van 8 tot 18 jaar absoluut niet aansprekend. Voor hen is het een term die appelleert aan een 'opgelegde maatstaf' waaraan zou moeten worden voldaan, maar die geenszins aansluit bij hun sterke neiging naar eigen verantwoordelijkheid, GezelligheidsRespect en samenwerking. Want: allereerst maken jongeren het 'gezellig', en alleen van daaruit kan het juiste respect ontstaan. Een duurzame wereld wordt dan het onvermijdelijke resultaat, maar het gaat wel in deze volgorde.

Respect is 'een keuze', 'een lifestyle', 'een status', 'een eer', 'een erkenning'... De associaties zijn grenzeloos. Het vermogen om te respecteren is het enige onderscheidende kenmerk van een mens, volgens veel jongeren. Respect is de weerspiegeling van menselijke waarden en het resultaat van menselijk handelen.

Respect is een verschijningsvorm in ontwikkeling, zo vinden de jongeren. Respect is het menselijk instrument van de toekomst. Jongeren leven in de toekomst van vandaag. Jongeren zijn de pioniers van het menselijk respect.

Respect is het enige menselijke goed, dat goed doet maar tegelijkertijd niet 'bezeten' kan worden. Dit verklaart waarom jonge mensen – kinderen, pubers, scholieren, jongeren – het begrip 'respect' sinds begin jaren negentig zijn gaan omarmen. Verzadigd van de zoektocht naar meer bezit en geld, hebben jongeren collectief de grens verlegd naar respect in het dagelijks leven: doe wat je doet, zeg wat je zegt en ga waar je gaat; de consequenties zijn voor eigen rekening. Dit betekent: het leven nemen zoals het zich aandient, inclusief geld en bezit, inclusief alles wat welkom en onvermijdelijk is. Van lieve en zeurende ouders tot geheimgehouden milieurampen; van zinvol tot zinloos geweld; van beloftes tot leugens; van normen tot waarden; van terrorisme tot leraren; van technisch vernuft tot vernielzucht; van soaps op tv net als bij jou thuis tot je beste vriend voor je eigen ogen zien sterven; van onbezonnen uit je dak gaan tot je stelselmatig onbegrepen voelen; van enzovoort tot enzovoort.

Anno 2008 is dit besef dat alles er nu eenmaal is en mag zijn diep verankerd in de essentie van de belevingswereld van jongeren. Jongeren zijn niet bezig om zich te verzetten tegen sommige ogenschijnlijk minder wenselijke aspecten van de samenleving. Want, zo zeggen ze:

'Je moet eerst maar eens leren er een beetje respect voor te hebben.'

Andersom kan het respect van jongeren alleen verkregen worden als de *reality-check* in het hier en nu positief uitvalt. Dit betekent dat 'het' moet kloppen, wat zoveel wil zeggen als: 'wat er gebeurt is geen radicale onzin en mij nu op dit moment een goed gevoel geeft'. Dan wordt *the battery of respect* opgeladen.

Deze *paradigmashift* betreft de erkenning dat alles, zonder uitsluiting van iets, er nu eenmaal is. En dat alles wat er nu eenmaal is, geen bezit van iemand is. Iedereen kan respect uitdelen en toebedeeld krijgen. Respect is de maatgever voor ieder functioneren. Voor jongeren geldt:

'Als je iets niet met respect kunt doen, laat het dan maar lekker zitten.'

Nu zal ieder mens het hier woordelijk mee eens zijn, maar de praktijk is weerbarstiger omdat de uitvoering van respect in de realiteit grenzeloos variabel is. Waar ouderen (25-plus) nog vaak van mening zijn dat respect iets is wat je kunt

opbouwen of verdienen op basis van status, hiërarchie, positie en leeftijd, zien jongeren respect als een uiting van iets bewonderenswaardigs wat zich hier en nu afspeelt. Doorslaggevende criteria daarvoor zijn waarachtigheid, dynamiek en authenticiteit. Respect voor de ander heeft geen voorgeschiedenis nodig waarin het wordt verdiend of opgebouwd:

'Je respecteert de ander omdat-ie bestaat'.

Zo enkelvoudig kan het dus zijn.

Een vergelijkbaar definitiedilemma dient zich aan met betrekking tot het door vele volwassenen bejubelde maar door jongeren verguisde begrip 'duurzaamheid'. Het belang van een gezond milieu, een rijke natuur of gelijkwaardige behandeling van werknemers wordt, als daarnaar wordt gevraagd, door jongeren algemeen erkend en onderschreven. Maar de samenvatting 'duurzaamheid' is niet aan hen besteed. De jongerenwereld gaat over non-stop met elkaar in actie zijn en zo erachter komen wat je zelf aan het doen bent en wat je in de toekomst kunt gaan doen. Over non-stop met elkaar op minimaal vijf niveaus in communicatie zijn en aan den lijve ondervinden hoe 'duurzame' relaties kunnen ontstaan, want als het niet gaat over hoe het is tussen jou en mij, dan blijft het een fictie. 'Duurzaam' doet jongeren denken aan praten en politiek en klinkt als 'langzaam', terwijl jongeren dezelfde waarden trainen als de volwassen duurzaamheidsstrijders uiteindelijk nastreven:

'Duurzaamheid...!? Oh, dat is een woord met drie lettergrepen; dat kan niet ergens over gaan.'

Respect voor jezelf = Respect voor de samenleving

De hoeveelheid respect die je kunt genereren is voor jongeren een directe functie van de hoeveelheid respect die in jezelf aanwezig is. Met andere woorden: als je zelf niet je eigen respect koestert en in de praktijk brengt, kun je het ook niet ontwikkelen, toetsen of uitzenden. Dit plaatst respect voor jezelf, voor je eigen ontwikkeling, voor je eigen toekomst, voor je eigen plannen centraal in je leven. Dit wordt vaak verward met en begrepen als egoïstisch of egocentrisch, individualistisch, zelfs narcistisch gedrag van jongeren.

'De wereld is overal nog een zootje, en het wordt alleen anders door zelf in je eigen kring zo goed mogelijk met elkaar om te gaan en vanuit respect kleine dingen te doen die je liggen. Als het bovenal maar gezellig is.'

De jongeren vertellen ons dat alleen iemand die een doordrongen besef heeft van het eigen innerlijk respect, in staat is ditzelfde respect rond te strooien waar van

toepassing, dit te koppelen aan een langetermijndoelstelling met algemeen nut en zich niet te laten ophouden door allerlei schijnvormen van duurzaamheid, zoals zij die vaak waarnemen: *'O ja, bijvoorbeeld het bestrijden van kinderarbeid terwijl diezelfde kinderen daardoor geen loon meer hebben en vervolgens de prostitutie in worden gestuurd.'*

Jongeren vragen zich dan niet onterecht af wat daar nou duurzaam aan is. Het raakt voor hen aan het principe van niet mee bemoeien als je niet weet waar je het over hebt. Kortom: eerst 'zelf jezelf regelen', en je alleen met anderen bemoeien als je vanuit samenwerking en respect iets hebt toe te voegen... en anders wegblijven.

Nu kan 'ieder zichzelf respecterende persoon uit oudere generaties' gemakkelijk claimen 'ook zo te zijn', 'het ook zo te zien' en 'ook zo te leven'. Dit kan zijn, maar – door de ogen van jongeren – gaat het bestaande werken aan en streven naar duurzaamheid in de praktijk vaak genoeg gepaard met een ernst, gewichtigheid en met name bemoeizucht die jongeren vreemd is en die hen afstoot. Een 'duurzame huisstijl' beschouwen zij niet als een uitnodiging tot deelname. Voor hen geeft de optimale combinatie van nut, effectiviteit, kwaliteit gebaseerd op respect en bovenal gezelligheid de doorslag. *In the end* zien jongeren de eigen verantwoordelijkheid als de enige garantie voor realisatie. Je kunt je van van alles laten overtuigen, maar alleen je eigen verantwoordelijkheid en het daaraan gekoppelde gedrag zal maken dat je onderscheidend handelt.

GezelligheidsRespect

'Gezelligheid', 'gezelligheid', 'gezelligheid': het enige Nederlandse woord dat in geen andere taal vertaalbaar is. Het omschrijft de ontembare drang van jongeren naar het beleven van het in jezelf kloppende hart van respect. En alles, werkelijk alles, moet daaraan worden getoetst, moet (mee)kloppen, moet in lijn zijn, moet in mij en met jou zijn, moet het fundament voor hier en de basis voor de toekomst zijn. En dan, als deze kortsluiting wordt gemaakt, op dat moment, is alles mogelijk en kan alles worden opgelost met iedereen die deze kortsluiting van respect en gezelligheid wenst te veroorzaken en wenst mee te maken.

De ogenschijnlijk onoverkomelijk grote wereldproblemen worden teruggebracht tot een kern binnen deze kortsluiting en worden ter plekke opgelost.

GezelligheidsRespect is de collectieve drager van een gezamenlijk vertrouwen in het eigen kunnen en in de gezamenlijke toekomst, die niet zo gemakkelijk meer is af te troeven door hen die de 25 jaar al ruim zijn gepasseerd.

Gevolgen van GezelligheidsRespect in de jongerensamenleving

Consequenties zijn er op drie niveaus:

- 1 in de wereld van productie en commercie;
- 2 in de wereld van onderwijs en toekomstige arbeidsmarkt;
- 3 in de wereld van duurzaamheid.

1 De wereld van productie en commercie

Daar waar mensen bereid waren een mooi verhaal zonder waarheidsgehalte te geloven, kon alle zin en onzin met en zonder enig menselijk of maatschappelijk nut oeverloos geproduceerd en geconsumeerd worden. Deze fase heeft eind jaren tachtig zijn finale ingezet.

