

Deze tekst is gepubliceerd als Hautekeur, G., & Steyaert, J. (2008). Nieuwe media en samenlevingsopbouw, in A. Desmet, H. Baert, M. de Bie & L. Verbeke (Red.), *Handboek samenlevingsopbouw in Vlaanderen* (pp. 649-664). Brugge: Die Keure.

Reacties zijn welkom op [j.steyaert@fontys.nl](mailto:j.steyaert@fontys.nl)

## Handboek samenlevingsopbouw

3<sup>de</sup> editie, 2008

### 6 Methoden

#### 35 Nieuwe media en samenlevingsopbouw

Gerard Hautekeur en Jan Steyaert

Gerard Hautekeur is stafmedewerker bij Samenlevingsopbouw Vlaanderen en hoofdredacteur van het tijdschrift TerZake. Hij is te bereiken op [gerard.hautekeur@samenlevingsopbouw.be](mailto:gerard.hautekeur@samenlevingsopbouw.be)

Jan Steyaert is lector bij Fontys Hogeschool Sociale Studies in Eindhoven en bijzonder hoogleraar aan de University of Southampton. Hij is te bereiken op [j.steyaert@fontys.nl](mailto:j.steyaert@fontys.nl)

#### **Summary:**

#### **Community development (CD) creates digital networks for disadvantaged communities**

The new information and communication technology (ICT) offers new opportunities, but a new divide is imminent between those who are on the electronic highway and those who must stick to secondary roads. This is particularly true for the target groups of CD, such as long-term unemployed and poorly-educated residents. Researchers have pointed out that poor households are lagging behind in the diffusion of ICT. Although access to ICT is still a bottleneck for certain groups, several authors argue that the real disparities are related to the ICT skills and are also linked to the way ICT is used. Moreover, social networks play a key role in appropriating new technologies. In combating the digital divide a neighbourhood oriented approach is appropriate. The focus thereby is on enhanced access, needed skills and social networks. This is not an exclusive task for CD, which should establish partnerships with other organisations. We consider the foremost task of CD as that of creating digital networks where ICT can offer an added value for deprived citizens. A preliminary condition is that CD itself possesses the necessary skills in order to reap the digital dividends in participation projects.

## Nieuwe media en samenlevingsopbouw

### INLEIDING

De nieuwe informatie en communicatietechnologie (ICT) speelt een almaar indringender rol en heeft directe consequenties voor ons dagelijks leven: zo is elektronisch bankieren goedkoper dan de bankverrichtingen aan het loket, reizigers hoeven niet meer aan te schuiven in het station want het ticket kunnen ze kopen via internet, de Vlaamse dienst voor arbeidsbemiddeling (VDAB) biedt werkzoekenden individueel beroepsopleidingen aan via internet, de overheid ontwikkelt een digitale dienstverlening. Die en vele andere toepassingen veronderstellen dat iedereen aangesloten is op internet en bovendien over de vaardigheden beschikt om van de elektronische dienstverlening gebruik te maken.

De informatiemaatschappij houdt nieuwe kansen in, maar een nieuwe tweedeling dreigt tussen wie op de elektronische snelweg zit en anderen die zich moeten beperken tot secundaire wegen. Dat probleem geldt zeker voor de doelgroepen van het opbouwwerk, waaronder laaggeschoolde, langdurig werklozen, kwetsbare bewoners in achtergestelde buurten en andere groepen die maatschappelijk zijn uitgesloten.

In de welzijnssector werden de afgelopen jaren verschillende initiatieven genomen om de digitale tweedeling tegen te gaan en nieuwe media als onderdeel van sociale interventies te gebruiken. Voorbeelden daarvan zijn het opbouwwerkproject Buurtweb in een kansarme buurt op Rechteroever in Aalst dat in het internetcafé initiatiecurssussen organiseert; KureghemNET (Brussel) dat kansarme jongeren opleidt in het gebruik van computers en internet en zo hun kansen op werkgelegenheid verhoogt; Digid@k Turnhout dat op zeven locaties voorziet in ICT-infrastructuur en begeleiding van kansengroepen. Inmiddels is dit laatste project ook verspreid in andere provincies en kan je in Vlaanderen al 16 Digid@ks vinden. Een ander experiment is 'Een paar apart' van Samenlevingsopbouw Antwerpen stad en vzw Recht-Op (een vereniging waar armen het woord nemen) die mensen die in armoede leven in contact brengen met bewoners van een andere sociale achtergrond. In participatieprojecten van het opbouwwerk en het buurtwerk wordt nog betrekkelijk weinig gebruik gemaakt van nieuwe media, zoals een portaal of website voor de buurt, digitale kranten of discussiefora, emailnetwerken of 'chat rooms'.

Opbouwwerkers nemen vaak een ambivalente houding aan ten aanzien van de nieuwe technologie. Een pittig detail ter illustratie: toen het Vlaams ondersteuningsinstituut ter bevordering en ondersteuning van de Samenlevingsopbouw (het huidige Samenlevingsopbouw Vlaanderen) – in 1984 een dure tekstverwerkingsmachine had aangeschaft, organiseerden opbouwwerkers tijdens een algemene vergadering een protestactie tegen 'die overbodige luxe'. De ironie wil dat de aanvoerder van de actie later zelf computers verkocht en introductiecurssussen organiseerde voor de non-profitsector.

