

Inhoudsopgave

Voorwoord	2
H1 Inleiding	4
H2 Culturele en Maatschappelijke Vorming	6
H2.1 Korte historische schets	6
H2.2 De huidige samenleving	7
H2.3 Competenties	7
H2.4 De sociaal makelaar	8
H2.5 Het werkterrein van de sociaal makelaar	8
H2.6 Agogische dienstverlening	10
H3 Internet	12
H3.1 Waar komt internet vandaan?	12
H3.2 Internettoepassingen	13
H3.3 Eigenschappen van internettoepassingen	13
H3.4 Trends en mogelijkheden	15
H3.5 Toegankelijkheid tot internet	15
H3.5.1 Technische vereisten	15
H3.5.2 Fysieke en intellectuele vereisten	16
H3.5.3 Financiële vereisten	17
H3.6 Internetgebruik	17
H4 Agogiek in relatie tot internet	19
H4.1 Randvoorwaarden	20
H4.2 Voorbeelden uit de praktijk	22
H4.2.1 Digitale trapvelden	23
H4.2.1.1 Invulling	23
H4.2.1.2 Verminderen digitale kloof	24
H4.2.1.3 Verhogen arbeidsperspectief	26
H4.2.1.4 Bevorderen van contacten	27
Sociale Cohesie	27
Faciliteiten	28
E-mail	28
H4.2.2 Digitale broedplaatsen	29
H4.2.2.1 Wijkwebsite	29
H4.2.2.2 Kennisnetwerk	32
H4.2.3 Virtuele gemeenschappen	32
H4.2.3.1 Weerstand	34
H4.2.4 Educatieve websites	35
H4.2.4.1 Vluchtweg5	36
H4.2.4.2 Randvoorwaarden	39
H5 Conclusies	41
Samenvatting	45
Bronvermelding	47
Eindnoten	49

Voorwoord

Voordat ik begon met de opleiding Culturele en Maatschappelijke Vorming (CMV) had ik nauwelijks een computer aangeraakt. Ik kan me herinneren dat mijn vader me probeerde te overtuigen van het nut ervan, maar na een lesje WordPerfect wist ik dat dit niet voor mij was bestemd; het moeten onthouden van verschillende sneltoetsen om met het programma te kunnen werken, vond ik zeer ongebruiksvriendelijk.

Het duurde jaren voordat ik opnieuw met computers in aanraking kwam. In het eerste jaar van de opleiding CMV op de Ichthus Hogeschool Rotterdam werd ik geconfronteerd met het besturingsprogramma Windows en tot mijn genoegen bleek dit een stuk makkelijker om mee te werken.

Mijn enthousiasme ten opzichte van het vak 'Mediavaardigheden', waarin computerprogramma's zoals Word, Photoshop, Powerpoint én het gebruik van internet geïntroduceerd werden, bleef niet onopgemerkt en al gauw werd mij gevraagd om de website van de unit Sociaal Werk te onderhouden. Ik ben nu inmiddels zo'n drie jaar sitebeheerder van deze unit.

Mijn interesse wat betreft internet en het feit dat de unit Sociaal Werk erkent dat *'de rol van media in het kader van informatie-uitwisseling, educatie en voorlichting steeds groter wordt en dat kennis over de effectiviteit van mediatoepassingen en vaardigheden in het ontwikkelen en gebruiken van media binnen de beroepspraktijk, behoren tot het onmisbare startkapitaal van de toekomstige sociaal makelaar'*¹, heeft mij tijdens de opleiding doen focussen op het gebruik van internet bij het behalen van de opleidingsdoelstellingen.

Dit kwam vooral tot uiting in mijn stageopdrachten. Mijn eerste stageopdracht bestond uit de *restyling van het Ichthusnet*², met als doel zelforganisatie van de studenten van de unit Sociaal Werk te bevorderen door de structuur van de toenmalige website aan te passen. Mijn tweede stageopdracht in dienst van Creápolis Media BV³ bestond uit het ontwikkelen van de website *Vluchtweg5 (winnaar van de Silver Globe op het World Media Festival in Hamburg - competition for modern media)*⁴, met als doel draagvlak te creëren voor asielzoekers bij de doelgroep 14-18 jarigen.

Aangezien ik als sociaal makelaar, oftewel afgestudeerd CMV-er, internet wil gebruiken in mijn toekomstige beroep, is het van belang om te onderzoeken welke mogelijkheden internet biedt in het kader van agogische dienstverlening; niet in de laatste plaats om me te verantwoorden tegenover mijn toekomstige opdrachtgevers.

Ik gebruik 'in het kader van agogische dienstverlening' omdat een sociaal makelaar vooral werkzaam is op dit terrein. Aangezien internet in principe overal voor gebruikt kan worden, bijvoorbeeld om te e-mailen met opdrachtgevers of om informatie over een bepaald onderwerp in te winnen, gaat het er mij juist om hoe internet gebruikt kan worden bij agogische doelen.

Met dank aan Emile van Oosterhout en Wieteke Wielenga voor de ondersteuning.

Rob Prins
Groene Hilledijk 424c
3075EG Rotterdam
tel: 0625480806
e-mail: info@drubbiebuu.com
Drubbiebuu: www.drubbiebuu.com

H1 Inleiding

Zoals ik al aangaf in het voorwoord ben ik de laatste jaren bezig geweest om me naast de opleiding Culturele en Maatschappelijke Vorming te verdiepen in webdesign. Ik ben nu ongeveer drie jaar bezig als student-assistent met het onderhouden van de website van de unit Sociaal Werk, waarmee ik met problemen terecht kan bij het Webcenter, het expertisecentrum op het gebied van internet op de Ichthus Hogeschool Rotterdam.

Door mezelf te scholen en met behulp van het Webcenter leerde ik in korte tijd internetpagina's maken, zodat ik informatie voor studenten en medewerkers ter beschikking kon stellen op het 'Ichthusnet'.

Door zowel cursussen binnen als buiten de Ichthus Hogeschool Rotterdam te volgen heb ik mijn kennis op het gebied van webdesign kunnen verdiepen. Vooral het programma 'Dreamweaver', een webdesign applicatie van het bedrijf Macromedia, heeft voor mij nog maar weinig geheimen.

Tot die tijd dacht ik te weten hoe het ontwikkelen van een website in zijn werk ging, maar tijdens mijn derdejaarsstage bij Creápolis Media BV, een multimediabedrijf in Amsterdam, zijn pas echt de puntjes op de i gezet.

In de circa 8 maanden dat ik daar stage liep, heb ik, naast het behalen van de opleidingsdoelstellingen, kunnen ervaren hoe professionals van a tot z een website ontwikkelen. Er kan in mijn ogen met recht gezegd worden dat ik naast de opleiding CMV een opleiding tot webdesigner heb gevolgd.

Nu ik me als sociaal makelaar deze kennis en vaardigheden van webdesign heb toegeëigend, wil ik daar ook iets mee doen. Ik wil mijn passie voor webdesign, zoals het zeker genoemd mag worden, combineren met het sociaal makelaarschap waar ik voor ben opgeleid.

Om duidelijk te krijgen of het mogelijk is om internet daadwerkelijk te gebruiken in mijn toekomstige beroep, heb ik de volgende onderzoeksvraag geformuleerd:

Welke mogelijkheden biedt internet de sociaal makelaar in het kader van agogische dienstverlening?

Om zo effectief mogelijk een antwoord te vinden op de onderzoeksvraag, heb ik deze opgedeeld in een aantal subvragen die ik in de verschillende hoofdstukken zal behandelen.

In hoofdstuk 2 wordt behandeld wat een sociaal makelaar is, wat hij doet en wat zijn werkgebied is. Ook wordt er dieper ingegaan op agogische dienstverlening.

Hoofdstuk 3 verduidelijkt wat verstaan wordt onder internet, welke internettoepassingen er zijn, wat de eigenschappen van die toepassingen zijn, welke internetgerelateerde trends er zijn en wat de verschillende vereisten zijn voor internetgebruik.

In hoofdstuk 4 worden de voorafgaande hoofdstukken aan elkaar gekoppeld. Er zal worden gekeken naar wat de aspecten zijn van het sociaal agogische werk en hoe die zich verhouden tot de aspecten van internet. Vervolgens worden voorbeelden uit de praktijk van internetgebruik bij agogische doelen geanalyseerd, om inzicht te verschaffen in de mogelijke rol van de sociaal makelaar bij deze projecten.

In het laatste hoofdstuk geef ik de conclusies van mijn onderzoek. Hierin wordt beantwoord welke mogelijkheden internet de sociaal makelaar biedt in het kader van agogische dienstverlening.

H2 Culturele en Maatschappelijke Vorming

Voordat onderzocht wordt welke mogelijkheden internet de sociaal makelaar biedt in zijn beroepsuitoefening op agogisch gebied, zal allereerst duidelijk gemaakt worden wat nu precies een sociaal makelaar is en wat hij doet.

Voor een goed begrip van de huidige situatie en de vraag naar sociaal makelaars is het nuttig om te kijken hoe die situatie historisch is gegroeid. De historische schets die ik hieronder geef, is geenszins volledig en is alleen bedoeld om een globaal beeld te geven hoe de samenleving in de tijd is veranderd. Daarna beschrijf ik wat de gevolgen daarvan zijn voor de sociaal makelaar.