Daar waar jongeren voorrang verlenen aan superieure kwaliteit van leven, hun eigen voorkeuren bepalen, zich aangesproken voelen door nog niet eerder vertoonde productwaarden en betrokkenheid, is de afvalrace begonnen om het voortbestaan van consumentenproducten en burgerdienstverlening.

Bedrijven en instanties die deze tijd begrijpen, stellen de mens centraal, boven zogenoemde geïnventariseerde duurzaamheidswaarden; zij realiseren zich dat mensen in wezen eerst zichzelf op orde brengen en vervolgens tot alles bereid zijn wat hun omgeving aangaat. Toepassen van respect en spelen met gezelligheid zijn de sleutels:

- *'Ik ga gewoon wel eerst even zorgen dat ik iets kan, en dan dat ik z.s.m. genoeg geld verzamel, zodat ik vervolgens weet waar ik het over heb en dat wat ik doe ook zin heeft.'*
- *'Ik bepaal liever zelf waar en wie ik wanneer wil helpen. Geld geven aan een zogenaamd goed doel waarvan het nut twijfelachtig is, daar word ik echt niet blij van.'*
- *'Het is onwijs belangrijk om goed voor jezelf te zorgen. Anders heeft iedere hulp aan een ander totaal geen zin.'*

Duurzame waarden zijn daarbinnen eerder volstrekt vanzelfsprekend dan iets om naar te streven. De uiterlijke verschijningsvorm van die waarden is overigens bij ieder individu anders en niet altijd aan de buitenkant waarneembaar:

'Je hebt bedrijven die schreeuwen dat ze zo goed aan het milieu denken en je hebt bedrijven die daar altijd al vanzelfsprekend rekening mee hielden in hun productiemethodiek, zonder enig commentaar naar de buitenwereld. Dat ik dat niet weet, zegt niets over hun mate van duurzaam produceren.'

2 De wereld van onderwijs en toekomstige arbeidsmarkt

De huidige jongeren- en aanstaande volwassenengeneratie heeft niets anders voor ogen dan de implementatie van GezelligheidsRespect in alle domeinen van het leven, en zal dan ook alles in het werk stellen om zich zodanig te ontwikkelen dat zij hier, conform het vermogen, maximaal aan kan meedoen. Duurzame ontwikkeling betekent dan het ontwikkelen van jezelf binnen de grenzen van jouw eigen profiel; het ontdekken en vrijmaken van je menselijke mogelijkheden en kwaliteiten; presteren op het niveau dat jouw toevoeging nodig heeft; weten dat je sneller en slimmer bent dan die oudere collega's en dat je juist daardoor veel van ze kunt leren. Niet leren omdat je leren moet, maar leren hoe je kunt willen leren, zowel 'leren van' als 'leren aan', zodat je merkt dat je zelfstandig persoonsgebonden capaciteiten begint te ontwikkelen die leiden tot een helder beeld van het doel waarvoor je wilt leven.

Jongeren weten dat het zo werkt en zoeken naar de onderwijsplaatsen, stageplaatsen, leraren waarbij/bij wie deze waarden te beoefenen zijn. Dat je je soms ook door schijnbaar minder leerzame ervaringen moet ploeteren, zien zij niet als minder waardevol, maar een minder waardevolle ervaring wordt vaak wel gekenmerkt door een gebrek aan respect en gezelligheid. De huidige, onomkeerbare wending in het onderwijs – van louter frontaal naar een meer divers palet van competentiegericht, klassikaal, praktijkgericht, interactief en ervaringsgericht onderwijs – dwingt jongeren zich te ontwikkelen tot veelzijdig en autonoom *human capital* en dwingt docenten, coördinatoren en ander onderwijspersoneel zich te richten op de jongere als kern van iedere onderwijsdoelstelling: op het ontwikkelen van zelfstandig, vaardig en onafhankelijk menselijk potentieel. Het afdraaien van lessen behoort daarmee tot het verleden.

Die docenten die zelf ook respect en gezelligheid vanzelfsprekend hoog in het vaandel hebben en dit weten te verenigen met goede instructies en heldere overdracht, worden door jongeren op handen gedragen en zijn de ware makers van de toekomstige samenleving.

Voor de arbeidsmarkt gelden dezelfde wetten: waar respect en gezelligheid de basiscondities vormen, kan de potentie worden verzilverd. Dit betekent niet dat het woord 'respect' in de missie of visie staat op het bordje naast de koffieautomaat, maar dat je je overwegend op ieder moment van de dag gewaardeerd voelt in je productieve, persoonlijke en inhoudelijke bijdrage.

Belangrijke parameters voor toekomstig talent dat de arbeidsmarkt betreedt, zijn:

- ruimte voor ontwikkeling van eigen totaal revolutionaire ideeën;
- vrijheid om met individuen cross-organisatie te kunnen samenwerken om het optimale resultaat te bereiken;
- waardering in meetbare en consequente beloning, gekoppeld aan kwalitatieve resultaatverbetering.

'Het gaat erom dat je kunt laten zien wat je kan en dat het ook anders kan dan tot nu toe werd gedaan.'

In markten waar werkgevers niet met deze verandering meebewegen maar statisch blijven ten aanzien van de ontwikkelingswensen van jongeren, zal de tendens verder doorzetten dat het ware kwalitatieve potentieel vroegtijdig de 'geachte droomwerkgever' vaarwel zegt. In plaats van te buigen voor het heersende traditionele systeem zullen jongeren zich een eigen domein toe-eigenen en daar mogelijkheden gaan ontsluiten waarvoor bij de verlaten werkgever respect noch waardering, laat staan de gezelligheid, bestond. En zo ontstaan de grootste concurrenten voor de traditionele bedrijven zonder veranderingsintenties vanuit het eigen verslofte en verstarde personeelsarsenaal.

3 De wereld van duurzaamheid

Deze wereld van 'duurzaamheid' is het lastigst te doorgronden. Alle verbale associaties die rond het begrip duurzaamheid cirkelen, lijken louter positief van aard. De intentie, het streven en de idealen zijn ook onweerlegbaar en derhalve onaantastbaar. Nog meer dan duurzame waarden betreft het hier vaak universele waarden. Niemand zal de intenties van ontwikkelingswerk in Cambodja, slachtofferhulp in Darfur, traumateams in Volendam, Live Aid noch Live Earth in twijfel durven trekken. Je kijkt wel link uit, want het is toch overduidelijk dat de mensen die aan deze waarden werken de 'hogeschool van wereldverbeterende werken' hebben volbracht. Daarmee heeft de duurzaamheidswereld, (d.w.z. die partijen die zich specifiek profileren als 'wij werken aan duurzaamheid') zich in een imperium verschanst en zich het alleenrecht toegeëigend op het definiëren van de duurzaamheidspelregels, deze projecterend op ieder bewegend wezen dat het niet horen wil. Duurzaamheid is daarmee voor de meeste jongeren een lege huls: *'Een woord dat volwassenen verzonnen hebben om voorlopig nog even niet echt aan de slag te gaan.'*

De pretentie dat iemand zou kunnen claimen dat een biologische tomaat bewezen

beter is dan een doorsneetomaat is...

'...zo saai. Of die tomaat beter voor mij is, dat zal ik toch zelf wel kunnen proeven.'

Ook keurmerken dekken dus lang niet de duurzame lading die ze wensen te vertegenwoordigen. Jongeren checken minder op basis van claims, woorden of mooie praatjes, maar vormen hun oordeel pas op het moment van persoonlijke consumptie en op basis van de eigen smaak- en belevingsperceptie. Dit geldt voor alles: eten, drinken, kleding, vriendschap, communicatie, werk, relaties, reizen... Claimen dat iets duurzaam is, verkleint de kans op een 'duurzame' perceptie. Duurzaamheid is daarmee in de praktijk vaak een uiting van een gebrek aan respect.

Een gezonde leefomgeving of milieu zijn, zoals gezegd, *an sich* hoogscorende aandachtspunten op het wensenlijstje van jongeren, alleen is de vertaling van deze doelen in het dagelijks leven niet zozeer gekoppeld aan de bekende set idealen als wel aan het toetsen in de praktijk of en hoe respect en gezelligheid in de natuur tot uiting komen.

Zo spraken jongeren er in het kader van een belevingsonderzoek naar het toekomstige wonen met elkaar over:

- *'Later, als ik in de stad moet blijven wonen, moet dat wel in de buurt van een park zijn, want zonder groen kan ik mijn kinderen natuurlijk niet opvoeden.'*
- *'Wij zijn in deze nieuwbouwwijk gaan wonen omdat er zo'n mooie skatebaan en een pannaveldje was, maar nu hebben ze die weggehaald en kunnen we nergens meer naar toe... en er zijn ook al helemaal geen bomen in de buurt.'*
- *'Als je je verveelt en er is geen fysieke plek waar je mag komen, dan ga je je vervelen. En als je je lang genoeg verveelt ga je uiteindelijk wel een keer vervelend doen. Dan komt de gemeente praten en beloven ze wat je al weet dat ze niet gaan doen.'*
- *'Ik heb een keer gehoord dat bij ons in de wijk eigenlijk een brede groenstrook in de bouwplannen stond, maar dat toen het geld op was, en toen hebben ze er maar huizen neergezet om minder verlies te lijden...'*

Jongeren, en kinderen soms nog beter, weten hoe het werkt: hoe mensen gewend zijn met elkaar om te gaan, elkaar schone zaken en idealen voor te spiegelen die niemand verzilvert. Jongeren kijken daar dwars doorheen. Daarmee zijn ze beslist niet beter, hooguit realistischer. Vandaar dat mooie praatjes over vroeger en later, over zelig, belangrijk en ver weg hen niet aanspreken. Jongeren

weten dat je niet moet spreken over wat je niet waar kunt maken.