Opbouwwerkers hebben ondertussen hun aanvankelijke huiver voor nieuwe media laten varen, al was het maar omdat ze er in de privé-sfeer uitvoerig gebruik van maken. Wie thuis e-bankiert en via google vakanties boekt, gaat op kantoor geen schermangst meer hebben. Mail en tekstverwerking zijn standaard onderdeel van elke moderne werkplek. Daarmee is echter de sprong naar het vakinhoudelijk gebruiken van nieuwe media in samenlevingsopbouw nog niet gemaakt. Met deze tekst willen we daar wel een bijdrage aan leveren. In een eerste deel gaan we na welk verband er bestaat tussen kansarmoede en digitale kloof. Vervolgens analyseren we in een tweede deel de rol die het opbouwwerk kan spelen om de digitale kloof te dichten en wat de meerwaarde is van nieuwe media voor kansarme bewonersgroepen in achtergestelde buurten. In het derde deel formuleren we tenslotte enkele

aanbevelingen voor het opbouwwerk. We beperken ons hiertoe, en laten daarmee enkele aspecten onbesproken, zoals hoe inzet van nieuwe media in samenlevingsopbouw georganiseerd en ondersteund kan worden, en hoe nieuwe media een rol kan spelen in de communicatie en het professionele leren tussen opbouwwerkers.

## I. TWEEDELING EN DIGITALE KLOOF

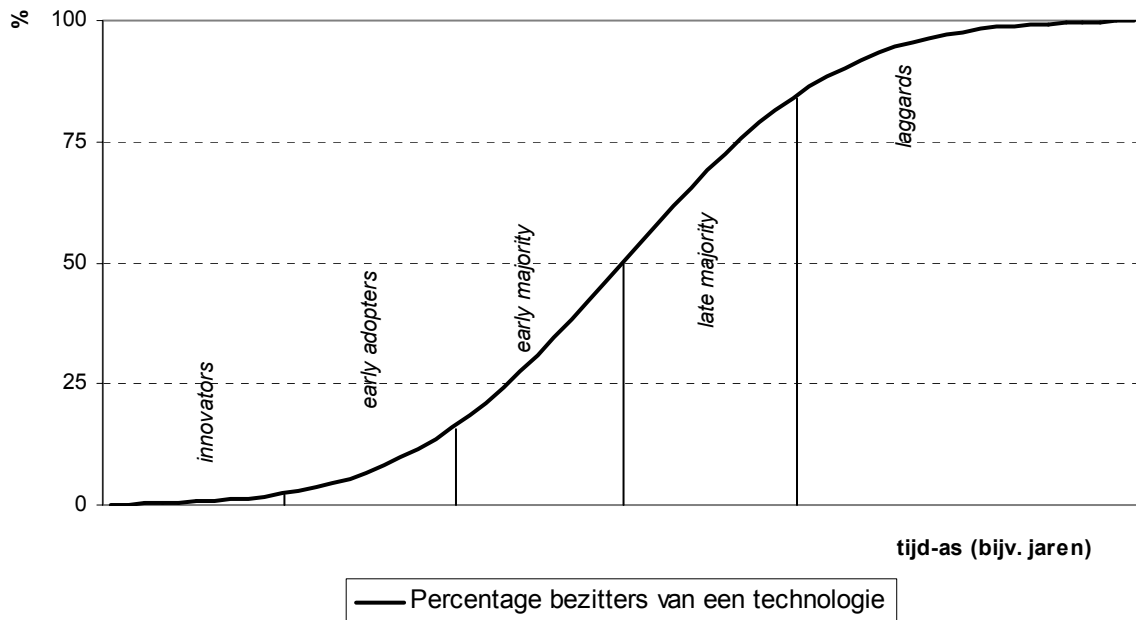
De definiëring van de digitale kloof wordt bepaald door de ontwikkelingen van de technologie. Een analyse van de digitale tweedeling is dus altijd een momentopname en het gevaar is niet denkbeeldig dat bepaalde aanbevelingen te absoluut worden gesteld. Dekkers was zich daarvan ook bewust toen hij zijn onderzoek uitvoerde naar het verband tussen sociale uitsluiting en nieuwe media (DEKKERS, 2002). Gebaseerd op studies van Vranken e.a. omschrijft hij armoede als het resultaat van sociale uitsluiting op verschillende domeinen, zoals arbeid, huisvesting, cultuur en onderwijs. Eén van die domeinen van armoede heeft betrekking op nieuwe media en de informatiesamenleving.

De beschikbaarheid van internet bij Vlaamse huishoudens neemt toe. In 2006 was er in 62% van de huishoudens een internetaansluiting (VRIND, SCV-survey). Bovendien steeg het aandeel huishoudens dat een altijd-aan verbinding had, zoals via kabel of ADSL. Eurostat publiceerde iets recentere cijfers en geeft aan dat in België 60% van de huishoudens toegang tot internet hebben. Daarmee zit ons land precies op het niveau van de EU-15. Als ook de nieuwere lidstaten meegenomen worden, daalt het Europees gemiddelde naar 54%. Koplopers in Europa inzake thuistoegang tot internet zijn de Scandinavische landen en Nederland, hekkensluiters zijn de nieuwere lidstaten zoals Bulgarije en Roemenie.