H2.1 Korte historische schets

Nog maar enkele eeuwen terug zien we een mens die leefde in een kleine, overzichtelijke gemeenschap. De meeste mensen woonden op het platteland. Het doen en laten van de mensen in hun gemeenschap was afgestemd op de andere leden van die gemeenschap, dus op anderen in hun directe woon- en leefomgeving. Er was weinig uitwisseling met de wereld buiten de onmiddellijke gemeenschap. Iedereen kende iedereen. Men wist van de anderen wat ze deden, wat ze gezegd hadden en tot op zekere hoogte, zelfs wat ze dachten.

De gemeenschap bepaalde in hoge mate hoe je je gedroeg. Deed je niet wat er van je verwacht werd, dan was je abnormaal (letterlijk: tegen de norm) of asociaal (letterlijk: tegen de gemeenschap). Dan stelde de gemeenschap alles in het werk om je weer op het 'rechte' spoor te krijgen: men roddelde over je, negeerde je, dwong je, zette je gevangen, enzovoort. Kortom: er ging een sterke werking uit van sociale controle.

Het gezag over zo'n gemeenschap lag bij de kerk en de staat, en op lager niveau bij de vertegenwoordigers daarvan in het dorp. Het gezag was absoluut; het liet je nauwelijks ruimte om zelf wezenlijke keuzes te maken.

Met de opkomst van de moderne techniek en de ontwikkeling van de wetenschap begon de maatschappij als geheel te veranderen. Natuurlijk hadden grote uivindingen en ontdekkingen altijd wel invloed op de samenleving uitgeoefend, maar die invloed werd nu sterker, en ze beperkte zich steeds minder tot de bovenlaag van de bevolking. In de negentiende eeuw voltrok zich de Industriële Revolutie, met enorme gevolgen voor alle geledingen van de maatschappij. Men kon steeds grotere afstanden overbruggen door het ter beschikking komen van steeds snellere verkeersmiddelen, en later ook door middel van radio, telefoon enzovoort. De industrialisatie had een enorme trek van mensen van het platteland naar de steden tot gevolg. De onderlinge afhankelijkheid van burens werd snel minder.

H2.2 De huidige samenleving

In de huidige westerse samenleving wonen mensen in steden, waarin men in anonimiteit leeft. Je kunt op zekere hoogte zelf bepalen met wie je omgaat.

De stabiele leefgemeenschap met zijn schijnbaar onveranderlijke cultuur is verleden tijd. De uniforme uitgangspunten en richtlijnen voor het menselijke gedrag zijn verdwenen. Het is niet meer zo duidelijk wat mag en niet mag, hoe je kinderen moet opvoeden, wat je moet geloven, wat je in sommige situaties moet doen en laten.

Mede door de ontwikkeling van wetenschap en techniek zijn er veranderingen ontstaan waardoor mensen hun gedrag voortdurend moeten bijstellen. Niets ligt vast, alles is voortdurend in verandering. Via de moderne communicatiemedia en de grote volksverhuizingen worden mensen bovendien geconfronteerd met de verschillende normen en waarden van diverse culturen. Je kunt tegenwoordig snel in nieuwe, niet vertrouwde situaties terechtkomen waarvoor aanpassing en gedragsveranderingen vereist zijn. En dat is niet altijd even gemakkelijk.⁵

Naast *verandering* is *individualisering* een kenmerk van de moderne samenleving geworden⁶. De invloed van de kerk en staat bij het doen en laten van mensen is grotendeels afgenomen. Ieder mens moet eigen keuzes maken en heeft een eigen verantwoordelijkheid. Zelfstandigheid en onafhankelijkheid van individuen zijn toegenomen, maar aan de andere kant wordt het steeds moeilijker om het eigen leven vorm te geven. Het ontwikkelen van een eigen identiteit, zin geven aan het leven en het veroveren van een plekje binnen deze turbulente samenleving doen een steeds groter beroep op de aanwezige vaardigheden, kennis en houdingen van het individu. Deze vaardigheden, kennis en houdingen worden competenties genoemd. Met andere woorden kan gezegd worden dat mensen verschillende competenties moeten ontwikkelen om het hoofd te bieden aan de veranderlijkheid, verscheidenheid en onzekerheid van het hedendaagse leven.

H2.3 Competenties

Eén van die benodigde competenties is dat men in staat moet zijn samenhang te creëren, betekenis te kunnen geven aan opgedane ervaringen en waarde toe te kennen aan het eigen leven in relatie tot de omringende samenleving. Dit impliceert dat men moet kunnen omgaan met verschillen. Daarvoor is nodig een combinatie van helder waarnemen, contact hebben met zichzelf, empathie, in staat zijn het eigen handelen ter discussie te stellen en tot afgewogen oordeelsvorming te komen. Men heeft competenties nodig om de eigen identiteit te ontwikkelen en opnieuw vorm te geven. Daarbij is nodig dat men communiceert wat men denkt, voelt, wil en waarom men bepaalde keuzes maakt. Om dit te kunnen, dient men zorgzaam en

respectvol met zichzelf, anderen, de natuur en sociale en culturele verbanden om te gaan.⁷

Tenslotte is het van belang dat men leert om te gaan met constant vernieuwende technologieën op allerlei gebieden en dat men afwegingen kan maken rondom toepassing en gebruik ervan.

H2.4 De sociaal makelaar

Het verwerven van competenties om te kunnen participeren aan het culturele en maatschappelijke leven gaat meestal niet vanzelf. Aan de ene kant hebben mensen behoefte aan professionele ondersteuning en aan de andere kant wordt de ondersteuning wenselijk of noodzakelijk geacht door anderen, zoals bijvoorbeeld de overheid. Het is de cultureel en maatschappelijk dienstverlener die de opdracht heeft deze ondersteuning vorm te geven.

De professional die verantwoordelijk is voor de dienstverlening opereert tussen de leefwereld van mensen en de eisen vanuit de samenleving. Daarnaast behoort hij rekening te houden met de organisatie waarvoor hij werkt. Dit vraagt van hem een voortdurend bewustzijn van zijn positie ten opzichte van deze verschillende partijen. 'Het balanceren tussen de partijen en het zoeken naar een optimale match tussen actoren vertoont de kenmerken van het makelaarsschap, maar dan wel om het makelen van vraag en aanbod in de sociale sector. Het kan daarbij gaan om de bemiddeling tussen individuen onderling, tussen individuen en groepen, tussen groepen onderling, en tussen burgers en overheid. De titel sociaal makelaar is daarom een goede naam voor de cultureel en maatschappelijk dienstverlener van nu en de toekomst.'⁸

H2.5 Het werkterrein van de sociaal makelaar

Het werkterrein van de sociaal makelaar, beter bekend als het werkterrein van Culturele en Maatschappelijke Vorming (CMV) is net als de samenleving constant in beweging. Ten eerste is er sprake van een toenemende differentiatie binnen de 'traditionele' werkterreinen van Culturele en Maatschappelijke Vorming: het sociaal-cultureel werk, het opbouwwerk en het vormings- en ontwikkelingswerk. Er zijn wel algemene overeenkomsten, maar doordat gemeenten in de jaren 80 een grote verantwoordelijkheid kregen bij de planning en controle van sociaal-culturele voorzieningen, kan het werk verschillende gedaantes aannemen.

Ten tweede is er een uitbreiding van de werkterreinen te constateren. Er worden op steeds meer plekken in de samenleving sociaal-culturele functies vervuld. Er is een hernieuwde aandacht voor de leefbaarheid van wijken en buurten, maar ook op het

gebied van toerisme, cultureel erfgoed, stedelijke cultuur, gezondheidszorg, milieu, sport en politiek wordt er door sociaal-culturele bril gekeken.

Om het werkveld van Culturele en Maatschappelijke Vorming af te bakenen en in te delen, wordt er gebruik gemaakt van 4 domeinen: recreatie, educatie, samenlevingsopbouw en kunst & cultuur.

Zoals onderstaand figuur laat zien, kunnen de domeinen elkaar op verschillende manieren raken of overlappen. Ze zijn dus niet strikt van elkaar te onderscheiden.

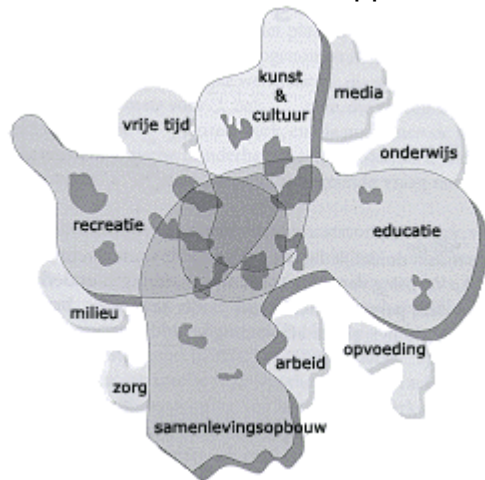


fig. 1.1 - De 4 domeinen van culturele en maatschappelijke vorming
+ de andere aspecten van het maatschappelijke leven⁹

De indeling in deze domeinen kan men op drie manieren toelichten: als menselijke activiteit, als cluster van werksoorten en als beroep.