Ook wat 'duurzaam leven' is, laten jongeren zich niet vertellen, en dat hoeft ook niet want ze zijn het met elkaar aan het uitvinden. Geflankeerd door de kracht van respect en gezelligheid streven zij niet zozeer naar een duurzame samenleving, maar ontwikkelen zij zich bovenal tot een vernieuwd soort mens dat niet tevreden is met een mooi verhaal met goud klinkende beloften, maar dat zichzelf zo aan het programmeren is dat functioneren vanuit het GezelligheidsRespect automatisch een duurzame, gezonde en zich ontwikkelende mensheid afdwingt. 25-plussers die deze neiging in zichzelf herkennen, geven zichzelf een onbetaalbaar cadeau door op deze rijdende trein te springen en in deze of gene wagon haar of zijn individuele ontwikkeling te vinden, door mee te doen met het vormende proces van de 21ste eeuw.

Jongeren aan het roer van een langdurig gezamenlijke wereld

Niet 'al pratende bepalen wij' maar 'al doende ontdekken wij' – dat is de fundamentele *paradigmashift*. Jongeren staan sterk omdat zij zich onderling verbonden weten, meer vanuit complementariteit dan vanuit competitie. Het is dan niet meer boeiend wie waarin excelleert, wel dat je goed ingeplugd bent op je eigen vermogens en dat je je van daaruit ontwikkelt en opereert. Altijd staat centraal: welke oplossing leidt met welke mensen tot welk resultaat? Dit resultaat is geen product meer van begeerte naar geld, maar van het genereren van duurzame materie vanuit een overkoepelende menswaardige visie en doelstelling; niet van egocentrisch geluk maar van eigen geluk als functie van het gezamenlijk geluk. De kwaliteit van deze gerichtheid op het lerende, zich ontwikkelende vermogen van de mens – waarbij krachten vrijkomen die tot direct subject worden gemaakt van een zich herstellende planeet – is bepalend voor het succes. Met respect en gezelligheid heeft de jonge generatie twee ijzersterke *tools* in handen om niet van het spoor te wijken, en die hen ook niet zo gemakkelijk afgenomen kunnen worden.

Geredeneerd vanuit de wereld van 'duurzaamheid' is bij jongeren een *paradigmashift* te zien van *People-Planet-Profit* naar *People-Planet-Plan*. Voor jongeren is de actie (*Plan*) datgene wat *People* en *Planet* samenbrengt. *Profit* is slechts een randvoorwaarde en geen afzonderlijk belang. Geld en winst zijn geen *issue* meer, maar een vanzelfsprekendheid:

'De wereld bulkt van het geld.'

Jongeren zijn handig genoeg om, als zich een in hun ogen nuttig doel of project

aandient, hier heel snel middelen voor te verwerven en 'te regelen'.

De 'P' van *Profit* wordt vervangen door de 'P' van *Plan*. En dan niet een plan waarover eerst vergaderd moet worden, maar een *Plan* dat zich al doende ontvouwt en zichtbaar wordt door ermee bezig te zijn.

Voor jongeren zijn *People* en *Planet* geen abstracte begrippen maar begrippen die inhoudelijk zijn gerelateerd aan hun directe leefomgeving. Dan is het ook logisch dat je *People* en *Planet* wil samenbrengen in één *Plan* en er geen keuze uit wilt maken. Het *Plan* maakt zichtbaar wat *People* en *Planet* samen kunnen bereiken. En wel nú!

Over de auteur:

Drs. Liliane van Lier is *strategic research consultant* bij jongerenonderzoeksbureau SARV International. SARV doet sinds 1985 *strategic research* naar de fundamentele belevingswereld van jongeren van 6 tot 25 jaar en adviseert over toekomstmogelijkheden van bedrijven, ministeries, gemeenten en scholen, zowel in Nederland als internationaal.

4 The young ones

Over Brabantse jongeren en duurzaamheid

Kees Nauta

Duurzame ontwikkeling staat voor innovatie, beweging en verandering. Jongere generaties zijn bij uitstek dragers van verandering; zij zouden idealiter dus gevoelig moeten zijn voor de *People-Planet-Prosperity*-gedachte. Beter nog: zij zouden op kunnen treden als *change agents* en pleitbezorgers. Temeer omdat duurzame ontwikkeling er juist op is gericht de belangen van toekomstige generaties veilig te stellen. Onderzoek naar het duurzaamheidsbewustzijn van de Nederlander en de wijze waarop dit leidt tot duurzaam gedrag voert echter tot een ontvullende conclusie: jongere generaties vinden duurzame ontwikkeling minder van belang dan oudere generaties en gedragen zich navenant. Reden voor pessimisme? Of is er toch iets anders aan de hand? In Brabant is door middel van veldonderzoek gezocht naar mogelijkheden om de relatie tussen jongeren en duurzame ontwikkeling te versterken.

Bevolkingsgroepen

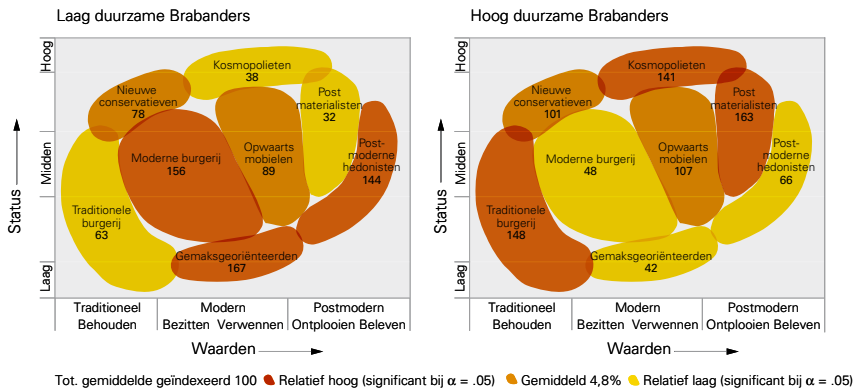
Hoe groepen mensen in de samenleving naar duurzame ontwikkeling kijken, is heel verschillend. Telos en Motivaction deden in 2004 een gezamenlijk onderzoek naar houding en gedrag van Brabanders ten aanzien van duurzaamheid¹¹. Daarin werd onderzocht wat de relatie is tussen leefstijlen en duurzaamheidsbewustzijn. Dit duurzaamheidsbewustzijn werd benaderd vanuit een aantal duurzaamheidswaarden:

- het belang van een evenwichtig milieu;
- gemeenschapszin;
- oorspronkelijkheid en ambachtelijkheid van producten;
- maatschappelijk verantwoord ondernemen en consumeren;
- verbondenheid en betrokkenheid bij de directe leefomgeving;
- mondiale betrokkenheid.

Aan de hand van de bevindingen uit het onderzoek zijn grofweg drie groepen te onderscheiden:

- Laag duurzamen zijn gericht op het hier en nu, zijn gemaksgeliefd, stellen het eigenbelang centraal, zijn hedonistisch en materialistisch, hechten niet aan milieubewust leven en consumeren.

- Middelhoog duurzamen zijn bezorgd over het milieu en willen daar ook naar leven, vinden maatschappelijke verantwoordelijkheid van bedrijven belangrijk, zijn maatschappelijk geëngageerd, zijn betrokken bij de buurt, voelen zich verantwoordelijk voor de samenleving.
- Hoog duurzamen komen qua mentaliteit overeen met de middelhoog duurzamen, willen bovendien duurzaam consumeren (dat wil zeggen: meer betalen voor duurzame producten), voelen zich tevens betrokken bij de wereldgemeenschap.



Figuur 1: Laag en hoog duurzame Brabanders. (Bron: *Een kwestie van smaak, duurzame consumptie in Brabant*, L. Knippenberg, K. Nauta en H. Horsten. Telos, Tilburg, 2004.)

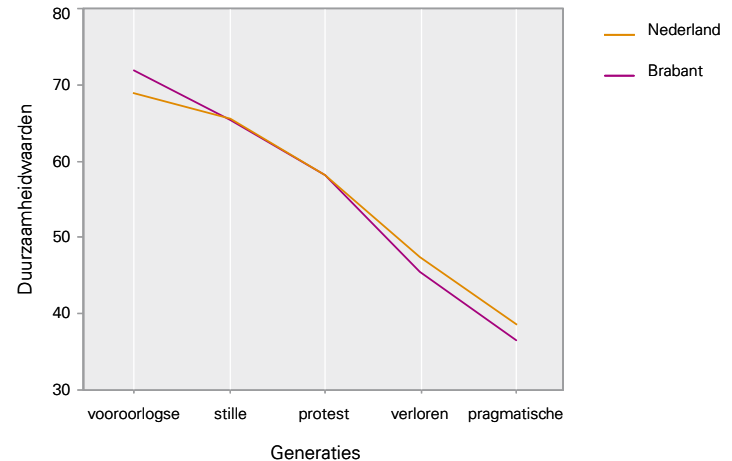
In het diagram (figuur 1) is te zien in welk type *mentality*-groepen de hoog en laag duurzame Brabanders zich bevinden. Opmerkelijk is dat de hoog duurzamen heel diverse levensstijlen, *mentality*-achtergronden en daaraan gerelateerde waardeoriëntaties hebben.