Niet alleen de toegang tot nieuwe media thuis stijgt, ook het gebruik ervan. Uit Nederlands tijdsbudgetonderzoek blijkt dat het gemiddeld aantal uren per week dat burgers thuis een computer gebruiken, steeg van 3,5 uur in 1985 naar 5,6 in 2005. Het gebruik van internet is alleen de laatste jaren gemeten, en steeg van 0,5 uur per week in 2000 naar 2,5 uur in 2005 (DE HAAN, 2007). Het Vlaamse tijdsbudgetonderzoek is beperkter, maar laat ook een stijging zien van het gebruik van nieuwe media, van 43 minuten in 1999 naar 66 minuten in 2005 (cijfers [www.tijdsbudgetonderzoek.be](http://www.tijdsbudgetonderzoek.be)).

Onder de stijgende gemiddelde cijfers voor de Vlaamse/Belgische bevolking gaan grote ongelijkheden schuil. Leeftijd, scholingsgraad en gezinsinkomen spelen een rol in de kloof tussen mensen die thuis al of niet over internet beschikken (MOREAS, 2007). Bezit en toegang tot nieuwe media verschilt niet meer tussen mannen en vrouwen.

Sociaal zwakkere huishoudens hinken achterop in de diffusie van nieuwe media. Het is vooral de zwakke economische marktintegratie van armere huishoudens die tot een lager bezit van nieuwe media aanleiding geeft. In de analyse van de verspreiding van nieuwe media onder de bevolking wordt regelmatig gebruik gemaakt van het referentiekader van Rogers, die ideaaltypisch een S-vormig patroon onderkent in de verspreiding van succesvolle technologische producten (ROGERS, 2003). De S-vorm duidt op een relatief langzaam begin van de verspreiding, een middenfase met een versnelling en een vertraging als de markt nagenoeg is verzadigd, zoals is afgebeeld op onderstaand diagram:



Arme huishoudens zijn meer dan de overige gezinnen ‘laggards’ oftewel achterblijvers. Ze staan verhoudingsgewijs achteraan bij diffusie van innovaties zoals nieuwe media. De ‘innovators’ en ‘early adapters’ gingen eerder online, gebruiken hun apparatuur frequenter en zijn vaardiger in het gebruik van pc en internet. Individuen of groepen die het meest behoefte hebben aan de vruchten van nieuwe ideeën zijn over het algemeen de laatste om die vernieuwingen aan te schaffen en te benutten. Diegene die allereerst gebruik maken van de innovaties hebben er eigenlijk minder nood aan. Rogers noemt dit de ‘innovation-needs paradox’: "The individuals or other units in a system who most need the benefits of a new idea (the less educated, less wealthy, and the like) are generally the last to adopt an innovation. The units in a system who adopt first generally least need the benefits of the innovation. This paradoxical relationship between innovativeness and need for the benefits of an innovation tends to widen socioeconomic gaps between the higher- and lower-socioeconomic individuals in a system." (ROGERS, 2003, p. 295). Toegepast op nieuwe media maakt die paradoxale relatie dat de kloof tussen hoger en lager opgeleiden, tussen kansarmen en de niet-kansarmen alleen maar dieper wordt.

Het profiel van de internetgebruikers in België is in de loop der jaren sterk veranderd, maar er gaapt nog altijd een kloof tussen de ‘surfers’ en de zogenaamde ‘digitale drenkelingen’. In de Nederlandse Jaarboeken *ICT en samenleving* onderstrepen diverse auteurs dat de bottleneck inzake toegang tot de informatiesamenleving minder ligt in het bezit en almaar meer bij vaardigheden om van internet gebruik te maken. Wat het ICT-bezit betreft, zullen de verschillen na verloop van tijd verminderen en wellicht helemaal verdwijnen, zoals dit nu al in belangrijke mate het geval is bij de telefoon en de kleurentelevisie. Terwijl de verschillen in toegang kleiner en minder relevant worden, zullen de verschillen in gebruik toenemen en belangrijker worden. Daarbij gaat het dan om de hoeveelheid gebruik (aantal uur per week), maar vooral om het soort gebruik. De digitale kloof ziet er anno 2008 heel anders uit dan bv. in 1998, toen er voor het eerst over gesproken werd. Zo laat onderzoek van Bonfadelli zien dat mensen met een hogere opleiding het internet veeleer gebruiken voor informatieve doeleinden, terwijl lager geschoolden het internet aanzienlijk meer gebruiken voor ontspanning. Meteen is duidelijk dat de oplossing voor de digitale kloof uit 1998, het voorzien van toegang tot nieuwe media en elementaire knoppenkennis, niet meer voldoet. De

technologie anno 2008 laat veel diverser gebruik toe en is minder gericht op zakelijk gebruik. Denk maar aan toepassingen als games, muziek en films ophalen of chatten. Als dan nog eens vastgesteld wordt dat huishoudens met een lagere scholingsgraad zich vooral door die op entertainment gerichte toepassingen laten verleiden, wordt het probleem van de digitale kloof complexer en de oplossing minder voor de hand liggen. Het nieuwe informatielandschap mag vol zitten van verleidingen om ons kapot te amuseren, daarin ingrijpen zowel naar normatieve basis als wijze van ingrijpen niet evident: “Zorgen dat alle mensen een computer en internet hebben, is vrij eenvoudig, bij voorbeeld via pc-privé projecten voor huishoudens in de bijstand zoals die lopen in Eindhoven of in Arnhem. Zorgen dat mensen die (frequent) gebruiken is iets moeilijker. En bereiken dat burgers de nieuwe media ook zodanig gebruiken dat het sociale winst voor hen en de samenleving oplevert, eerder dan een zoveelste toeleveringskanaal van amusement, is aartsmoeilijk.” (Steyaert, 2004, p. 127). We kunnen toch moeilijk overgaan naar het invoeren van een digitale variant van de morele quoteringen die bibliotheken vroeger hanteerden om hun lezers weliswaar aan het lezen te krijgen, maar wel uitsluitend als het ging om de juiste lectuur. Dergelijke bevoogdende vormen van sociale interventies passen niet meer in een samenleving waar de keuzevrijheid van de consument ook als norm gehanteerd wordt voor de publieke dienstverlening aan de burger.