Ten eerste kan men de domeinen zien als aspecten van menselijk handelen. Mensen kunnen (vrije) tijd zinvol besteden door:

- zich te vermaken en te ontspannen (recreatie);
- te leren en zich te oriënteren op de maatschappij (educatie);
- het organiseren van hun belangen en het nemen van verantwoordelijkheid voor hun directe sociale omgeving (samenlevingsopbouw);
- het produceren en consumeren van kunst & cultuur, op een actieve, receptieve of reflexieve manier (kunst & cultuur).

Bij een aantal van deze activiteiten kunnen mensen ondersteuning nodig hebben of wensen. Ze kunnen dan een beroep doen op een sociaal makelaar.

Ten tweede kunnen de domeinen opgevat worden als clusters van werkvelden. Hierbij moet gezegd dat de domeinen niet het exclusieve terrein zijn van Culturele en Maatschappelijke Vorming. Er zijn wel organisaties en initiatieven die in het geheel een CMV-karakter hebben, zoals bijvoorbeeld het (multiculturele) Dunya festival en de naschoolse opvang. Daarentegen zijn er ook organisaties waarbij Culturele en Maatschappelijke Vorming een neven doel is. Denk bijvoorbeeld aan reisorganisaties en gevangenen, die sociaal makelaars in dienst nemen om bepaalde CMV-activiteiten te organiseren.

Een aantal organisaties zal het accent voornamelijk in één specifiek domein hebben liggen, maar er zal in veel gevallen sprake zijn van een combinatie van elementen uit de verschillende domeinen.

Ten derde vormen de domeinen aandachtsterreinen bij de beroepsuitoefening. Zo kan de sociaal makelaar zich richten op andere aspecten van het maatschappelijk leven, zoals bijvoorbeeld arbeid of milieu (zie figuur 1.1). Toch zal hij op elk werkterrein educatieve, recreatieve, sociale, culturele en kunstzinnige elementen in zijn programma's op moeten kunnen nemen.¹⁰

Hierbij zal hij nauwlettend de ontwikkelingen binnen de domeinen in de gaten moeten houden en daarop moeten kunnen inspelen.

De sociaal makelaar zal oog moeten hebben voor de wisselwerking en de samenhang tussen de domeinen, die Culturele en Maatschappelijke Vorming een grotere dynamiek geeft.

H2.6 Agogische dienstverlening

De sociaal makelaar ondersteunt mensen bij het zichzelf vormen en bij de vormgeving van het maatschappelijk leven. Hierbij moet opgemerkt worden dat hij niet alleen voor mensen werkt, maar vooral in dialoog met mensen. Hij gaat een relatie met ze aan, waarbij hij ze ergens heen leidt. Hij wordt hun partner bij het behalen van doelstellingen die mensen voor zichzelf, veelal in samenspraak met de sociaal makelaar, hebben gesteld. We kunnen daarom spreken van agogische dienstverlening. 'Agogiek' is afgeleid van het Griekse 'agoo', dat handelen betekent. Agogiek is de leer van het handelen inzake veranderingsprocessen.¹¹

Bij deze vorm van agogische dienstverlening is het begeleiden van mensen erg belangrijk. Daarbij staat de sociaal makelaar niet boven maar naast de mensen. Hij structureert of faseert verschillende processen en stimuleert mensen tot zelfstandigheid en zelfwerkzaamheid.

Hij ontwikkelt en organiseert aantrekkelijke activiteiten, programma's en projecten, die bij voorkeur samen met de deelnemers bedacht worden.

Voordat hij een samenwerkingsrelatie met ze aangaat, zal hij zich met behulp van onderzoek moeten oriënteren op de problemen en potenties in zijn werkgebied. Hij legt contacten met de daar aanwezige mensen en organisaties en onderhoudt, verbreedt en verdiept deze contacten.

Tot slot is een belangrijke eis aan het agogisch handelen van de sociaal makelaar dat hij methodisch te werk gaat. Dit wil zeggen dat hij doelgericht, systematisch en planmatig handelt, maar bovendien welbewust en maatschappelijk-ethisch verantwoord.¹²

Geconcludeerd mag worden dat de sociaal makelaar van veel markten thuis moet zijn. Hij kan gezien worden als een intermediair die op verschillende manieren mensen ondersteunt bij het participeren in de samenleving. Hierbij is een beoogde verandering, het aanzetten tot verantwoordelijk handelen en de emancipatie van mensen, groepen en samenlevingsverbanden het doel van zijn agogisch werk. Bij dit agogisch werk gaat het om een open en eerlijke beïnvloeding, waar sprake is van interactie en wederkerigheid.

De sociaal makelaar houdt nauwlettend de ontwikkelingen die zich in de maatschappij afspelen, in de gaten. Technologische ontwikkelingen spelen een belangrijke rol in de samenleving. Aangezien internet tegenwoordig niet meer weg te denken valt uit het dagelijkse leven is het nuttig om te onderzoeken op welk gebied internet een rol kan spelen in de beroepsuitoefening van de sociaal makelaar.

Hetgeen besproken is in dit hoofdstuk is vooral een theoretische beschrijving van het beroep sociaal makelaar. In hoofdstuk 4 zal dieper worden ingegaan op de manier waarop een sociaal makelaar in de praktijk handelt.

H3 Internet

In het vorige hoofdstuk is besproken waar de term 'sociaal makelaar' vandaan komt, wat het werkterrein van deze professional is en welke activiteiten hij onderneemt.

Een belangrijke eigenschap van de sociaal makelaar is dat hij oog heeft voor de verschillende ontwikkelingen die zich binnen de domeinen afspelen.

Eén van die ontwikkelingen is dat er een groeiend besef bij de overheid bestaat dat internet een rol kan spelen bij de bestrijding van maatschappelijke achterstand.

Enerzijds door participatie in de samenleving te bevorderen en anderzijds door draagvlak te creëren voor bepaalde groeperingen in de samenleving. Met name bij de uitvoering van het Grotestedenbeleid is een aantal projecten gestart, waarbij internet als middel wordt gebruikt om agogische doelstellingen te behalen.¹³

Een andere ontwikkeling is dat ook de agogische sector en de opleidingen binnen die sector de mogelijkheden van ICT, waaronder internet, beginnen te ontdekken. Een aantal organisaties zoals Nederlands Instituut voor Zorg en Welzijn (NIZW), Platform ICT Maatschappelijk Werk (PIM) en de MO-groep (Maatschappelijke Ondernemersgroep) en het lectoraat Fontys Hogeschool inventariseert en onderzoekt momenteel ieder op eigen wijze de stand van zaken in de sector.

Voordat de mogelijkheden voor de sociaal makelaar bij een aantal internetgerelateerde projecten worden onderzocht, zal eerst internet aan een nader onderzoek worden onderworpen.

H3.1 Waar komt internet vandaan?

Wat we nu kennen als internet is ontstaan in de jaren zestig als een experimenteel project van het Amerikaanse ministerie van Defensie. Het doel was om wetenschappers de mogelijkheid te bieden om met elkaar via een computernetwerk te communiceren over hun wetenschappelijk onderzoek. Het project werd opgezet door Advanced Research Project Agency (ARPA).¹⁴

Al snel bleek dat het ARPAnet niet alleen voor wetenschappelijke doeleinden werd gebruikt maar ook voor meer 'triviale' zaken als discussies en informatie-uitwisseling over nevenactiviteiten als hobby's, televisieseries en persoonlijke correspondentie.

In de jaren tachtig ontwikkelde de National Science Foundation (NSF) een netwerk waarin een aantal computers met elkaar werden verbonden. Dit netwerk moest toegankelijk zijn voor wetenschappers en onderzoekers. In eerste instantie werd geprobeerd om het ARPAnet te gebruiken. Door de moeilijke toegankelijkheid en de angstige houding van de overheid besloot men een eigen netwerk te bouwen.

Universiteiten, onderzoeksinstellingen en scholen konden via hun regionale netwerk gebruik maken van het NSFnet. Al vrij snel werden andere computers en netwerken ook op het NSFnet aangesloten en werd het ook voor particulieren mogelijk om via

de regionale netwerken gebruiksrechten voor het NSFnet te kopen. Op deze wijze had 'iedereen' toegang tot NSFnet. Omdat het NSFnet uiteindelijk bestond uit een onnoemelijk aantal van netwerken werd al vrij snel gesproken over internet.

H3.2 Internettoepassingen

Internet laat zich simpel beschrijven als een netwerk van aan elkaar verbonden computers waarin talloze soorten digitale informatie en communicatie uitgewisseld kan worden.¹⁵ Internet kan gebruikt worden voor:

Elektronische post (E-mail): het versturen van een bericht vanaf een computer naar één of meerdere andere computers. Berichten kunnen bestaan uit tekst, beeld (al dan niet bewegend) en geluid.

Mailinglists: het abonneren op het ontvangen van berichten over een specifiek onderwerp ten behoeve van groepscommunicatie.