Uit het onderzoek komt naar voren dat achtergrondkenmerken als inkomen en opleiding nauwelijks van invloed zijn op de houding en het gedrag ten aanzien van duurzaamheid. Verrassend groot blijkt juist de invloed van de generatie waartoe men behoort.

De pragmatische generatie vindt duurzame ontwikkeling minder van belang dan de oudere generaties en gedraagt zich navenant. De vraag is of hier een levensfase-effect speelt of een generatie-effect. Het kan zijn dat mensen met het klimmen van de jaren meer geïnteresseerd raken in duurzame ontwikkeling. Of hebben de afzonderlijke generaties betrokkenheid ontwikkeld door hun vorming en waardepatroon? Voor beide verklaringen valt iets te zeggen. Wanneer mensen ouder worden en kinderen hebben, worden ze zich meer bewust van de zorg

voor de wereld en het behoud ervan. Maar ook de fase waarin mensen gevormd worden – de formatieve periode, van het 15de tot het 25ste levensjaar – kan daar in een rol spelen.

De protestgeneratie heeft het grootste aandeel in de groep hoog duurzamen. Bij hen heeft deze formatieve periode een rol gespeeld; denk aan waarden als maatschappelijk engagement, betrokkenheid en collectiviteit. De verloren generatie (generatie X) hecht juist aan waarden als veiligheid en welvaart. In deze generatie is het aandeel laag duurzamen weer aanzienlijk groter.



Figuur 2: Generaties en duurzaamheidswaarden; Nederland en Brabant. (Bron: *Een kwestie van smaak, duurzame consumptie in Brabant*, L. Knippenberg, K. Nauta en H. Horsten. Telos, Tilburg, 2004.)

De generatie die niet is meegenomen in dit *mentality*-onderzoek is de *screenager*-generatie. De per generatie afnemende duurzaamheidswaarden laten een somber beeld zien. Maar klopt deze analyse wel voor de toekomstige generatie, en kun je deze generatie wel langs dezelfde meetlat leggen?

Leefstijlen van jongeren

Ook voor jongeren is er onderscheid gemaakt naar de verschillende leefstijlen. Dit is beschreven in het *YoungMentality*-onderzoek. Dit onderzoek van Motivaction geeft de verschillende soorten jeugdculturen en leefstijlen weer. De indeling in zes groepen maakt duidelijk in welke mate jongeren (14- tot 18-jarigen) exploratief en statusgericht zijn ingesteld.

- Honkvaste gemakzoekers (10%) zitten het liefst thuis. Ze vinden hun familie erg belangrijk. Ook kijken ze veel televisie. Ze zijn tamelijk passief en niet zo ambitieus. Deze groep zoekt naar veiligheid.

- **Enthousiaste verkenners** (9%) zijn actief en nieuwsgierig, steeds op zoek naar iets nieuws, spanning en afwisseling, maar wel vanuit huis. Ze houden van gamen, willen van hun hobby hun beroep maken en zijn maatschappelijk betrokken.
- **Sociale aanpassers** (14%) zijn sterk gericht op vrienden en familie. Ze zijn niet graag alleen en zoeken gezelligheid. Ze maken gemakkelijk nieuwe vrienden en passen zich snel aan. Ze hebben een relatief laag mediagebruik. Ze houden niet van afwisseling en blijven graag thuis. Ze zijn toegewijd en maken zich niet zo druk over de samenleving. Ze willen later vooral een gelukkig gezin en hebben geen grote ambities.
- **Erkenningszoekers** (21%) zijn individualistisch en onzeker over uiterlijk en hun toekomst. Ze zijn erg bezorgd over hoe anderen over hen denken. Ze hebben een consumptief gedrag. Ze scoren hoog op de factor status. Hun smaak is doorsnee: 'normalo' of 'topveertigstijl'. Ze houden niet van afwisseling en ze zitten graag thuis.
- **Extraverte statuszoekers** (22%) zijn sociaal en statusgericht. Ze zijn materialistisch en hedonistisch, maar ook sterk gericht op vrienden. Ze houden van merk-kleding en *gadgets* en maken zich niet zo druk over de wereld. Ze willen later wel een goede baan en veel geld. Ze zijn beperkt exploratief.
- **Eigenzinnige idealisten** (24%) zijn exploratief en antiburgerlijk. Ze willen graag verre reizen maken. Ze zijn creatief en hebben een sterke betrokkenheid met de samenleving. Ze zijn minder materialistisch dan anderen, maar willen zich wel graag onderscheiden. Ze hebben dan ook een sterke experimenteerdrang. Ze willen zich ontplooiën en houden van afwisseling¹².

Allochtone jongeren zijn gemiddeld meer op status gericht dan autochtone jongeren, zo blijkt uit het *YoungMentality*-onderzoek van Motivaction, Sanoma Young en Young Works. Zij scoren ook hoog op de factor 'exploratie': kennelijk hebben veel allochtone jongeren de drang om aan de beperkingen van de ouderlijke cultuur te ontsnappen. Op idealisme scoren zij lager¹³.

Jongeren zelf aan het woord

Wat hebben jongeren nu met duurzame ontwikkeling? Als vervolg op de uitkomsten van het onderzoek van Telos en Motivaction is uitgebreid gesproken met vier groepen Brabantse jongeren – met verschillende opleidingen en achtergronden – over hun consumptiegedrag, hun afwegingen daarbij, hun toekomstverwachtingen en de verantwoordelijkheden die ze ervaren. Zij kregen een aantal vragen en dilemma's voorgeschoteld. De uitkomsten van de gesprekken leveren een genuanceerd beeld op.

Milieuvraagstukken scoren wanneer er zo naar gevraagd wordt niet hoog bij jongeren. Ook voor rampenscenario's zijn ze minder gevoelig. Wel vinden ze de sociale dimensie belangrijk:

'Een samenleving waarin iedereen elkaar kent; het gaat niet om de gebouwen en voorzieningen, maar om het goed met elkaar kunnen opschieten.'

Wat opvalt, is de nadruk op de persoonlijke keuze en het respect daarvoor.

De jongeren respecteren elkaars mening, binnen en buiten de groep.

Als het om de sociale dimensie van duurzaamheid gaat, zijn jongeren bereid de handen uit de mouwen te steken. Maar dan wel onder enkele voorwaarden:

- Er moet sprake zijn van een positieve aanpak, een focus op verbeteringen en haalbare doelen.
- Jongeren willen geraakt worden. Ze maken uit de vele prikkels die zij in hun zappend bestaan ontmoeten een selectie. Verwantschap voelen en vertrouwen hebben in partners is dan belangrijk.
- Jongeren binden zich zelden voor lang. Ze moeten mogelijkheden krijgen voor concrete betrokkenheid in een afgebakende periode.
- Participatie in duurzaam handelen moet iets opleveren. Waardering en respect zijn daarbij sleutelwoorden.

Aansluiten bij de leefwereld van jongeren gaat verder dan de taal gebruiken die zij spreken. Het gaat erom je te verdiepen in hun beweegredenen, hun vragen, problemen en mogelijkheden. Van daaruit moeten de initiatieven voor jongeren en duurzaamheid worden ontwikkeld.

Op zoek naar een succesvolle strategie

De logisch volgende stap is om van een analyse van de houding en het gedrag van hedendaagse jongeren te komen tot een succesvolle strategie om hen (meer) te betrekken bij duurzame ontwikkeling. De Brabantse Duurzaamheidsraad gaf het PON opdracht om een verkenning uit te voeren naar visies op zo'n strategie en om *best practices* op te sporen.

In het onderzoek¹⁴ zijn drie mogelijke benaderingen naar voren gekomen:

- Stimuleer de toekomstvisies van jongeren. Welke ideeën hebben zij over de toekomst als geheel en hun eigen rol daarbinnen? Organiseer platforms waar jongeren de kans krijgen om hun verwachtingen voor de toekomst en oplossingen voor maatschappelijke vraagstukken te benoemen en te etaleren.
- Geef actieve jongeren de ruimte; groepen en individuen vinden zelf eigen wegen om hun bestaan inhoud te geven. Vaak op een onorthodoxe wijze proberen ze

hun eigen droom te verwezenlijken, soms dwars tegen bestaande verhoudingen en structuren in.

- Leren zonder grenzen, op zoek naar nieuwe mogelijkheden. Hanteer een strategie om op zoek te gaan naar nieuwe mogelijkheden en vormen van leren – binnen en buiten het onderwijssysteem – die aansluiten bij ervaringen (ook buiten Nederland) en bij de nieuwe eisen die maatschappij en economie aan jongeren stellen.

Deze benaderingen sluiten elkaar niet uit; in de praktijk bestaat er zelfs overlap. Zo zijn er in Nederland tal van voorbeeldprojecten waarin de relatie tussen jongeren en duurzaamheid inhoud krijgt, zowel binnen als buiten het onderwijs.

Enkele *parels* uit Brabant:

- **Trippelpée** (www.trippelpée.nl)

In hun eigen woorden:

'Wij zijn jongeren van het Koning Willem I College in Den Bosch. In opdracht van het Provinciehuis Brabant hebben wij de Milieunota gelezen en opgepimpt voor jou. We vinden de aarde, mensen en alles daarom heen heel belangrijk.'