Het vermijden of verkleinen van de digitale kloof is echter slechts een eerste sociale uitdaging naar aanleiding van de digitalisering van onze leefwereld. Naarmate we meer vertrouwd zijn met de nieuwe media, moeten we meer kijken naar de eventuele meerwaarde van ICT in sociale interventies. ICT is op zich evenwel geen tovermiddel of medicijn voor burgers met zwakke sociale netwerken. Onderzoek van onder meer Robert Kraut wijst erop dat het gebruik van internet leidt tot uitbreiding van sociale netwerken. Wie evenwel maar beperkte netwerken heeft, slaagt er niet in om die via nieuwe media significant uit te breiden. Wie daarentegen al een stevig sociaal netwerk heeft uitgebouwd, zal dit via internet nog kunnen versterken. Kraut noemt dit het zogenaamde ‘rich get richer model’. Van den Boomen stelde daarom al in 2001 dat steden en buurten niet in de eerste plaats nieuwe media nodig hebben, maar een werkelijke sociale infrastructuur van ontmoetingsplaatsen en speelpleinen. Daarin kan een digitale infrastructuur een plek krijgen.

Kortom, arme huishoudens hinken achterop in de diffusie van nieuwe media. De verschillen in bezit van pc en in nog veel sterkere mate van mobiele telefoon zijn afgenomen, maar bij de toegang tot internet hebben hoger opgeleiden hun voorsprong vergroot op de lager opgeleiden en de lagere inkomensgroepen. Hoewel het bezit van nieuwe media voor bepaalde groepen momenteel nog een probleem is, slaan de echte ongelijkheden op het gebruik ervan. Bovendien spelen ook sociale netwerken een sleutelrol bij de toe-eigening van nieuwe media en het dichten van de digitale kloof. Op basis van bovenstaande analyse onderscheiden we vier dimensies van digitale kloof:

1. de toegang tot internet;
2. de vaardigheden om van nieuwe media gebruik te maken;
3. het deel uitmaken van sociale netwerken;
4. een andere, betere benutting van nieuwe media.

## **II. DIGITALE TWEEDELING TEGENGAAN**

De vraag is nu welke rol het opbouwwerk kan spelen om de digitale kloof te helpen dichten. Eerst schenken we aandacht aan enkele algemene principes en vervolgens staan we stil bij de

rol van het opbouwwerk en het buurtwerk bij ieder van de hierboven geschetste dimensies. Daarbij baseren we ons op vakliteratuur, een viertal projectbezoeken, verslagen van concrete cases en een rondetafelgesprek met enkele opbouwwerkers.

## **2.1. Algemene uitgangspunten**

In de strijd tegen de digitale tweedeling is het opbouwwerk maar één van de vele medespelers op het terrein, waaronder de overheid, de particuliere sector en de niet-gouvernementele organisaties. Zo speelt de Vlaamse overheid een voortrekkersrol in de operationalisering van de interactieve digitale televisie (iDTV) waaraan Telenet, Interkabel en de drie grote Vlaamse omroepen meewerken. Via de digitale televisie zouden er allerlei interactieve toepassingen mogelijk zijn, zoals sms, chatten en e-mail. Het wordt gezien als een alternatief voor mensen die nog geen toegang hebben tot internet. Zo heeft de overheid wellicht een instrument in handen om een stukje van de digitale kloof te dichten.

Wat de rolverdeling tussen de verschillende actoren betreft, kunnen we ons vinden in de visie van Oudshoorn (2004). Volgens de onderzoekster kunnen intermediaire organisaties in het proces van maatschappelijke inbedding van ICT een vooraanstaande rol spelen. Ze baseert haar bevindingen op het Europese onderzoeksrapport SIGIS, dat staat voor ‘Strategies of Inclusion: Gender and the Information Society’ waaraan onderzoekers van vijf verschillende landen deelnamen: “Om te bereiken dat iedereen zonder barrières kan beslissen of en hoe men gebruik wil maken van ICT, is niet alleen een actief overheidsbeleid nodig, zoals Jan van Dijk (2001;2003) dat heeft beargumenteerd, maar ook de inzet en creativiteit van intermediaire actoren uit de private sector en gebruikers zelf, waarbij de overheid een faciliterende rol kan spelen.” (OUDSHOORN, 2004, p.115)

De auteur benadrukt dat voor een succesvolle maatschappelijke inbedding van nieuwe media er meer nodig is dan marketing van nieuwe technologie en stelt de volgende twee sleutelbegrippen voorop: inclusie en domesticatie. Inclusie betekent dat gebruikers zich de nieuwe ICT- apparatuur eigen maken zodat ze zich niet langer als buitenstaander voelen. Domesticatie houdt in dat gebruikers voldoende zelfvertrouwen hebben opgebouwd zodat ze ook plezier beleven aan het gebruik van de nieuwe technologie.