Nieuwsgroepen: openbare bulletinboards die op een bepaald onderwerp betrekking hebben; iedereen kan een bericht inzenden, maar de gebruiker moet zelf contact zoeken met de nieuwsgroep en zelf bepalen of hij een bepaald bericht bekijkt of niet (dit in tegenstelling tot mailinglists, waarbij de geabonneerde automatisch berichten in zijn elektronische postbus ontvangt).

Chatten: interactief via computers discussiëren met één of meer personen via beeldscherm en toetsenbord en/of via microfoon (geluid) en eventueel camera (videobeeld).

World Wide Web (WWW): toegang via internet tot een grote hoeveelheid informatie die in allerlei computerbestanden in de gehele wereld beschikbaar is; het bevat teksten, afbeeldingen, geluid en combinaties hiervan.

Uitwisseling van computerbestanden: door gebruik te maken van het File Transfer Protocol (FTP) kunnen computer-bestanden, waaronder computerprogramma's, worden uitgewisseld.

H3.3 Eigenschappen van internettoepassingen

De meest bekende en gebruikte toepassingen van internet zijn e-mail en het World Wide Web. Met name deze toepassingen zijn zeer interessant voor de beroepsuitoefening van de sociaal makelaar en wel door de volgende eigenschappen:

1. Internet is een 'global medium':

Uniek van het medium internet is dat het overal vandaan bereikbaar is, ongeacht de fysieke locatie van de computer die de website beschikbaar stelt. Internet biedt de mogelijkheid informatie zeer snel te actualiseren en binnen korte tijd voor iedereen

beschikbaar te stellen. Tevens maakt internet wereldwijd communiceren makkelijker. E-mail is snel en kost relatief weinig.

2. Internet is 24 uur per dag beschikbaar:

Internet is 7 dagen per week en 24 uur per dag beschikbaar. Dit in tegenstelling tot bijvoorbeeld televisie en radio die te maken hebben met vaste zendtijden. Op internet kan op elk willekeurig moment informatie opgezocht en geplaatst worden.

3. Internet is interactief:

Interactiviteit is het proces waarbij twee of meer partijen elkaar wederzijds beïnvloeden door communicatie. Dit kan op internet o.a. plaatsvinden door middel van e-mail, chatten en het personaliseren van websites.

4. Internet is individueel:

Het is mogelijk om de inhoud van een website geheel aan te passen aan de eigen voorkeuren van elke bezoeker, het zogenaamde personaliseren van sites.

5. Internet is dynamisch en gemakkelijk te actualiseren:

De inhoud van websites kan snel, eenvoudig en oneindig vaak veranderd worden. Door een site goed te onderhouden, kan de content altijd actueel zijn. Hierdoor wordt de site aantrekkelijk voor bezoekers.

6. Internet is een 'two-way' medium:

Internetgebruikers kunnen actief reageren en deelnemen aan communicatie in tegenstelling tot een advertentie in een krant/ tijdschrift of commercial op de tv of radio, waarbij de consument de boodschap passief ontvangt.

7. Internet is feedback-oriented:

Internet geeft sneller dan andere media de mogelijkheid tot het geven van feedback. Bij het versturen van bericht kan aan de zender gemeld worden dat dit bericht goed verzonden is en ook wanneer dit bericht door de ontvanger bekeken is. Wanneer een website niet voldoet aan de wensen van de bezoekers zal de eigenaar van de site dit direct merken door negatieve berichten en een dalend bezoekersaantal.

8. Internet is 'many to many':

Voor het eerst in de geschiedenis kan ieder individu tegelijkertijd zowel zender als ontvanger van informatie zijn.

9. Het Internet is 'everything- everywhere- anytime'¹⁶:

Op steeds meer plaatsen hebben mensen beschikking over internet. Beperkte deze mogelijkheid zich enkele jaren geleden tot de werk- en woonplek en voor degene die een laptop bezaten, tegenwoordig kunnen mensen in scholen, bibliotheken, cafés, treinen en vliegtuigen 'surfen' over het web. Zelfs een computer is hiervoor niet meer noodzakelijk, want ook mobiele telefoons bieden toegang tot het web. De

verwachting is dat in de nabije toekomst meer en meer apparaten in verbinding met internet zullen staan.

H3.4 Trends en mogelijkheden

Afgezien van de eigenschappen van internettoepassingen is er een aantal technologische trends waar te nemen die de mogelijkheden van internet zal vergroten. De verbetering van *compressietechnieken*, *bandbreedte* en de sterke toename van de *verwerkingscapaciteit* van computers zijn hiervan de belangrijkste¹⁷. Compressie is het proces waarbij een informatiestroom wordt gecodeerd in een kleiner aantal bits, zodat minder beslag wordt gelegd op de capaciteit van het netwerk. Bandbreedte is een maat voor de capaciteit van een communicatiekanaal. De bandbreedte is groter naarmate er meer informatie per seconde getransporteerd kan worden. Met de verwerkingscapaciteit van computers wordt bedoeld de hoeveelheid en snelheid waarmee informatie door computers verwerkt kan worden.

H3.5 Toegankelijkheid tot internet

De toegankelijkheid tot internet is afhankelijk van een aantal factoren¹⁸:

- technische vereisten
- fysieke en intellectuele vereisten
- financiële vereisten

H3.5.1 Technische vereisten

Om gebruik te kunnen maken van internet heeft men een aantal technische zaken nodig.

Allereerst is een apparaat nodig dat de elektronische, digitale informatie van internet omzet in signalen die de gebruiker via zijn zintuigen kan waarnemen en omgekeerd commando's van de gebruiker omzet in elektronische signalen. Het apparaat vormt de interface tussen de gebruiker en internet, kortweg aangeduid met de *gebruikersinterface*. Momenteel wordt de gebruikersinterfacefunctie voornamelijk vervuld door computerapparatuur, met name de PC. Echter, televisie en de mobiele telefoon zullen hier in toenemende mate voor gebruikt worden. Daarnaast is programmatuur vereist, die het mogelijk maakt de internetpagina's op te vragen. De meest bekende, Internet Explorer en Netscape Navigator, zijn kosteloos beschikbaar. Deze gebruikersinterface moet met internet verbonden worden. Dit gebeurt via een *telecommunicatieverbinding* met een zogenoemde *internetprovider*.

Nagenoeg elke Nederlandse woning heeft een aansluiting(smogelijkheid) op elektriciteit en telefoon. Daarnaast is er in een groot gedeelte van Nederland

kabeltelevisie. Deze drie infrastructuren kunnen worden gebruikt als fysiek communicatiemedium. Daarnaast zullen in de nabije toekomst meer en meer draadloze verbindingen met internet mogelijk zijn. Op dit moment is dit al mogelijk via de mobiele telefoon, zij het dat de overdrachtssnelheid vooralsnog beperkt is. De internetprovider biedt een individuele gebruiker toegang tot internet. Als de telefoonlijn als telecommunicatiemedium wordt gebruikt, houdt dit in dat de gebruiker via het modem het telefoonnummer van een inbelpunt van de provider kiest. Na uitwisseling van een aantal gegevens, zoals naam en password krijgt de gebruiker toegang tot internet.

Het is ook mogelijk om buitenshuis te internetten. Voorbeelden zijn openbare bibliotheken en (commerciële) internetcafés.

H3.5.2 Fysieke en intellectuele vereisten

Fysieke vereisten

Wat betreft de fysieke vereisten kan de huidige gebruikersinterface met name voor gehandicapten problemen opleveren. Computers en programmatuur zijn ontwikkeld voor niet-gehandicapten. Zo zijn grafische besturingsprogramma's bedoeld om gebruikt te worden met een muis. De bediening ervan vergt een goede coördinatie van de motoriek van de arm en hand.

Daarnaast gaan grafische besturingssystemen uit van niet-visueel gehandicapten. Tegenwoordig is het wel mogelijk om tekst direct in spraak om te zetten; dit kan met een gewone PC met geluidskaart en 'text-to-speech' programmatuur, maar bij afbeeldingen is dit een stuk moeilijker.

Intellectuele vereisten

Enkele decennia geleden was computergebruik alleen aan de technische specialisten uitbesteed. Nu worden computers zelfs in supermarkten verkocht. Alhoewel de gebruiksvriendelijkheid van de programmatuur enorm is toegenomen, is er wel degelijk een hoeveelheid kennis nodig om het geheel aan de praat te krijgen en te houden. Niet alleen het 'aan de praat krijgen' van de PC vereist de nodige kennis en vaardigheden, ook het 'internetten' zelf stelt intellectuele eisen. Een basisvereiste is dat men de tekst op het scherm kan lezen. Analfabetisme bestaat evenwel nog steeds, ook in Nederland. Daarnaast is er een veel grotere groep die weliswaar de teksten kan lezen, maar niet begrijpt (functioneel analfabetisme). Voor deze groep mensen is het huidige internet niet of nauwelijks toegankelijk.

H3.5.3 Financiële vereisten

Surfen op internet kost geld. Naast de kosten voor de apparatuur zijn er de kosten voor de telecommunicatieverbinding.