- **Jongerenambassadeurs Tilburg** (www.jongerenambassadeurs.nl)

In hun eigen woorden:

'De jongerenambassadeurs zijn een groep jongeren die zich actief inzetten voor alle jongeren uit de gemeente Tilburg. Veel jongeren beschikken over talenten, maar vaak zijn zij zich daar niet of maar gedeeltelijk van bewust. De jongerenambassadeurs spreken de jongeren (waar nodig) aan op hun talent en moedigen hen aan om dromen waar te maken. Dit doen wij enerzijds door de jongeren te stimuleren om zelf activiteiten te organiseren waarin ze hun talent, en dat van andere jongeren, kunnen laten zien. Anderzijds doen wij dit door bestaande initiatieven van jongeren te ondersteunen met kennis en eventueel met geld. We proberen ook voor elkaar te krijgen dat zoveel mogelijk jongeren hun stem laten horen en met ons meedenken over het Tilburgse jeugdbeleid.'

- **Were Di College Valkenswaard** (www.weredi.nl)

Volgens de directeur:

'Centraal uitgangspunt is het simpele gegeven dat je van kinderen moet houden. Laat dat een richtlijn van het handelen zijn. Were Di wil via een goede instroom- en determinatieprocedure leerlingen zo goed

mogelijke kansen bieden om een passend diploma te halen. Een passend diploma is een diploma van een onderwijssoort, dat niet alleen aansluit bij de capaciteiten (kennis, inzicht, vaardigheden) maar ook bij de interesses van de leerlingen. In het vervolgonderwijs blijken motivatie en de mate waarin jongeren zich thuis voelen binnen een gekozen studierichting belangrijkere succesfactoren dan capaciteiten alleen.

In het kwaliteitsbeleid van de school staan de volgende onderwijsdoelen centraal:

- *een effectieve schoolloopbaan;*
- *het behalen van het diploma;*
- *een goede kans van slagen in vervolgopleiding en beroep.*

In de onderwijspraktijk van Were Di gaat het niet alleen om het overdragen van kennisinhouden, maar ook om het aanleren van een scala van vaardigheden, zoals het vermogen om nieuwe kennisinhouden te verwerven. Arbeid is in belangrijke mate bepalend voor de kwaliteit van leven. Een goede keuze leidt binnen de school en binnen het vervolgonderwijs tot motivatie. De school wil leerlingen leren sociaal en sociaal weerbaar te zijn. Ze wil leerlingen leren verantwoordelijkheid te dragen en zelfstandig te zijn. De school wil leerlingen leren omgaan met de moderne informatie- en communicatietechnologie; en met name met het groeiend aanbod van beeldcommunicatie. De verschillende aspecten worden met de volgende leuzen aangeduid: Leren leren – Leren kiezen voor een beroep – Leren kiezen voor het leven – Leren leven in een moderne samenleving¹⁵.'

Slotopmerkingen

Het aanvankelijke pessimisme over de bereidheid van jongeren om mee te bouwen aan een duurzame toekomst is onterecht. Er zijn voldoende goede voorbeelden die het tegendeel bewijzen. Trek daaruit de lessen. Het is zaak te kiezen voor een juist label: 'duurzaamheid' is niet sexy en het is een te complex begrip. Neem jongeren serieus, geef ze verantwoordelijkheid en bied ruimte voor eigen invullingen. Projecten moeten verbinding hebben met het 'echte leven' en het jongeren mogelijk maken om er iets mee te doen op school en in de samenleving. Kortom: zoek de parels en verzilver de kansen die er zijn.

Over de auteur:

Drs. Kees Nauta is adviseur bij PON Instituut voor advies, onderzoek en ontwikkeling in Noord-Brabant.

5 Actie is de oplossing

Een jonge blik op duurzaamheid

Kido Koening en Esther de Wit

Zijn jongeren bereid te betalen voor duurzame producten? Hoe willen ze op school in aanraking komen met duurzame ontwikkeling? En voor welke onderwerpen zouden zij zich dan willen inzetten? Deze vragen werden in 2007 gesteld in het project 'Doe Mee!', georganiseerd door de Nationale Jeugdraad. Het project bestond uit een onderzoek naar jongeren en hun duurzaamheidsgedrag, verschillende debatten en een doorlichting van de Tweede Kamer op het gebied van duurzame ontwikkeling. Dit hoofdstuk geeft de resultaten van het onderzoek en enkele resultaten van de debatten weer. Het onderzoek peilde de mening van jongeren over wat zij belangrijk vinden aan duurzame ontwikkeling, hoe zij zich hiervoor inzetten en wat zij goede manieren vinden om dit in school- of privé-verband vaker te doen.

Het onderzoek werd gehouden onder 808 jongeren in het middelbaar onderwijs (48% vmbo, 29% havo, 17% vwo, 1% mbo en 5% onbekend). De man-vrouwverhouding onder deze groep was gelijk en 32% had een of meerdere ouders die niet van Nederlandse komaf zijn. Bij de debatten waren voornamelijk hoger-opgeleide jongeren aanwezig; zij gingen in debat met experts uit het bedrijfsleven en met jongeren van politieke jongerenorganisaties. Tijdens de debatten vormden concrete onderwerpen als klimaatbeleid, bio-industrie en kledingindustrie het uitgangspunt voor een discussie over de verschillende aspecten van duurzame ontwikkeling.

Om duurzame ontwikkeling te vertalen naar een voor jongeren begrijpelijk en interessant concept, werd 'People-Planet-Profit' vertaald naar 'armoede en milieu'. In plaats van 'duurzame ontwikkeling' werd er gesproken over 'een betere wereld'. Ook werden er steeds voorbeelden genoemd die dicht bij de leefwereld van de jongeren staan en werden abstracte termen voor de jongeren toegankelijk gemaakt.

De jongere als consument

In het onderzoek is eerst het individuele gedrag van jongeren op economisch gebied onderzocht, oftewel: hun aankoopgedrag. Dit is vertaald naar concrete dilemma's, zoals: Welke gel, chocola of broek koop jij: een dure duurzame of

een goedkopere gewone variant? Bij gel geeft 40% van de jongeren aan voor de duurzame variant te kiezen. Bij chocola en spijkerbroeken is dit opvallend genoeg 30%, terwijl 43% de goedkope variant kiest. Maar als op de duurzame spijkerbroek duidelijk – door middel van een logo – wordt aangegeven dat het om ‘een eerlijke broek’ gaat, geeft 40% van de jongeren aan deze broek te kopen, terwijl 22% het niet weet en 38% voor de goedkope broek kiest. Opvallend is dat van de jongeren met niet-westerse ouders een groter percentage aangeeft voor een duurzaam kledingstuk te zullen kiezen; 15% meer dan westerse jongeren.

Ook tijdens de debatten is er gepraat over keuzes die je als jonge consument maakt. Tijdens het eerste debat over klimaatverandering kwam duidelijk naar voren dat de aanwezige jongeren niet extra willen betalen voor hun toenemende consumptiegedrag. De oplossing ligt volgens hen eerder in technologische innovatie dan in gedragsverandering door prijsstijging en labels. Tijdens het debat over bio-industrie bleek vooral de prijs een belangrijke belemmering voor jongeren te zijn om voor biologisch vlees te kiezen. Toch geven veel jongeren aan dat ze de huidige productiemethoden niet meer thuis vinden horen in deze maatschappij, en dat ze eigenlijk biologisch vlees zouden moeten kopen. Tijdens het debat over de kledingindustrie bleken weinig jongeren in bezit te zijn van duurzame kleding. Ook hier is de prijs een belangrijke belemmering, hoewel ook de onherkenbaarheid een grote rol speelt.

Informatieverstrekking

Verder is gekeken naar informatie die jongeren (denken te) hebben over ‘een betere wereld’. Van de onderzochte groep zegt 40% genoeg te weten over een betere wereld; maar liefst 38% zegt stellig niet genoeg te weten; 22% geeft aan niet te weten of ze genoeg kennis hebben over een betere wereld. Daar staat tegenover dat slechts 24% van de jongeren zelf ooit heeft gezocht naar informatie over een betere wereld.

Tegelijkertijd vindt 54% van de jongeren dat hun school onvoldoende aandacht besteedt aan een betere wereld, terwijl 23% de tijd die aan wereldproblemen wordt besteed wel voldoende vindt en eveneens 23% niet weet of er genoeg aandacht aan dit onderwerp wordt besteed.

Er lijkt dus bij de leerlingen een behoefte te bestaan aan meer informatie. Op de vraag in welke vakken er dan aandacht zou moeten worden besteed aan een betere wereld, kwamen de volgende antwoorden naar voren:

- maatschappijleer: discussiëren over bijvoorbeeld armoede en mensenrechten;
 - aardrijkskunde: bijvoorbeeld het opraken van energiebronnen, klimaatverandering;
 - geschiedenis: ontstaan van oorlogen, mensenrechten;
 - economie: bijvoorbeeld schulden van ontwikkelingslanden, globalisering.
- Ook levensbeschouwing en biologie worden door de jongeren genoemd als vakken die hieraan aandacht zouden kunnen besteden.

Samen sterk!

Behalve individuele actie bestaat de mogelijkheid om samen wat aan duurzaamheid te doen, bijvoorbeeld thuis of op school. Dit sociaal leren in groepsverband wordt vaak ervaren als leuker: je kunt van elkaar leren en elkaar motiveren.

Een meisje van 18 jaar (vwo) vindt de school een geschikte leeromgeving:

‘Omdat we heel veel tijd op school besteden en ook verschillende mensen ontmoeten die ook andere ideeën kunnen hebben.’

Een grotere schaal zorgt voor een grotere impact. Een meisje van 14 jaar (vmbo):

‘Als meer scholen dat (zich inzetten voor een betere wereld) gaan doen, kunnen we organisaties steunen.’