## **2.2. Rol van het opbouwwerk en buurtwerk**

Rekening houdend met dat algemene uitgangspunt, spitsen we ons hierna toe op rol van samenlevingsopbouw met betrekking tot de hoger genoemde vier dimensies van de digitale tweedeling.

### **2.2.1. Toegang scheppen tot ICT en vaardigheden verhogen**

Het opbouwwerk geeft prioriteit aan achtergestelde groepen en buurten. Het buurthuis, waar mensen elkaar ontmoeten, is de ankerplaats voor menig opbouwwerkproject. Om de drempel tot nieuwe media te verlagen, lijkt eveneens een buurtgerichte aanpak aangewezen. Met het oog op de laagdrempeligheid worden vertrouwde locaties gekozen in de buurt, zoals het internetcafé op Rechteroever in Aalst, het jeugd ontmoetingscentrum Akira in Turnhout en het computeratelier in het Brusselse Kureghem. Daarbij wordt gratis of tegen betaling van een symbolisch bedrag voorzien in computers, internetaansluiting en printers. Tot die buurtvoorziening hoort ook een soort van gereedschapskist die buurtbewoners in staat stelt om bij voorbeeld zelf hun (buurt)website te bouwen. Geïnteresseerden hebben er gedurende

verschillende uren per dag vrije toegang. Ze kunnen er initiatiecursussen volgen en er is een begeleider aanwezig die de bezoekers technisch kan assisteren bij het gebruik van pc, internet en het bouwen van een eigen website.

Bij het overwinnen van de digitale kloof gaat het ook om mentale drempels. In de uitbouw van een laagdrempelig, buurtgericht aanbod zijn de volgende elementen van belang:

- een bottom-up aanpak, die is gebaseerd op behoeften en voorstellen van de participanten;
- het leerproces moet flexibel zijn om te kunnen rekening houden met de verschillende niveaus van vaardigheden en vertrouwen in zichzelf;
- het scheppen van een aantrekkelijke leeromgeving. Het gaat niet enkel om kennis van computers maar eveneens om een stimulerende leeromgeving waar cursisten zich creatief kunnen uiten, vertrouwen winnen in zichzelf en sociale vaardigheden ontwikkelen;
- de mogelijkheid om informatie uit te wisselen, elkaar te adviseren en aan te moedigen.

Via buurtgerichte ICT projecten kunnen deelnemers zich dus digitale en andere sociale vaardigheden eigen maken. Bovendien krijgen werkzoekenden de kans om werkervaring op te doen als begeleider van een computeratelier, zoals in KureghemNET, Buurtweb in Aalst en Digid@k in Turnhout. Ze staan in voor de logistieke ondersteuning en elementaire technische begeleiding.

### **2.2.2. Sociale netwerken versterken**

Het al of niet deelnemen aan sociale netwerken is een andere cruciale factor om de digitale kloof te dichten. Vandaar dat het opbouwwerk veel belang hecht aan de creatie van een fysieke ontmoetingsplek, zoals een buurthuis, een jeugdontmoetingscentrum, computeratelier of internetcafé.

Intermediaire organisaties zoals het opbouwwerk, het buurtwerk, de basiseducatie en de sociaal-culturele organisaties kunnen mensen actief naar de buurtlocaties leiden. Samenlevingsopbouw Oost-Vlaanderen, die samen met het buurtwerk Acro het internetcafé op Rechteroever in Aalst heeft opgezet, sloot met dat doel een samenwerkingsovereenkomst met verschillende organisaties uit de buurt. Het integratiecentrum biedt in het internetcafé cursussen aan voor allochtone vrouwen, een onderwijsopbouwwerk project begeleidt er leerlingen bij hun huistaken in het kader van een project van onderwijsopbouwwerk en andere organisaties organiseren er ICT-training of opleiding voor werkzoekenden. Allen maken ze gebruik van nieuwe ICT infrastructuur. Digid@k Turnhout volgt een enigszins analoge aanpak. Het zoekt samenwerking met partnerorganisaties, zoals een dienstencentrum of jeugdhuis, om er binnen hun bestaande werking ICT-infrastructuur en begeleiders ter beschikking te stellen. Voor veel cursisten is die functionele opleiding een eerste en belangrijke opstap naar de wereld van nieuwe media.

Gelet op de hoge mentale drempels tot de wereld van nieuwe media doet Samenlevingsopbouw Antwerpen een beroep op individuele personen als brugfiguur. Mensen die in armoede leven, signaleren dat ze niet in staat zijn om een pc aan te schaffen waardoor zij en hun kinderen belemmerd zijn om zich die digitale vaardigheden eigen te maken. Het project 'Een paar apart' van Samenlevingsopbouw Antwerpen stad bestaat erin dat mensen met verschillende sociale achtergrond met elkaar worden in contact gebracht. Het uitgangspunt is dat beiden iets te winnen hebben bij de uitwisseling van kennis en ervaringen.

Ze beslissen bij voorbeeld om samen kennis te maken met pc en internet door een gezamenlijke basis cursus te volgen. Die aanpak leverde succes op bij het project cultuurparticipatie voor kansarmen waarbij Samenlevingsopbouw eveneens een beroep deed op een brugfiguur.