Op dit moment ligt de aanschafprijs voor een voor internet geschikte computer rond de 900 euro. Wat betreft de kosten voor de telecommunicatieverbinding zal een regelmatige gebruiker van internet zo'n 250 euro per jaar kwijt zijn.

H3.6 Internetgebruik

Het aantal internetgebruikers in Nederland neemt stormachtig toe. Volgens de laatste internetmonitor van onderzoeksbureau Pro Active International¹⁹ begeeft meer dan de helft van de Nederlandse bevolking zich op internet. Drie jaar geleden was dat nog slechts 15 procent. Gemiddeld is de Nederlandse internetter eens per twee dagen 34 minuten online, wat voor de gehele Nederlandse bevolking neerkomt op een gemiddelde van 9 minuten per dag. Met de komst van gratis internetproviders en de steeds goedkoper wordende computers zal dit percentage alleen maar toenemen. De tijd die online wordt doorgebracht gaat volgens Pro Active vooral ten koste van televisie kijken, en in mindere mate aan het lezen van boeken en aan de nachtrust. Het onderzoeksbureau Multiscope verricht ieder halfjaar onderzoek naar internetgebruik in Nederland. Halverwege 1998 werd bevonden dat 82 procent van de particuliere gebruikers uit mannen bestaat. Deze mannen hadden een gemiddelde leeftijd van 33 jaar. De internetgebruiker kon toen het best getypeerd worden als een jonge, hoogopgeleide man met een boven modaal inkomen. De groei in het gebruik van internet lijkt zo op dezelfde manier te verlopen als bij andere technische innovaties, waarbij een selecte groep van jong, hoog opgeleide mannen tot de voorlopers behoort en de innovatie vervolgens steeds meer groepen in de samenleving bereikt.²⁰

Tegenwoordig vinden steeds meer mensen de weg naar internet. Het is niet meer zo leeftijd- en geslachtsgebonden als dat vier jaar geleden nog het geval was.

Zoals Livingstone in haar artikel aangeeft:

*"Last, and most obviously reconizable as new, are prospective technologies such as interactive teletext, multimedia computing, homeshopping, and, attracting by far the most interest, the internet, all of them likely to become widely adopted in the coming decade, subject to a host of economic, technical, regulatory and sociacultural factors."*²¹

Terugkijkend op dit hoofdstuk zien we dat internet een aantal voordelen heeft ten opzichte van andere communicatiemiddelen. De belangrijkste daarvan zijn een

combinatie van tekst, afbeeldingen en geluid dat overal vandaan bereikbaar is, op elk gewenst tijdstip, dat snel te actualiseren is, dat interactiviteit biedt, dat feedback kan geven en waarbij e-mail snel is en relatief weinig kost. Hier komt bij dat de verwachtingen aangaande het gebruik van internet hooggespannen zijn. Over zes jaar zal heel Nederland toegang hebben tot internet en zullen de meeste steden een razendsnelle internetverbinding kunnen aanbieden. Het is aan de sociaal makelaar om deze voordelen te gebruiken in zijn missie om participatie van mensen in de samenleving te bevorderen.

H4 Agogiek en internet

In de vorige hoofdstukken is besproken wat onder *sociaal makelaar*, *agogiek* en *internet* verstaan wordt. In dit hoofdstuk zullen deze begrippen aan elkaar worden gekoppeld en zal er worden gekeken naar de mogelijkheden voor de sociaal makelaar om door middel van internet agogische doelen te behalen.

Belangrijk kenmerk van de agogiek is dat het om handelen gaat, dat het gericht is op het beter, efficiënter en meer verantwoord handelen van mensen teneinde tot bepaalde (structurele) veranderingen te komen die veelal een emancipatoir karakter dragen. Handelen, veranderen en emancipatie vormen drie sleutelbegrippen in de agogiek. Het gaat om het doen veranderen van mensen, groepen en samenlevingsverbanden, zodanig dat het hun autonomie en zelfbeschikking vergroot. Het gaat bij de agogiek om een open en eerlijke beïnvloeding, waarbij sprake is van interactie en wederkerigheid.

Wanneer deze kenmerken naast de kenmerken van het internet worden gelegd, zien we een aantal overeenkomsten die het gebruik van internet bij agogische doelen rechtvaardigt.

Zo heeft internet een grote reikwijdte. Zowel individuen, groepen als samenlevingsverbanden kunnen door middel van dit medium bereikt worden. (Actuele) informatie kan zeer snel op internet verspreid worden, zodat kan worden ingespeeld op ontwikkelingen binnen de samenleving.

De hoge mate van interactiviteit die internet biedt, zorgt ervoor dat twee of meer partijen elkaar wederzijds kunnen beïnvloeden door communicatie. Deze beïnvloeding is evenwel een kenmerk van de agogiek.

Internetgebruikers kunnen actief reageren en deelnemen aan communicatie; e-mail is snel en vrijwel kosteloos. Aangezien de agog in samenwerking met de doelgroep doelstellingen wil bereiken, is een actieve vorm van communicatie vereist.

Bovendien geeft internet sneller dan andere media de mogelijkheid tot het geven van feedback. Juist bij het begeleiden van een doelgroep is feedback belangrijk.

Agogiek sluit aan op ontwikkelingen in de maatschappij, waar zich veranderingen voltrekken en waar mensen een eigen verantwoordelijkheid hebben voor hun gedrag. Eén van die ontwikkelingen is de opkomst van internet met vele mogelijkheden tot het vergaren van informatie en tot communicatie. Zo is actuele informatie overal vandaan bereikbaar en op elk gewenst tijdstip op te vragen. In een maatschappij waar kennis en informatie steeds belangrijker worden, kunnen mensen buiten de boot vallen als zij niet met dit communicatiemiddel in aanraking komen en niet weten

hoe ze het kunnen gebruiken. Met het oog op emancipatie kan de sociaal makelaar door middel van toegang verlenen tot internet en het aanleren van internetvaardigheden zorgen dat (potentiële) 'achterblijvers' kunnen profiteren van de kansen die de nieuwe kenniseconomie geeft.

De sociaal makelaar kan achterstand bestrijden door toegang te verlenen tot internet en door internetvaardigheden aan te leren, maar internet biedt meer mogelijkheden voor agogische doelen.

Zo kan de sociaal makelaar participatie in de samenleving bevorderen door interactieve plekken te creëren waar mensen met elkaar in contact kunnen komen. Mensen die niet zo snel in het dagelijkse leven met elkaar in contact zouden komen, hebben door middel van internet de mogelijkheid om hun interesse te delen, hun mening te uiten en discussies te houden. Lotgenoten hebben de mogelijkheid om elkaar te steunen en kunnen al dan niet anoniem vragen stellen over verschillende ziektebeelden. Mensen die door fysieke onmogelijkheden moeite hebben om deel te nemen aan de maatschappij kunnen uit hun sociale isolement worden gehaald door contacten op internet. Deze interactieve plekken, ook wel virtuele gemeenschappen genoemd, lopen dwars door bestaande fysieke sociale verbanden en maken zodoende een meer divers contact tussen mensen en partijen mogelijk.

Het feit dat internet snel te actualiseren is en een hoge mate van interactiviteit biedt, maakt internet uitermate geschikt om educatieve programma's aan te bieden. Terwijl een cd-rom gezien kan worden als een boek dat, éénmaal af, niet veranderd kan worden, biedt internet de mogelijkheid om een educatieve website constant aan te passen aan actuele ontwikkelingen. Een educatief programma op internet kan een veel grotere doelgroep bereiken, omdat het eenvoudiger te verspreiden is dan een cd-rom.

Bovendien kan er makkelijker feedback gegeven worden op vragen of antwoorden van de gebruiker. Waar het bij de agogiek gaat om veranderingsprocessen is deze feedback voor mensen van belang om na te gaan wat de gevolgen van hun acties zijn. Ze kunnen daar vervolgens op inspringen door zich aan te passen.

H4.1 Randvoorwaarden

De in hoofdstuk 3.5 besproken benodigde vereisten voor het gebruik van internet, kunnen een belemmering zijn voor het behalen van agogische doelen. Vooral de financiële vereisten kunnen voor sommige mensen te hoog zijn om toegang tot internet te verkrijgen. Computers worden steeds goedkoper, maar een bedrag van 900 euro kan voor een alleenstaande moeder of een WAO-er een onmogelijke

uitgave zijn. In plaats van te wachten op verdere prijsdaling, zal de sociaal makelaar andere manieren moeten vinden om deze mensen toegang te verlenen tot internet. Dit kan door het bieden van (internet)faciliteiten op publieke plekken, zoals op een digitaal trapveld (zie H4.2.2).

De fysieke vereisten die voor het gebruik van internet noodzakelijk zijn, sluiten tot dusver veel mensen uit. Doordat de bediening van muis en/of toetsenbord een goede motoriek verlangt van de arm en de hand, kunnen gehandicapten er problemen mee ondervinden. Er zijn technologische ontwikkelingen waarbij de navigatie op het scherm door middel van spraak of irisbeweging kan plaatsvinden, maar deze technieken zijn nog niet optimaal ontwikkeld en zijn erg duur.