De Nationale Jeugdraad onderzocht waar en hoe jongeren zich willen inzetten voor duurzame ontwikkeling. School blijkt voor 63% van de jongeren een goede plaats te zijn om je in te zetten voor een betere wereld; 54% vindt (ook) thuis een geschikte plaats om de wereld te verbeteren. Wel wordt de effectiviteit hiervan door de jongeren in twijfel getrokken. Met name jongens betwijfelen of er genoeg mensen zullen meedoen om het verschil te maken. Dit gevoel is sterker voor de thuissituatie dan voor school maar speelt op beide terreinen een rol. Oudere jongeren zijn over het algemeen positiever over ‘thuis werken aan een betere wereld’ dan jongere jongeren. En de bereidheid van familieleden om mee te doen wordt in twijfel getrokken:

‘Mijn vader is er niet echt in verdiept.’ (meisje, 15, vwo)

‘Ik weet niet of iedereen van thuis zal meedoen.’ (jongen, 15 jaar, vmbo)

Op de vraag wat zij in de schoolsituatie belangrijker vinden, milieu of armoede, geeft 37% van de jongeren aan armoede belangrijker te vinden dan milieu, terwijl eveneens 37% milieu en armoede even belangrijk vindt en 19% milieu op de eerste plaats zet. Thuis liggen de verhoudingen anders: 33% vindt milieu en armoede even belangrijk, terwijl 29% armoede en 26% milieu op de eerste plaats zet.

Wat doen we?

Op de vraag hoe men zich dan moet inzetten voor het terugbrengen van armoede, blijkt het steunen van goede doelen, zowel thuis als op school, favoriet; 60% resp. 67% procent van de jongeren ziet dit als een speerpunt. Daarnaast kiest 36% van de jongeren ook voor mensenrechtenacties op school, terwijl dit voor de thuissituatie met 21% slechts op de derde plek komt. Thuis bleek duurzaam inkoopgedrag populairder met 32% (op school 35%). Veel leerlingen zien ook wat in het inzamelen van kleding:

'Kleren die ik niet pas stuur ik op.' (jongen, 12 jaar, havo)

Prioriteiten

Verder is onderzocht welke prioriteiten jongeren stellen wanneer het gaat om sociale en milieuproblemen. Hier vinden we de volgende resultaten:

	Belangrijk	Geen mening	Onbelangrijk
Voedseltekort in ontwikkelingslanden	88%	10%	2%
Waterschaarste (tekort aan bijvoorbeeld drinkwater)	86%	10%	4%
Kinderarbeid	81%	15%	4%
Milieuvervuiling	72%	22%	6%
Verdwijnen van regenwouden	69%	23%	8%
Gevolgen van klimaatverandering	68%	26%	6%
Opraken van energiebronnen als olie en aardgas	68%	23%	9%
Dierenwelzijn en bio-industrie	48%	39%	13%
Uitputting van landbouwgrond en overbevissing	46%	41%	13%
Ongelijke welvaartsverdeling	43%	43%	14%

Tabel 1: Antwoorden op de vraag: 'Wat vind jij van de volgende problemen?'

Opvallend is dat vooral meisjes (91%) de aanpak van kinderarbeid erg belangrijk vinden. Ongelijke welvaartsverdeling wordt vooral belangrijk gevonden door jongeren met een niet-westerse achtergrond (56%).

Ook is er gevraagd aan welke problemen de jongeren zelf iets denken te kunnen doen. Milieuvervuiling, klimaatverandering en kinderarbeid zijn volgens hen gemakkelijker zelf aan te pakken dan welvaartsverdeling, uitputting van grondstoffen (vis, landbouwgrond, water) en het verdwijnen van regenwouden.

Tijdens de debatten bleek dat jongeren verwachten dat innovatie zou kunnen helpen bij het oplossen van problemen. Ook het verlagen van de prijzen van

bijvoorbeeld biologisch vlees zou er volgens hen toe bijdragen dat zij eerder deze producten kopen. Tijdens het *fashion*-debat kwam naar voren dat jongeren ook de eigen verantwoordelijkheid van consumenten belangrijk vinden om tot een betere situatie te komen.

Sociaal leren

In het onderzoek is speciale aandacht besteed aan het fenomeen 'sociaal leren voor duurzame ontwikkeling'. Sociaal leren kenmerkt zich door groepsgericht en omgevingsgericht leren en is geschikt voor situaties die vragen om een heroriëntatie van bestaande routines, uitgangspunten, principes en waarden¹⁶. Een kenmerkend aspect van sociaal leren is de verbondenheid met mensen; de hechtheid van het netwerk bepaalt grotendeels het succes. De school is een goede omgeving voor sociaal leren. Daar bevinden de leerlingen zich onder leeftijdsgenoten en vrienden. In het onderzoek is daarom gevraagd aan welke naschoolse activiteiten de jongeren op school zouden willen meewerken.

Geld inzamelen voor een goed doel	44%
Kookcursus: biologisch eten	33%
Kennisquiz	29%
Auto-en-scootervrije dag organiseren	28%
Modeshow met eerlijke kleding (kleding gemaakt onder eerlijke arbeidsomstandigheden)	26%
Regelmatig een leerzame film vertonen over mensenrechten of milieu	23%
Scheurkalender op elk toilet met informatie over een betere wereld	22%
Posters met tips voor energiebesparing	21%
Elke maand een actie, bijvoorbeeld: zuinig met licht, iets met mensenrechten	20%
Meedoen aan demonstratie tegen bijvoorbeeld kappen van regenwouden, schending van mensenrechten	17%
Wedstrijd 'diervriendelijkste school'	17%
Brieven schrijven voor Amnesty International	16%
Samenwerking met andere school als het gaat om een duurzame wereld	16%
Competitie: wie is het zuinigst met energie?	15%
Artikelen schrijven in de schoolkrant over een betere wereld	13%
Duurzaam protocol (= handleiding en regels voor een school die zich inzet voor een betere wereld)	10%

Tabel 2. Aan welke naschoolse activiteit zou je willen meewerken? (meerdere antwoorden mogelijk)

Ook is aan de jongeren gevraagd hoe zij hun eigen rol inschatten om een verschil te kunnen maken en een betere wereld te bereiken. 60% van de jongeren was het daarbij niet eens met de stelling dat actievoeren geen verschil maakt. Slechts

35% van de jongeren vindt het belangrijk dat hun stem gehoord wordt als het gaat om hun ideeën voor een betere wereld. Vooral hogeropgeleide en oudere jongeren vinden het belangrijk dat ze gehoord worden. Bijna de helft van de jongeren heeft echter geen mening over het belang van hun rol.

Ook opvallend is dat 61% van de jongeren vindt dat de overheid niet genoeg doet aan het verbeteren van de wereld, terwijl 27% hierover geen mening heeft.

Tot slot konden de jongeren invullen wat ze zelf zouden doen om de wereld te verbeteren. Hier kwamen de volgende ideeën naar voren:

- inzamelingsacties voor geld en kleding;
- vrijwilligerswerk of verantwoord werk bij een NGO¹⁷;
- het veranderen van het (consumptie)gedrag, bijvoorbeeld lichten vaker uitdoen;
- verantwoorde producten kopen;
- afval scheiden;
- minder vlees eten, biologisch vlees eten;
- watergebruik verminderen enzovoort.

Ook werd geopperd om interactieve simulatiespellen te organiseren, om zo meer kennis op te doen over hoe een betere wereld in elkaar zit.

Opvallende bevindingen

Wat opvalt in het onderzoek is dat vooral jongeren met een niet-westerse achtergrond bereid zijn om duurzaam geproduceerde goederen te kopen. Ook ziet deze groep grotere problemen in de oneerlijke verdeling van de welvaart. Verder is interessant dat jongeren zich meer zorgen maken over de armoedeproblematiek dan over milieuproblemen. Veel jongeren vinden dat er op school meer aandacht zou kunnen worden besteed aan duurzame ontwikkeling. De school wordt door de jongeren ook gezien als een zinvolle plek om met elkaar te werken aan een betere wereld, meer dan thuis. Een groot deel van de jongeren gelooft dat zij zelf met acties een werkelijk verschil kunnen maken, hoewel jongens daarover wat sceptischer zijn dan meisjes.

Over de auteurs:

Kido Koening is voorzitter van de Nationale Jeugdraad. Esther de Wit is bestuurslid Duurzame Ontwikkeling van de Nationale Jeugdraad.

De Nationale Jeugdraad is de koepelorganisatie van Nederlandse jongerenorganisaties en wil dat jongeren kunnen meedoen, meedenken en meebeslissen

over alles wat zij belangrijk vinden. Daarom organiseert de Nationale Jeugdraad projecten om jongeren bij hun leefomgeving en de besluitvorming hieromtrent te betrekken. Ook stimuleert de Nationale Jeugdraad het eigen initiatief van jongeren.

6 Gewoon doen!

Jongeren, duurzaamheid en onderwijs

Antoine Heideveld

Duurzaamheid is een logisch onderdeel van het denkpatroon van jongeren van nu. Niet praten, maar doen. Niet moeilijk allerlei alternatieven bekijken en net die ene winkel in de stad vinden die ecologisch kattenvoer heeft, maar gewoon *mainstream*. Bij de supermarkt om de hoek, in het café, in de manier waarop je anderen behandelt. 'Respect' is hierbij het kernbegrip. Kort door de bocht is het verschil met de oudere generaties dat die vooral over duurzaamheid praten en het als iets extra's beschouwen, waar je je extra voor moet inspannen, terwijl de nieuwe generatie het ziet als een gewoon onderdeel van het leven.