### **2.2.3. Maatschappelijke meerwaarde creëren door nieuwe media anders te benutten**

Hoe kan nieuwe media anders worden benut zodat er een sociale meerwaarde ontstaat voor de zogenaamde ‘laggards’ en de samenleving? De vraag is in welke mate nieuwe media voor de doelgroepen van het opbouwwerk een geschikt middel is om vat te krijgen op de ontwikkeling en de leefbaarheid van de eigen buurt en als instrument om netwerken te scheppen tussen (buurt)bewoners. Van de Steenhoven en Kruiter (2001) onderkennen drie krachten van nieuwe media, die volgens ons ook relevant zijn voor participatieprojecten van het opbouwwerk, met name: transparantie, maatwerk en netwerk. Transparantie betekent dat nieuwe media kan worden benut om (overheids)informatie toegankelijker te maken. Maatwerk veronderstelt dat via nieuwe media kan worden ingegaan op wensen van individuele bewoners, zoals bij het uittekenen van een ontwerp van toekomstige sociale (koop)woningen. Nieuwe media is aldus een instrument bij het meer vraaggestuurd ontwerpen van voorzieningen. Nagenoeg alle regionale instituten voor de samenlevingsopbouw zijn al vertrouwd met de methode ‘Planning for Real’ waarbij tijdens het inspraakproces bewoners en andere betrokkenen samen een maquette ontwerpen voor de herinrichting van een straat, plein of buurt. Een virtueel ontwerp of digitale maquette is een nieuw, flexibeler instrument.

De derde kracht van nieuwe media zit volgens de auteurs in het netwerk als middel om mensen met elkaar te verbinden. Die eigenschap scheidt de meeste aanknopingspunten voor het opbouwwerk. Via technologie kunnen bewoners een netwerk scheppen om invloed te krijgen op de toekomstige ontwikkeling van de buurt. Andere instrumenten of toepassingen zijn digitale kranten, fotoboeken, e-mail list, prikborden, forums, chats, agenda’s of een virtuele maquette. Binnen de projectwerking van het opbouwwerk zijn er dus een groeiend aantal mogelijkheden voor online interactie over onderwerpen die in de buurt leven. Een achtergestelde gemeenschap wordt niet noodzakelijk afgebakend door het leven in een welbepaalde buurt of gebied, maar eveneens door gemeenschappelijke belangen, zoals de verbetering van bepaalde voorzieningen. Die belangengroep kan geografisch erg versnipperd zijn wat de organisatie van de mensen bemoeilijkt. In die omstandigheden wordt almaar vaker een beroep gedaan op de informatietechnologie om de organisatie te vergemakkelijken van mensen die dikwijls ver van elkaar wonen.

In Vlaanderen is er over de effecten van internet voor de buurt nog weinig of geen onderzoek verricht. Een driejarige studie naar de effecten van Internet op het dagelijkse leven in Netville, een Canadese buitenwijk in de buurt van Toronto, is inspirerend voor het opbouwwerk. Van de 109 nieuw gebouwde woningen in Netville waren 64 woningen aangesloten op het net en een ander deel van de buurt (45 woningen) was niet uitgerust met een netverbinding. De onderzoekers hebben aangetoond dat collectieve acties op buurtniveau werden vergemakkelijkt door nieuwe media (HAMPTON, 2007). Ze illustreerden dit onder meer aan de hand van een collectieve actie tegen de projectontwikkelaar die Netville had gebouwd. Nieuwe media bleek erg nuttig om de drempel tot collectie actie te overbruggen. Zo was een e-mail netwerk één van de eerste en de makkelijkste nieuwe media instrumenten voor de bewoners. Bewoners die op internet waren aangesloten, maakten gebruik van e-mail om de gebreken aan de huizen te bediscussiëren, op te roepen voor de bijeenkomsten bij mensen



thuis, een gezamenlijke strategie te bepalen en mensen af te vaardigen voor de bijeenkomsten met de stedelijke diensten. Voor de projectontwikkelaar die al meerdere nieuwe sites had gebouwd, waren de klachten en de protesten bij de oplevering van de woningen een steeds terugkerend fenomeen. Maar volgens de projectontwikkelaar slaagden de zogenaamde malcontenten er hoogstens in om 20 procent van de huiseigenaars te mobiliseren. In Netville was meer dan de helft van de bewoners betrokken bij de actie. Hij gaf toe dat hij verrast was door de nooit eerder geziene snelle reactie. Het protest werd niet alleen via het net georganiseerd maar ook via buurtbijeenkomsten in lokale scholen en wijkcentra. Mensen die op het net waren aangesloten, waren meestal de actie gestart en andere bewoners van de wijk die geen deel uitmaakten van het emailnetwerk sloten zich daarbij aan.

De onderzoekers onderstrepen dat online sociale contacten geen apart sociaal systeem vormen, die zouden los staan van bestaande sociale netwerken. Internet daarentegen is een van de vele communicatiemiddelen waarvan het gebruik is verweven met andere communicatie-instrumenten. In het spectrum van de communicatiemiddelen biedt internet specifieke mogelijkheden om contacten tussen bewoners in de buurt te verhogen. Het experiment in Netville laat zien dat wanneer internetinfrastructuur tegen een lage kostprijs wordt aangeboden het de collectieve contacten en actie ten goede komt. Ze argumenteren dat “a critical mass of Internet users must be present to observe the neighbourhood effects of Internet use.”

Kortom, nieuwe media bieden mogelijkheden tot het leggen van nieuwe en het verstevigen van bestaande contacten tussen mensen in de buurt. Voor het opbouwwerk kunnen nieuwe media een dimensie toevoegen aan het participatief werken zodat bewoners meer greep krijgen op de leefbaarheid van de eigen buurt.