Voor visueel gehandicapten is internet nauwelijks bruikbaar. Er zijn mogelijkheden om tekst om te zetten naar spraak, maar het zal nog jaren duren eer deze groep gebruik zal kunnen maken van websites die op hen zijn afgestemd.

De sociaal makelaar zal deze doelgroepen niet kunnen bereiken via het medium internet. Agogische doelen zullen op een andere wijze behaald moeten worden.

De sociaal makelaar kan wel invloed uitoefenen op de intellectuele vereisten voor het gebruik van internet. Behalve door het aanleren van internetvaardigheden op fysieke locaties kan hij zorgen voor laagdrempeligheid van zijn programma's. Door uit te gaan van het huidige niveau van zijn doelgroep kan hij zorgen dat zij stap voor stap inzicht krijgt in de werking van het programma. Mede door het bieden van interactiviteit kan de doelgroep de doeltreffendheid van haar acties nagaan.

In het geval van (functioneel)analfabeten is dit wat ingewikkelder, maar ook hier zijn programma's voor te ontwikkelen. Door de combinatie van tekst, afbeeldingen en geluid kunnen veel zaken op internet verduidelijkt worden. Door bijvoorbeeld het gebruik van iconen kan er genavigeerd worden op het scherm, terwijl geluidsfragmenten de informatie kunnen verschaffen. Probleem hierbij is dat het 'reguliere' internet hier geen rekening mee houdt, waardoor deze groep mensen een hoop kansen mist.

Er zijn inmiddels initiatieven te vinden op het gebied van analfabetisme en internet. De Stichting Belangenbehartiging Alfabetisering heeft een paar ton geïnvesteerd in een eigen server en een leerplan voor analfabeten via internet. De site wordt goed bezocht, maar inschrijvingen op cursussen en speciale 'lees- en schrijfavonden voor analfabeten' zijn er nauwelijks. Volgens directeur Hans Anders heeft de stichting een belangrijke inschattingsfout gemaakt: "Om te kunnen surfen, moet je kunnen lezen. Analfabeten zijn daarom niet op internet te vinden. Tja, dat hadden we natuurlijk wel eerder moeten weten"²²

De stichting heeft niet goed gekeken naar de vereiste randvoorwaarden. Analfabeten zullen inderdaad problemen ondervinden om op de desbetreffende site terecht te komen, maar éénmaal aanbeland kan het bezoek zeer vruchtbaar zijn. Er moet worden onderzocht op welke wijze men ondersteuning kan bieden. Als men ervoor kan zorgen dat een ander naar de site surft, dan kan ook internet voordelen bieden voor analfabeten.²³

H4.2 Voorbeelden uit de praktijk

In het vervolg van dit hoofdstuk zullen de mogelijkheden van internet worden geanalyseerd aan de hand van voorbeelden uit de praktijk. Eén van die voorbeelden is het gevolg van een groeiend besef bij de overheid dat internet een rol kan spelen bij het bevorderen van participatie van mensen in de samenleving, het project Digitaal Trapveld. Alvorens over te gaan tot dit project en de mogelijke rol van de sociaal makelaar zal eerst kort het Grotestedenbeleid beschreven worden.

Grotestedenbeleid

Grote steden kampen met problemen van verschillende aard die echter niet los van elkaar staan. Zo zijn er sociale problemen, bijvoorbeeld een hoog percentage inwoners met lage scholing, inburgeringproblemen, onveiligheidsgevoelens, hoge werkloosheid, toenemende criminaliteit en een wegtrekkende middenklasse, met vaak nog een concentratie en cumulatie van problemen in specifieke wijken. Anderzijds vormen een verouderd woning- of bedrijfsbestand, een gebrekkige infrastructuur en daardoor een gebrekkige bereikbaarheid obstakels voor vooruitgang.²⁴

Het Grotestedenbeleid (GSB) in Nederland is een bundeling van expertise, geld en menskracht waarmee de problemen én de kansen van een stad op economisch, sociaal en fysiek gebied integraal worden aangepakt. Het GSB beoogt hiermee het tot stand brengen van 'de complete stad'; een stad waarin iedereen zich thuis voelt, die economisch vitaal is, werk biedt aan wie dat zoekt, waar het goed wonen is, met leefbare buurten en veilige straten én waar iedereen meedoet en niemand achterblijft.²⁵

Nederland kiest voor een grootschalige, integrale aanpak van de stedelijke problematiek, waarbij echter niet alleen problemen worden bestreden maar vooral kansen worden benut. Met deze nieuwe impulsen kunnen de steden zich versterken, vernieuwen en ontwikkelen.

Eén van die impulsen is het gebruik van internet om maatschappelijke achterstand te bestrijden door participatie in de samenleving te bevorderen.

H4.2.1 Digitale trapvelden

Door de eeuwen heen is informatie in de samenleving altijd ongelijk verdeeld geweest. Het feit, echter, dat de huidige samenleving meer en meer afhankelijk wordt van kennis en informatie, brengt met zich mee dat de consequenties voor de achterblijvers steeds groter worden. Uit een onderzoek van het Sociaal en Cultureel Planbureau²⁶ komt naar voren dat er een 'digitale kloof' ontstaat, waardoor bepaalde groepen in de Nederlandse samenleving het gevaar lopen achter te blijven. Het gaat hier om bevolkingsgroepen die niet automatisch via hun werk, opleiding of sociale netwerk in aanraking komen met informatie- en communicatietechnologie: vrouwen, werkzoekenden, ouderen, nieuwkomers.

Middels het project Digitaal Trapveld wordt er in de aandachtswijken van de steden die meedoen in het Grotestedenbeleid²⁷ geïnvesteerd in educatie op het gebied van ICT- en internetvaardigheden. Minister van Boxtel, demissionair minister van Grotesteden- en integratiebeleid heeft aan 29 steden geld toegekend voor het realiseren van digitale trapvelden.²⁸ Hiervoor heeft hij in 2000 in totaal een bedrag van 8,5 miljoen euro vrijgemaakt. Voorwaarde was dat het toegekende bedrag minimaal door de gemeente verdubbeld zou worden. Inmiddels is er op lokaal niveau veel geïnvesteerd in de trapvelden. In totaal bedragen de verschillende begrotingen van de trapvelden ongeveer 60 miljoen euro. Aanzienlijk meer dan het aanvankelijke bedrag van minister van Boxtel.

Het doel van het project Digitaal Trapveld is drieledig:

- verminderen van de digitale kloof; bevorderen van de zelfredzaamheid van de inwoners van de betreffende wijk middels vergroting van hun algemene ICT-vaardigheden
- verhogen van het arbeidsperspectief van de inwoners van de betreffende wijk middels vergroting van specifieke ICT-vaardigheden
- bevorderen van contacten tussen verschillende groepen bewoners in de betreffende wijk

H4.2.1.1 Invulling

De eisen op hoofdlijnen die door de minister aan een digitaal trapveld worden gesteld, zijn dat een digitaal trapveld tenminste uit één fysieke locatie in een aandachtswijk bestaat; daarbij moet het laagdrempelig zijn, ingebed worden in de bestaande sociale infrastructuur en aanhaken bij reeds lopende initiatieven en

tenslotte dient een gemeente het trapveld voor tenminste drie jaar operationeel te houden.²⁹

Het is verder aan de steden om op buurtniveau de doelstellingen van de digitale trapvelden te behalen. Het is bij uitstek de sociaal makelaar die de concrete invulling hieraan kan geven.

Een onderzoek naar de digitale trapvelden leert dat door de eigen invulling van de steden de opzet en aanpak sterk verschillen. In Haarlem, bijvoorbeeld, startte een digitale wijkkrant en Groningen verstrekt e-mailadressen aan dak- en thuislozen (www.digidak.nl).

Ook de doelgroepen variëren bij de digitale trapvelden: sommige kiezen voor een brede opzet, alle bewoners van een wijk, andere kiezen, op basis van een analyse van de buurt, voor een specifieke doelgroep.

De meeste trapvelden zijn verbonden met bestaande organisaties zoals bibliotheken, scholen of buurthuizen en in alle steden zijn met meer en minder gemak partners gezocht: bedrijven die sponsoren (Microsoft, Ordina, Schiphol) of expertorganisaties zoals Seniorweb of welzijnsorganisaties.

Inmiddels zijn er zo'n 150 trapvelden in het leven geroepen en is het einde nog niet in zicht: eind 2002 zijn er vermoedelijk zo'n 200 plekken operationeel. Veel meer dan de oorspronkelijk geplande 34 trapvelden. En wat meer is: de trapvelden voorzien in de behoefte van gebruikers, zo blijkt uit een gestage toestroom van deelnemers. Regelmatig wordt er al gewerkt met wachtlijsten. Wat weer leidt tot nieuwe oplossingen: uitbreiding van de openingsuren of pasjessystemen, zodat de gebruikers efficiënt ingedeeld kunnen worden.³⁰

De veelbelovende start van de digitale trapvelden moet de sociaal makelaar niet aan zich voorbij laten gaan. Als agogische dienstverlener is hij de aangewezen professional om de laagdrempelige computerclubhuizen op te zetten om zo participatie van mensen in de samenleving te bevorderen. De vraag is: op welke wijze kan de sociaal makelaar internet gebruiken om de genoemde agogische doelstellingen te bereiken?