Wat betekent dit voor het onderwijs? Hoe zien jongeren duurzaamheid daar graag terugkomen? Moeten docenten zich anders opstellen, op een andere wijze onderwijs geven?

Als het klopt dat duurzame ontwikkeling een logisch onderdeel is van het denkpatroon van de nieuwe generatie, dan betekent dat veel voor het onderwijs. Hier volgt een eerste aanzet tot beantwoording van bovenstaande vragen. Mede op basis van een workshop over dit thema tijdens het symposium 'De Versnelling', georganiseerd door DHO, het netwerk voor duurzame ontwikkeling in het onderwijs van hogescholen en universiteiten. Er komen vier hoofdlijnen naar voren:

- het *mainstream*-gehalte;
- 'niet praten maar doen';
- de naam van het beestje (noem je het 'duurzaam' of iets anders);
- 'what's in it for me?'

Mainstream

Maak duurzame ontwikkeling een volledig geïntegreerd onderdeel van het onderwijs. Niet als apart vak of als apart onderdeel van een vak, maar opgenomen in de vakken van het curriculum.

Wanneer men duurzaamheid in een opleiding belangrijk vindt, kiest men tegenwoordig vaak voor het aanbieden van een apart vak. Dat is relatief eenvoudig: maak een mooi vak en bied dat aan, als keuzevak of als verplicht onderdeel.



Jongeren van nu staan echter vaak lacherig tegenover dit soort vakken. Denk hierbij aan de niet al te serieuze opstelling van leerlingen bij maatschappijleer, wetenschapsdynamica of filosofie: vakken die je verplicht volgt maar die geen directe relatie hebben met een vak dat je gekozen hebt. Dit soort vakken kunnen doorgaans rekenen op een andere en minder positieve benadering dan vakken die direct aansluiten bij de gekozen opleiding. Als er binnen een mbo-opleiding installatietechniek een vak over maatschappij wordt gegeven zal dat minder aanslaan dan als de vragen uit de maatschappij (bijvoorbeeld over zonneboilers) worden behandeld als onderdeel van een vak dat gaat over de relatie met de klant.

Nog een voorbeeld. Bij de opleiding economie moet duurzaamheid niet worden behandeld als apart keuzevak of als hoofdstuk 21 binnen het vak macro-economie. Wat wel kan, is duurzaamheid integreren in vraagstukken die al aan bod komen. Bij een vak over handel kunnen dan vragen spelen als: Wat zijn de gevolgen van invoerheffingen van de Europese Unie voor de handelspositie van een land als Ghana? Wat betekent het voor de Ghanese economie als alle importheffingen op chocola komen te vervallen?

Kortom, zorg ervoor dat duurzame ontwikkeling een logisch onderdeel is van vakken die direct aansluiten bij de kern van de opleiding. Staat ondernemen centraal, behandel dan het onderwerp maatschappelijk verantwoord ondernemen. Staat installeren centraal, behandel dan ook de nieuwste technieken uit de duurzame hoek. En dan niet als 'nu gaan we kijken naar duurzame alternatieven', maar als 'we gaan kijken naar verschillende technieken waar je als installateur mee in aanraking komt: de keukenboiler, de hr-ketel, warmtekrachtkoppeling, de zonneboiler en waterzijdig inregelen'.

Inspireren en doen

Een ander element uit de belevingswereld van de nieuwe generatie is het idee van 'boter bij de vis'. Niet alleen praten maar direct doen. Wat kunnen we nu en hier doen? Geen discussies zonder handelingsperspectief of waar je alleen maar treurig van wordt omdat de problemen zo hemeltergend groot zijn. Leerwerktrajecten, stages en *real-live*-projecten zijn hier van belang.

Een mooi voorbeeld van leerwerktrajecten is te vinden op de Christelijk Hogeschool Nederland (CHN) in Leeuwarden. In de bacheloropleiding *international hospitality management* krijgen studenten in alle vier de leerjaren onderwijs over

waardegedreven leiderschap. Hoe kun je als ondernemer succesvol opereren en waarden als zorgen voor jezelf, zorgen voor de ander en zorgen voor de wereld een plek geven? In het tweede jaar van de opleiding leren de studenten in workshops 'waardegedreven leiderschap' de *seven habits of highly effective people* (naar Covey). Eigen verantwoordelijkheid, doelgerichtheid, waarden/principes en de meerwaarde van diversiteit zijn belangrijke elementen van de workshops. In het derde studiejaar wordt de inhoud van de workshops in praktijk gebracht. Studenten laten in leerbedrijf Hotel Wyswert zien in hoeverre zij de zeven gewoontes van effectief leiderschap in de vingers hebben. Hotel Wyswert is een 'leiderschapshotel' van de hogeschool en wordt gerund voor en door 'principegedreven leiders' in de internationale gastvrijheidsindustrie. Het leerbedrijf moedigt studenten aan om te denken en te werken vanuit het paradigma van de gehele mens en zijn vier basisbehoeften: leven, liefhebben, leren en iets nalaten.

Ook de *community*-week van het Koning Willem I College in Den Bosch past in dit kader. Leerlingen krijgen een week de tijd om een maatschappelijke instelling (kinderdagverblijf, speeltuin), bedrijf of overheidsinstantie in de gemeente actief te helpen om een concreet probleem op te lossen. De leerlingen dienen hierbij hun expertise vanuit de studie in te zetten. Voorbeeld hiervan is het natuurlijk en kindvriendelijk inrichten van een tuin van een kinderdagverblijf door leerlingen van de opleiding tuinarchitectuur. Hoe voelen kleine kinderen zich optimaal thuis in de tuin en hoe komen ze in aanraking met de natuur? De deelnemende leerlingen maken in de week een planning en een voorstel, dat ze direct uitvoeren. Handen uit de mouwen!

Maar let op! Er zijn vele geluiden van zowel docenten als leerlingen waaruit blijkt dat het projectmatig werken niet moet doorslaan. Leerlingen willen ook les krijgen en inhoudelijk geïnspireerd worden door bevlogen docenten en aansprekende gastdocenten. Optimaal hierbij is een combinatie van kennisoverdracht en zelf aan de slag kunnen, waarbij de kennis aansluit bij wat de leerlingen in het project gaan doen. Tevens slaan projecten die fictief zijn meestal niet goed aan: leerlingen geven aan dat zij het liefst hun kennis en kunde daar beschikbaar stellen waar er ook echt iets mee gebeurt. Geen werkstuk of artikel inleveren over duurzame energie, maar een opdracht uitvoeren voor een bestaand architectenbureau dat duurzame energie in nieuwe woningen wil integreren.

Wat opvalt in dit 'doen' is dat de oude schotten verdwijnen. Je kunt geen opdracht uitvoeren voor een bestaand bedrijf en dan puur kennis uit je discipline toepassen. Kennis van andere disciplines en van buiten het onderwijs wordt direct ingezet. Interdisciplinair onderwijs en praktijkgericht onderwijs sluiten hier goed op aan. Ook het concept 'sociaal leren' past hier goed bij: leren in een setting buiten de schoolmuren en met *stakeholders*.

Benoemen

Bij de meeste voorbeelden valt op dat het woord 'duurzame ontwikkeling' niet genoemd wordt. De inhoud van 'duurzame ontwikkeling' (kort samengevat als evenredige aandacht voor *People, Planet* en *Prosperity* en ervoor zorgen dat er geen afwenteling plaatsvindt) komt echter wel terug. Dit sluit aan bij de belevingswereld van de nieuwe generatie. Het begrip 'duurzame ontwikkeling' doet al snel denken aan lange vergaderingen en moeizame beslissingen. Gaat het over 'cradle to cradle' of waardegedreven leiderschap, dan spreekt dat veel meer aan. Dat zijn concepten waar je meteen een beeld bij hebt en waar je direct mee aan de slag kunt. Essentieel hierbij is dat met het kiezen van een andere benaming de kern van 'duurzame ontwikkeling' niet verdwijnt.

What's in it for me?

De nieuwe generatie wordt niet zo aangesproken door het idee om alleen goed te doen voor een ander of voor de wereld. Je doet het ook voor jezelf. Let wel: 'ook'! Het is prima om iets te doen tegen milieuvervuiling of armoede, als je er zelf ook beter van wordt. Dit 'beter' kan vorm krijgen in het opdoen van een stevig netwerk door het werken aan een project. Of in het plaatsen van een mooi project op je cv. Of in geld verdienen. Of in eindelijk die bekende persoon over jouw onderwerp te horen vertellen. Of...

Dit betekent ook: zoek het dicht bij huis. Een project rond een beek in Limburg waar boeren de grondwaterstand willen verlagen en natuurorganisaties die juist willen verhogen, spreekt op een mbo-instelling in Limburg meer aan dan een project over boeren in Guatemala, hoe interessant ook. Als docent kun je echter heel goed projecten over onderwerpen die wat verder weg liggen, benaderen vanuit de directe leefomgeving. Dus eerst de beek in Limburg en dan een soortgelijk voorbeeld in een ander land. Zo sluit je aan bij de leefomgeving van de leerlingen en raak je de leerlingen ook.

Conclusie

Duurzaamheid slaat aan bij jongeren. Niet het begrip zelf, wel de inhoud daarvan. Eerlijkere wereldhandel, technische innovatie waarbij schoner wordt geproduceerd en vernieuwbare hulpbronnen worden gebruikt, respect voor andere mensen en culturen, aandacht voor klimaatverandering en voor achterstandswijken. Voor het onderwijs betekent dit niet een extra vak over het klimaat of over eerlijke verdeling. Het betekent dat de inhoud van 'duurzaamheid' geïntegreerd moet zijn in het reguliere onderwijsaanbod. Het hoort bij de beroepscompetenties van een goede professional. Je bent als leerling pas goed opgeleid voor een plek in de samenleving van morgen als duurzaamheid een onderdeel was van je opleiding.