### **III. CONCLUSIE EN AANBEVELINGEN**

De algemene inhaalbeweging op het vlak van nieuwe media binnen Vlaanderen kan niet verhullen dat de toegang en het gebruik voor een grote groep mensen een knelpunt blijft. Een buurtgerichte aanpak is vooralsnog een geschikt instrument om in achtergestelde buurten de digitale kloof te helpen dichten. Daarbij ligt het accent op de verhoogde toegang tot het internet, de vereiste vaardigheden en de sociale netwerken. Het ontwikkelen van een buurtgericht, laagdrempelige aanbod is volgens ons geen kernopdracht voor het opbouwwerk. Het is dus evenmin een exclusieve opdracht van het opbouwwerk dat het best een partnership aangaat met basiseducatie, sociaal-culturele organisaties, lokale besturen of privé-partners in de buurt.

De belangrijkste opdracht voor het opbouwwerk zien we in het creëren van digitale netwerken waarbij nieuwe media een meerwaarde opleveren voor de bewoners in achtergestelde wijken. Het opbouwwerk moet evenwel vermijden dat nieuwe media enkel een zaak wordt van hoger opgeleiden. Mensen met de beste digitale vaardigheden plukken immers de grootste dividenden van het internet.

Beckers (2004) formuleert in dit verband een aantal aanbevelingen om nieuwe media toegankelijker te maken voor een ruimer publiek:

- ondersteun verschillende soorten online communicatie, zowel e-mail, mailinglijsten als chat;

- kies bewust het niveau van de gemeenschap waarop de online communicatie, zoals website zich richt (straat, buurt, ...);
- ICT is maar een middel, blijf realistisch en maak de doelstelling van het ICT – instrument duidelijk;
- vaardigheden zijn cruciaal om van het net gebruik te kunnen maken en kwetsbare groepen hebben daarbij extra ondersteuning nodig.

De continuïteit van menig buurtgerichte experiment met nieuwe media is bedreigd. De terugval is vooral te wijten aan een gebrek aan financiële middelen en gebrek aan tijd om nieuwe vaardigheden te leren. ICT-projecten hebben de grootste slaagkansen als bewonersorganisaties worden gestimuleerd en ondersteund. Met dit doel wordt wel eens gewerkt met zogenaamde ‘animateurs’. Ze zijn voldoende technisch onderlegd om advies te kunnen geven en tegelijk beschikken ze over agogische vaardigheden om te achterhalen wat mensen belangrijk vinden. Dit bleek voor de deelnemers aan de rondetafel ook het profiel waaraan een opbouwwerker moet voldoen als hij ICT wenst te benutten in de communicatie met en de participatie van bewonersgroepen. Een alternatief is dat de opbouwwerker een tandem vormt met iemand die over de technische vaardigheden beschikt, maar zelfs dan moet hij minstens weten wat er op de markt te koop is en welke alternatieven er zijn zodat hij niet blindelings de commerciële belangen volgt.

### **Buurtweb Aalst**

Buurtweb Aalst is een opbouwwerkproject van Samenlevingsopbouw Oost-Vlaanderen. Het laagdrempelig computeratelier werd in januari 2003 geopend in een kansarme buurt op Rechteroever in Aalst en telde begin 2008 een kleine 1.500 abonnees. Het kreeg de naam Buurtweb omdat het refereert naar de plek in de buurt waar mensen samenkomen om te oefenen, te leren en te experimenteren. Het project richt zich in principe tot alle wijkbewoners, maar specifieke aandacht gaat naar bepaalde doelgroepen, zoals kinderen, laaggeschoolden, allochtonen en anderen die helemaal niet vertrouwd zijn met nieuwe media. Het gaat hoofdzakelijk om mensen die thuis geen PC hebben of niet beschikken over een snelle internetverbinding.

De drie centrale doelstellingen zijn:

- de digitale kloof verkleinen door nieuwe media toegankelijk te maken voor kansengroepen;
- werkgelegenheidskansen voor risicogroepen verhogen door ICT-vaardigheden aan te leren, werkervaring scheppen in de vorm van betaalde arbeid of vrijwilligerswerk;
- de sociale cohesie verhogen door contacten tussen verschillende bewonersgroepen te bevorderen.

Er zijn de open ateliers waarop vrijwilligers aanwezig zijn die de bezoekers kunnen assisteren. Daarnaast zijn er ateliers en cursussen voor specifieke doelgroepen.

Meer informatie over buurtweb: [www.buurtweb-aalst.be](http://www.buurtweb-aalst.be) en [www.samenlevingsopbouw.be](http://www.samenlevingsopbouw.be).

### **Digid@k in Turnhout**

Digidak is een project dat werd opgestart door de Strategische Projectenorganisatie Kempen in samenwerking met stad Turnhout. Ondertussen is het project ook verspreid in andere provincies en kan je in Vlaanderen al 16 Digid@ks vinden. Deze Digid@klokken zijn leeromgevingen waar iedereen op een zeer laagdrempelige en vrijblijvende manier kennis kan maken met ICT. De initiatieven situeren zich binnen de werking van bestaande organisaties, zoals in een jeugdhuis voor jongeren, een dienstencentrum van het Openbaar Centrum voor Maatschappelijk Welzijn en een Provinciaal integratiecentrum Minderheden. Er is een dubbel aanbod: enerzijds de vrije inloop en anderzijds de initiatiesessies waarvoor deelnemers zich moeten inschrijven. De kennismaking met ICT wordt beschouwd als een initiatie tot een vervolgopleiding die de maatschappelijke en economische positie van het individu kan verbeteren. Digidak is ook opgezet als werkervaringsproject. In een aantal digidaks wordt gedurende één jaar werkervaring aangeboden aan een werkzoekende die als onthaal en administratieve bediende instaat voor de individuele begeleiding van de bezoekers.