H4.2.1.2 Verminderen digitale kloof

In dienst van de gemeente opereert de sociaal makelaar als intermediair tussen de verschillende partijen: gemeente, bedrijven, organisaties, vrijwilligers en bewoners. Hij gaat na hoe hij relaties aan kan knopen met de daar aanwezige mensen en legt en onderhoudt vervolgens contacten met hen. Hij creëert en onderhoudt een netwerk

met alle betrokkenen. Hij zoekt sponsors en gaat samenwerkingsrelaties aan met onder andere belangenorganisaties. De sociaal makelaar oriënteert zich, onder meer met behulp van onderzoek, op de problemen en potenties in de buurt. Dit kan bijvoorbeeld door het raadplegen van al aanwezige dienstverleners of door het houden van een buurtonderzoek.

De uitkomsten van de oriëntatie zet hij vervolgens, in overleg met de betrokken partijen, om in een doelgroepkeuze. Enerzijds kan het zijn dat een bepaalde doelgroep speciale aandacht verdient door haar situatie. Anderzijds kan het digitale trapveld voor alle bewoners bestemd zijn.

Het ontwerpen en ontwikkelen van de trapvelden doet de professional in samenwerking met de mensen en organisaties op wie het werk gericht is. Om draagvlak te krijgen voor het project moet hij daarbij inspelen op de wensen van de doelgroep. Samen met de doelgroep stelt hij doelen en probeert deze te realiseren. Hierbij houdt hij rekening met de mogelijkheden van die doelgroep, maar ook met de eisen die de minister aan de digitale trapvelden stelt.

Wanneer de sociaal makelaar een dienst aanbiedt, zal hij kennis moeten hebben van die dienst. In dit geval het aanleren van internetvaardigheden en toegang verlenen tot internet. Bewoners in zogeheten aandachtswijken ontberen vaak de toegang tot internet en de scholing om te kunnen profiteren van de nieuwe kansen die de kenniseconomie biedt. Productie en verspreiding van informatie neemt een centrale plaats in de economie en in het dagelijkse leven.³¹ Het is aan de sociaal makelaar om op de hoogte te zijn van de kansen die internet biedt en hoe deze moeten worden aangeboden.

De enorme schat aan informatie en de mogelijkheden tot communicatie die internet biedt, kunnen zelfredzaamheid van mensen bevorderen, maar mensen moeten wel weten hoe ze deze mogelijkheden kunnen gebruiken.

Aangezien laagdrempeligheid een belangrijke eis is aan de digitale trapvelden zal de sociaal makelaar op de hoogte moeten zijn van het niveau van de doelgroep.

Uitgaande van het feit dat mensen niet eerder met internet in aanraking zijn geweest, is kennis maken met internet en de mogelijkheden tonen een eerste stap. Het aanleren van internetvaardigheden en toegang verlenen tot het medium is een volgende.

Het aanbod van informatie op internet is zo gigantisch dat een groot aantal mensen niet weet waar zij moet kijken en wat zij moet geloven. Men moet een selectie kunnen maken uit dit aanbod en er op kunnen vertrouwen dat de informatie betrouwbaar is. Men moet daarom vaardigheden aanleren om op internet naar

betrouwbare bronnen te zoeken. De sociaal makelaar kan op de fysieke locatie van een digitaal trapveld cursussen aanbieden om in deze behoefte te voorzien.

In Groningen zijn e-mailadressen aan dak- en thuislozen verstrekt. Het komt vaak voor dat dak- en thuislozen problemen ondervinden met de georganiseerde samenleving doordat zij administratief zoek raken. Te denken valt aan uitkeringsinstanties, gezondheidszorg, reclassering, maar ook vrienden en familie hebben vaak moeite met het kunnen vinden van mensen in de maatschappelijke opvang. Een postadres biedt een beperkte garantie voor de postbezorging aan een dak- en thuisloze, want na twee weken wordt niet opgehaalde post teruggestuurd, de sociale dienst wordt gewaarschuwd dat de betreffende persoon niet meer is ingeschreven en de burgerlijke stand wordt ingelicht.

Een virtueel adres kan uitkomst bieden voor het bereikbaarheidsprobleem van een dak- en thuisloze. Deze kan op het moment dat hij/zij het wil e-mail bekijken. E-mail kan eendeloos bewaard blijven en is op elke plek bereikbaar via een PC met internettoegang. De anonieme afstandelijkheid van e-mail en internet kan voor menig dak- en thuisloze een compensatie zijn voor het gebrek aan sociale vaardigheden in het dagelijkse leven. Het probleem is dat dak- en thuislozen niet gemakkelijk gebruik kunnen maken van de bestaande internetvoorzieningen.

De sociaal makelaar kan dit probleem ondervangen door het organiseren van e-mailadressen voor deze doelgroep. Het plaatsen van computers in voorzieningen voor maatschappelijke opvang en het beheer hiervan maakt het voor hen mogelijk om e-mail te bekijken. De sociaal makelaar kan het gebruik van e-mail stimuleren door de vaardigheid van deze doelgroep hierin te vergroten middels cursussen. Dak- en thuislozen blijken bij een uitnodigende benadering in een veilige omgeving over soms verrassende talenten te beschikken.

H4.2.1.3 Verhogen arbeidsperspectief

Internet kan tevens gebruikt worden om de arbeidspositie van mensen te verbeteren. In het verlengde van het zoeken naar informatie kunnen mensen zoeken naar vacatures. Er zijn op internet verschillende vacaturesites te vinden waarop mensen kunnen reageren en zo kans maken op een nieuwe baan. De sociaal makelaar kan hierbij mensen ondersteunen door cursussen aan te bieden over hoe gebruik te maken van vacaturesites en hoe on-line te solliciteren.

Werkloosheid is onder etnische minderheden nog steeds aanzienlijk hoger dan onder de autochtone bevolking.³² Oorzaken hiervoor zijn onder andere een tekortschietende opleiding en een te beperkte inburgering. Vaak is de belangstelling

van allochtone jongeren voor ICT vrij groot.³³ De sociaal makelaar kan deze interesse benutten door onderwijstrajecten in te richten die ze naar ICT-bedrijven leidt. Nadat ze op het digitale trapveld een beginnerscursus hebben gevolgd, kan de sociaal makelaar voor geïnteresseerde jongeren meeloopdagen en stages bij bedrijven organiseren.

Bij een aantal bestaande trapvelden worden er cursussen gegeven voor het bouwen van websites. Dit zijn veelal beginnerscursussen, omdat men uitgaat van laagdrempeligheid. In samenwerking met verschillende ROC's (Regionale Opleidings Centra) wordt het mogelijk gemaakt mensen door te laten stromen naar een ware ICT-opleiding.

Internet biedt bovendien nieuwe kansen om mensen die buiten het arbeidsproces zijn geraakt opnieuw te laten instromen. Vooral in de onderwijssector is internet niet meer weg te denken en biedt het uiteenlopende mogelijkheden voor nieuwe onderwijsmethoden. (Oud-) leerkrachten die niet meer in staat zijn klassikaal les te geven, kunnen via internet delen van het lesgeven overnemen of lesprogramma's ontwikkelen.

H4.2.1.4 Bevorderen van contacten

Nu digitale trapvelden daadwerkelijk bestaan en de organisatie op poten is gezet, begint in veel gevallen de belangstelling te verschuiven van het dichten van de 'digitale kloof' naar 'digitale kansen'. Wat kan er nog meer met een computerclubhuis gedaan worden, behalve mensen kennis laten maken met internet en ze algemene internetvaardigheden aanleren?

Sociale cohesie

De frequentie en kwaliteit van sociale contacten tussen bewoners, en de sfeer in een wijk, zijn belangrijke factoren voor mensen om zich in een bepaalde buurt of wijk te vestigen of voor geruime tijd te blijven wonen.³⁴ In sommige wijken is het percentage doorstromers relatief hoog. Waar aandachtswijken in de grote steden voorheen vaak een sterke sociale samenhang, sociale cohesie, kenden, is deze tegenwoordig afgebrokkeld door de uitstroom van de oorspronkelijke bewoners en de instroom van bewoners met een verschillende culturele achtergrond. Door taal- en cultuurverschillen is de onderlinge verbondenheid in een wijk dikwijls niet meer aanwezig. Naast een culturele kloof is er dikwijls sprake van een generatiekloof tussen de verschillende wijkbewoners, doordat vooral veel oudere oorspronkelijke bewoners achterblijven. Bewoners in stedelijke gebieden kennen hun medebuurtbewoners niet en ze zijn niet op de hoogte van hun kwaliteiten, interesses en hobby's.

Onderling contact tussen bewoners, individueel of in groeps- of verenigingsverband, vergroot de sociale cohesie en zorgt ervoor dat mensen meer betrokken raken bij hun buurt waardoor de leefbaarheid een positieve impuls kan krijgen. Groepen die in dit kader speciale aandacht behoeven, zijn onder andere jongeren, allochtonen vrouwen, nieuwkomers en ouderen. Dit zijn vaak groepen die veel van hun tijd in de buurt doorbrengen en soms in een sociaal isolement terechtkomen omdat zij minder mobiel zijn of de Nederlandse taal niet goed spreken.