Een professional – of het nou gaat om een manager, een installateur, een econoom of een welzijnswerker – weet van wanten, ook op het vlak van duurzaamheid. Het beroepenveld vraagt erom en de leerling wil het. Nogmaals: niet als extra profiel of specialisatie, maar als onderdeel van de beroepscompetenties. Niet puur vanuit de eigen discipline, maar naar buiten en in interactie met anderen: andere disciplines, andere culturen en andere *stakeholders*.

Dit betekent nogal wat voor het onderwijs. Alleen al in het mbo zijn er honderden opleidingen en elke opleiding bestaat weer uit tientallen vakken. Het betekent dat al die duizenden docenten, opleidingsmanagers en onderwijsdirecteuren moeten nadenken over de logische plek die inhouden van 'duurzame ontwikkeling' kunnen innemen in het curriculum. En dan ook nog op een manier die aanspreekt: concreet, veel *real-live*-projecten die daadwerkelijk een bijdrage leveren waar de student zelf wat aan overhoudt, *flashy* verpakt (met veel multimedia) en inhoudelijk interessant. Het is geen sinecure, maar gelukkig houdt onderwijzend Nederland wel van een positieve uitdaging.

Er zijn in Nederland al voorbeelden van goed gelukt onderwijs waarbij duurzame ontwikkeling als logisch onderdeel van het curriculum wordt aangeboden. Enkele van deze voorbeelden zijn te zien op www.balanceermee.nl, www.duurzaammbbo.nl en www.duurzamepabo.nl

Over de auteur:

Antoine Heideveld is werkzaam bij SenterNovem voor het programma Leren voor Duurzame Ontwikkeling. Bovendien is hij voorzitter van de stuurgroep van Duurzaam MBO en secretaris van Stichting Duurzaam Hoger Onderwijs.

7 Conclusie

Al jaren proberen we op allerlei manieren jongeren bewust te maken van duurzame ontwikkeling. In het onderwijs en daarbuiten drukken we ze met hun neus op de feiten, laten het probleem zien en proberen zo de juiste attitude af te dwingen. Maar waar staan de huidige jongeren zelf eigenlijk? Wat en hoe willen zij zelf leren over duurzame ontwikkeling? Tijd voor een perspectiefwisseling!

Staan jongeren anders tegenover duurzame ontwikkeling? Deze vraag lijkt bevestigend beantwoord te kunnen worden. De waarden van de *screenagers* zijn fundamenteel anders dan die van voorgaande generaties. De *screenagers* zijn opgegroeid in een tijd waarin het normaal was om na te denken over de beperkte houdbaarheid van onze aarde. Waarden als respect, samen aanpakken en verantwoordelijkheid staan hoog in het vaandel. Een 'globaal' bewustzijn en het direct geconfronteerd worden met de gevolgen van het eigen handelen hier voor andere wereldregio's dragen daaraan bij. Hun waardesysteem is de voedingsbodem voor een permanente plek van duurzaamheid op de maatschappelijke agenda. De inhoud achter het begrip 'duurzaamheid' slaat aan. Ga maar na: jongeren van nu zijn opgegroeid met de wetenschap dat bronnen eindig zijn, dat je afval moet scheiden, dat de pandabeer wordt bedreigd. Duurzaamheid is bij de huidige generatie al geïnternaliseerd; zij gaat er alleen anders mee om dan eerdere generaties verwachten.

Een verheven term als 'duurzaamheid' is een manier om niet meteen te hoeven handelen. Het gaat om onderwerpen waar je niet over moet discussiëren, want dan krijg je er alleen maar verschil van mening over. Praten voorkomt dat je iets doet. Je moet gewoon – iedere dag opnieuw en met zoveel mogelijk respect – je dingen doen, met elkaar omgaan, en weten dat niet altijd alles lukt.

Maar waar moeten we dan op letten wanneer we een betere, sociale en milieuvriendelijke wereld willen creëren voor de toekomst? 'Doe het oprecht en pak het planmatig aan' lijkt het adagium. Niet met veel woorden en nieuwe termen, niet proberen iets in hun taal te verpakken, maar concrete actie en verbonden met hun eigen directe belevingswereld. Niet kleren inzamelen voor Guatemala, maar koop een nieuwe trui uit Guatemala die ook nog eens trendy is. Of gewoon die lekkere chocola die ook nog eens verantwoord is. Laat jongeren zelf die keuze maken. Ze vragen om verantwoording van de producent. Ze vormen hun oordeel

op basis van wat ze ervaren en beleven. Het is niet oké om gympen te hebben die gemaakt zijn door kindslaven. In Rotterdam wil men de eerste duurzame nachtclub realiseren, waarbij de energie van de dansvloer gebruikt wordt voor de verlichting. Duurzaamheid hoeft niet ten koste te gaan van de levenskwaliteit. Integendeel. Zoek de win-winsituaties op.

De onderzoeken en analyses laten één ding duidelijk zien: zet duurzame ontwikkeling vooral niet neer als een apart vak, maar integreer de inhoud van 'duurzaamheid' in het reguliere onderwijsaanbod. Integreer het in de reguliere vakken. Alle opleidingen hebben raakvlakken met duurzame onderwerpen. Geef voorbeelden, laat de leerlingen projecten uitvoeren. Laat hun de gevolgen van hun handelen zien. En laat ook zien hoe je het dan wél doet: letten op kwaliteit; samenwerken met andere disciplines, culturen en *stakeholders*. Leid de leerlingen op tot zelfstandige, vaardige en onafhankelijke mensen. Geef ze ruimte voor eigen ideeën.

Noten

- 1 Beyond Individualism/Collectivism: New Cultural Dimensions of Values. In: U. Kim, H. C. Triandis, C. Kagitçibasi, S. C. Choi and G. Yoon, Newbury Park, CA, Sage, 1994, p. 85-119.
- 2 D. Yankelovich et al., The World at Work: An International Report on Jobs, Productivity and Human Values, Octagon Books, New York, 1985.
- 3 R. Inglehart, Modernization and Postmodernization: Cultural, Economic and Political Change in 43 Societies, Princeton UP, 1997.
- 4 www.motivaction.nl/wat/modellen/mentality-instrumenten.html.
- 5 R. de Moor (red.), Values in Western Societies, Tilburg, Tilburg University Press, 1995, p. 271.
- 6 www.worldvaluessurvey.org; Inglehart 1997.
- 7 www.nvo2.nl/images/docs/artikel%20b4.doc
- 8 Naar: Vlieg lekker naar New York, maar laat ook 59 bomen planten. In: NRC/Handelsblad, 19 november 2005.
- 9 Idem.
- 10 *People Planet Profit* zijn de drie pijlers die gebruikt worden in het denken over duurzame ontwikkeling. Iets is pas duurzaam wanneer alle drie de pijlers terugkomen. *Profit* wordt tegenwoordig vaak vervangen door *Prosperity*.
- 11 Een kwestie van smaak, duurzame consumptie in Brabant, L. Knippenberg, K. Nauta en H. Horsten. Telos, Tilburg 2004, p. 24-26.
- 12 Over het *YoungMentality*-onderzoek van Motivaction, Youngworks en Sanoma Uitgevers Young. In: The young ones, Jongeren en duurzaamheid, K. Nauta en A. van den Wakker. PON, Tilburg, januari 2006, p. 32 - 33.
- 13 De zes leefstijlen van de Nederlandse jeugd. In: Volkskrant, 24 november 2005.
- 14 The young ones, Jongeren en duurzaamheid, K. Nauta en A. van den Wakker. PON, Tilburg, januari 2006, p. 7.
- 15 The young ones, Jongeren en duurzaamheid, K. Nauta en A. van den Wakker, PON, Tilburg, januari 2006, p. 31.
- 16 De akoestiek van sociaal leren, N. van der Hoeven, A. Wals en H. Blanken. Programmabureau Leren voor Duurzame Ontwikkeling/Senternovem (reeks Duurzame ontwikkelingen), Utrecht 2006/2007
- 17 Non-gouvernementele organisatie

Colofon

Teksten

Hiteq, Hilversum
Drs. Judith van Heeswijk

Redactie

Bert Herben, Amsterdam

Organisatie en productie

Hiteq, Hilversum
Max Hoogenraad-Veeran

Ontwerp

Sjoukje Ziel grafisch ontwerp
helder ! ontwerpgroep, Amersfoort

Illustraties

cliffhanger visuals, Rotterdam
Seger van Wijk

Drukwerk

DigiPrint, Nijkerk

Uitgave

© 2008 Hiteq, Hilversum
Bestelnummer H00012

Opdrachtgever

Hiteq, centrum van innovatie

Programmaleider Maatschappij

Drs. Judith van Heeswijk

Met bijdragen van

Drs. Liliane van Lier – SARV International
Drs. Kees Nauta – PON
Esther de Wit – Nationale Jeugdraad
Kido Koning – Nationale Jeugdraad
Drs. Antoine Heideveld – LvDO, Senternovem

In deze publicatie zijn illustraties opgenomen. Over de plaatsing van de meeste illustraties hebben we contact gehad met de maker en de bron vermeld. Mocht iemand menen rechten te ontfemen aan een van de illustraties waarvan we de maker niet hebben achterhaald, dan verzoeken wij contact op te nemen met Hiteq.

Deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar gemaakt na schriftelijke toestemming van de uitgever via info@hiteq.org