Meer informatie over het project op de website: [www.digidak.be](http://www.digidak.be)

### **‘Een paar apart’ in Antwerpen**

Vzw Samenlevingsopbouw Antwerpen stad en Vzw Recht-Op, een vereniging waar armen het woord nemen, inspireren zich in ‘Aangen@me kennismaking. Kennismaking met elkaar en met de computer’ op de methodiek van ‘Een paar apart’ uit het voorgaande succesvolle

project inzake cultuurparticipatie. Het opzet in het cultuurproject is dat een kansarm iemand een duo (paar) vormt met iemand die niet kansarm is om de drempel tot cultuurparticipatie te verlagen. Vzw Recht-Op nam dit project ondertussen over in haar eigen werking in de vorm van twee Cultuurcafés. In ‘Aangen@me kennismaking’ worden mensen met verschillende sociale achtergrond met elkaar in contact gebracht om de toegang tot ICT te vergemakkelijken. Het doel is dat mensen van elkaar kunnen leren en zich thuis gaan voelen in de wereld van computers, printers, digitale camera en internet. De methodiek van ‘Een paar apart’ wordt toegepast binnen de vrijwilligersploeg: duo’s zetten zich in binnen de verschillende activiteiten (cursussen, workshops, vrije oefenmomenten, enz.). Het project past in de doelstelling van Vzw Samenlevingsopbouw Antwerpen stad om de participatie van kansarmen aan de samenleving te bevorderen op terreinen waar zij uitsluiting ervaren. Voor meer informatie: zie projectenbestand in de sector Samenlevingsopbouw: [www.samenlevingsopbouw.be](http://www.samenlevingsopbouw.be)

### **KureghemNet in Brussel**

KureghemNet is een buurtdienst informatica in de wijk Kuregem in Anderlecht (Brussel). Het is een digitaal kansenproject. Het werken met multimedia is de invalshoek om de kansen van mensen uit de buurt te vergroten en de sociale cohesie in de wijk te bevorderen. KureghemNet heeft een open cursusaanbod met initiatiecursussen en meer gevorderde modules. Daarnaast is er ook een aanbod van creatieve ateliers voor kinderen en jongeren. Voor specifieke groepen zoals senioren, werklozen, werknemers tewerkgesteld in een Plaatselijk Werkgelegenheidsagentschap (PWA) en mensen die een leefloon trekken (leefloners) worden aangepaste programma’s ontwikkeld. Meer en meer wordt ook met beeld en film gewerkt om bepaalde doelgroepen te bereiken.

De animatoren, die dit aanbod verzorgen, zijn laaggeschoolden die een specifieke vorming krijgen in technische en sociale aspecten van multimedia. Er wordt gestreefd naar een goede tweetaligheid: de meeste werknemers volgen daarvoor een opleiding Nederlands.

KureghemNet is een project van vzw Maks. Voor meer informatie: [www.kureghemnet.org](http://www.kureghemnet.org)

## Verwijzingen

- Beckers, D. (2004). Effecten van ict op sociale cohesie in Cyburg, Amsterdam. In J. de Haan & O. Klumper (Red.), *Jaarboek ict en samenleving, beleid in praktijk* (pp. 65-87). Amsterdam: Boom.
- de Haan, J., & Huysmans, F. (2007). De digitalisering van media- en informatiegebruik. In J. Steyaert & J. de Haan (Eds.), *Jaarboek ict en samenleving, gewoon digitaal* (pp. 69-88). Amsterdam: Boom.
- Dekkers, G. J. M. (2002). *Dualisering in het digitale tijdperk (Working paper)*. Brussel: Federaal Planbureau van het Ministerie van Economische Zaken/België.
- Hampton, K. N. (2007). Neighborhoods in the Network Society: The e-Neighbors study. *Information, Communication, and Society*, 10(5), 714-748.
- Moreas, M.-A. (2007). *Digitale kloof in Vlaanderen* Brussel: Studiedienst Vlaamse Regering.
- Oudshoorn, N. (2004). ICT en gender in Europa. In J. de Haan & O. Klumper (Red.), *Jaarboek ict en samenleving, beleid in praktijk* (pp. 103-120). Amsterdam: Boom.
- Rogers, E. (2003). *Diffusion of innovations* (5 ed.). New York: Free press.
- Steyaert, J. (2004). Digitale kansen en burgerschap. In J. Steyaert & H. Swinnen (Red.), *Het soortelijk gewicht van sociaal beleid* (pp. 117-130). Utrecht: Verwey-Jonker.
- van den Boomen, M. (2001). Rennen en dromen in ICT-land. *Tijdschrift voor de Sociale Sector*, 26.
- van den Steenhoven, J., & Kruit, A. J. (2001). Van informatie naar invloed: bewoners aan het roer. In B. van den Donk & J. Steyaert (Red.), *Tussen leunstoel en wijde wereld - Kansen van ICT voor wijk, buurt of dorp* (pp. 78-86). Rotterdam: SEV.