Faciliteiten

Een manier om internet als hulpmiddel te gebruiken bij het bevorderen van sociale relaties in de directe leefomgeving is het bieden van internetfaciliteiten aan jongeren in de wijk.

Jongeren zijn geïnteresseerd in en bedreven in allerlei ICT-toepassingen, waaronder internet. Door ze faciliteiten te bieden, komen ze al jong in aanraking met internet en zo kunnen ze hun kwaliteiten verder ontplooien. Door jongeren in een vroegtijdig stadium te betrekken bij internetprojecten, zoals het opzetten van een wijkwebsite (zie H4.2.2.1) , en door ze les te laten geven aan ouderen, komen ze in aanraking met andere buurtbewoners. Hierdoor kan het wederzijds begrip toenemen.

E-mail

Naast het feit dat de fysieke locatie van een digitaal trapveld ruimte voor ontmoetingen biedt, kunnen er ook op internet contacten plaatsvinden.

Een toepassing hiervoor is het medium e-mail. Door ouderen een mogelijkheid te geven tot e-mailen en door ze de benodigde vaardigheden aan te leren, kan dit medium een uitkomst bieden om beter contact te houden met hun omgeving of met de kleinkinderen. Ouderen zijn op dit moment zelfs één van de snelst groeiende groepen op internet.³⁵ Via de site van SeniorWeb worden zij op de digitale snelweg geholpen. Twee voorbeelden van hun activiteiten zijn de Teleac-cursus en een vrijwilligerscentrale voor PC-problemen. Teleac is gestart met een zesdelige tv-cursus, gericht op ouderen die nog weinig ervaring hebben op het gebied van internet en de 'Vrienden van SeniorWeb' hebben de service 'PC-Thuishulp' opgestart.

De digitale trapvelden zorgen in eerste instantie voor de fysieke toegang tot computers en internet en bieden begeleiding bij het gebruik ervan. Het succes van de digitale trapvelden heeft de vraag opgeroepen welke mogelijkheden een computerclubhuis nog meer biedt behalve toegang verlenen tot internet en algemene internetvaardigheden aanleren. Het gevolg daarvan zijn de digitale broedplaatsen.

H4.2.2 Digitale broedplaatsen

De projecten die ondersteuning krijgen van de digitale broedplaatsen zijn er op gericht om de burgers de computers ook te laten gebruiken voor sociale doelen zoals leefbaarheid, veiligheid, zorg, werkgelegenheid en sociale cohesie in de wijk. Minister van Boxtel heeft uit de vijftientwintig ingediende aanvragen aan vier grote steden de status van digitale broedplaats toegekend. Dit zijn Amsterdam, Den Haag, Deventer en Eindhoven. Deze steden hebben ieder 1,82 miljoen euro ontvangen en zij hebben dit bedrag vermeerderd met gemeentelijk geld. Met deze middelen worden lokale initiatieven financieel ondersteund. Na twee jaar bekijken de betrokkenen welke ict-toepassingen inderdaad een bijdrage kunnen leveren aan de verbetering van de sociale kwaliteit van onze leefomgeving. Op grond van ervaringen wordt vervolgens besloten of er in meer steden broedplaatsen moeten worden ontwikkeld. Als dit het geval is, zal de sociaal makelaar hier op in moeten spelen.

H4.2.2.1 Wijkwebsite

Een indicator van goede sociale contacten en gemeenschapsvorming is een omgeving waar mensen elkaar ontmoeten, met elkaar praten, diensten uitruilen, waar mensen terug kunnen vallen op buurtbewoners voor klusjes, om iets te lenen, maar ook om iets te kopen of te verkopen.³⁶ Een wijkwebsite is een virtuele omgeving waarbinnen deze contacten kunnen plaatsvinden. Mensen hebben de mogelijkheid om op een directere wijze met elkaar in contact te komen en elkaar behulpzaam te zijn met 'nooit gekende' aanwezige talenten. Professionele organisaties of vrijwilligers kunnen hun diensten aanbieden, (sport)verenigingen kunnen zich presenteren en een leeromgeving kan worden aangeboden. Bovendien kunnen op een wijkwebsite evenementen worden vermeld en informatie van de gemeente, politie en zorginstellingen worden gegeven.

De gedachte dat zo'n dergelijke wijkwebsite contacten tussen verschillende groepen bewoners in de wijk kan bevorderen, wordt versterkt door een onderzoek van Keith N. Hampton van de vakgroep Stedelijke Studies en Planning van het Instituut voor Technologie in Massachusetts (USA). Hampton deed onderzoek in de plaats Netville, waar de bewoners beschikking hebben over een lokaal, geavanceerd breedband netwerk en diverse lokale diensten. In tegenstelling tot wat veel pessimisten verwachtten, bleek uit onderzoek dat de gebruikers van het netwerk meer buurtbewoners kenden dan de mensen die geen gebruik maakte van de aangeboden techniek. 'Compared to non-wired residents, wired Netville residents recognized three times as many of their neighbors, talked to those neighbors twice as often, visited 50 percent more often, called them on the phone four times as often, and further boosted their local communication through the use of email'.³⁷

Het opzetten en ontwikkelen van een wijkwebsite verlangt wederom van de sociaal makelaar dat hij zich bewust is van de mogelijkheden die internet biedt. Een probleem dat zich voordoet bij het ontwikkelen van sociale internettoepassingen is namelijk dat sociaal agogen en techneuten veelal een andere manier van denken en een ander soort taalgebruik erop nahouden. Communicatie tussen deze twee groepen loopt nogal stroef en dat bemoeilijkt het proces.

Door voldoende kennis van internettoepassingen kan de sociaal makelaar deze complicaties voorkomen. Hij weet wat er mogelijk is en hoe hij dit kan verduidelijken tegenover de mensen die verantwoordelijk zijn voor het technische gedeelte. Door een vergaande kennis van internettoepassingen kan de sociaal makelaar eventueel beslissen om zelf de website te ontwikkelen en te realiseren. Een sociaal makelaar weet precies hoe hij een doelgroep moet bereiken en hoe een product moet worden aangeboden. Hij kan slagvaardiger te werk gaan wanneer hij niet steeds alles hoeft te verduidelijken aan de techneuten.

Zoals eerder vermeld is de sociaal makelaar een intermediair. Als spin in het web van de lokale gemeenschap is hij in een uitgelezen positie om partijen bij elkaar te brengen die gezamenlijk internetprojecten kunnen ontwikkelen en/of uitvoeren. Bij het opzetten van een wijkwebsite zijn er bewoners nodig die voor draagvlak van het project zorgen en informatie/nieuws aanleveren en/of updaten. Bewoners, oftewel vrijwilligers, zijn een belangrijke schakel voor het welslagen van een wijkwebsite. Het is van belang dat de sociaal makelaar deze groep weet te bereiken. Hij zal de wijk in moeten, buurthuizen langsgaan, mensen aanspreken en gebruik maken van verschillende kanalen om bekendheid te geven aan het project. Hij moet aanhaken op wat er al in de wijk speelt en bewonersinitiatieven stimuleren.

Om een wijkwebsite actueel en interessant te maken, zal de sociaal makelaar informatie zodanig moeten organiseren dat het nieuws vanuit diverse hoeken op de site terechtkomt. Hij zal contact moeten opnemen met gemeente, woningcorporatie, welzijnsinstellingen, ondernemers, verenigingen en wijkcommissie om alle relevante informatie voor inwoners van de wijk bij elkaar te brengen. Wijkbewoners hebben zo op elk gewenst moment nuttige, actuele en samenhangende informatie over hun wijk bij de hand.

Via deze website kunnen zij tevens op de hoogte worden gebracht van wat er speelt in de wijk en aangeven hoe zij daarover denken. Middels een forum kunnen er discussies over stellingen worden gehouden en kunnen wijkbewoners zelf

onderwerpen inbrengen, bijvoorbeeld gevaarlijke kruispunten of zwerfvuil, terwijl een prikbord vraag en aanbod van bewoners aan elkaar kan koppelen.

In Kingston in Londen is er een commerciële boodschappendienst opgezet op internet. Bewoners kopen producten van elkaar, tegen een vast maandelijks abonnementsbedrag. Dit kan een voucher zijn om te helpen schilderen of behangen bij iemand in de wijk, of om een avond op te passen bij de kinderen. De leden, dat zijn er inmiddels 2500, betalen elk kwartaal een contributiebedrag van drie pond. De meeste bewoners zijn er erg enthousiast over en hebben door het dienstenaanbod en/of de uitruil verschillende sociale contacten opgedaan in hun buurt.³⁸

Behalve via een forum waar mensen hun mening kunnen geven, biedt een wijkwebsite de mogelijkheid tot meer gestructureerde vormen van overleg. Door wijkbewoners in een vroeg stadium via digitale debatten te betrekken bij ontwikkelingsplannen, kan de betrokkenheid van bewoners bij, en de kwaliteit van plannen in de wijk worden vergroot.

In Eindhoven gaat men nog een stapje verder. Op dit moment wordt er in het belang van de herstructurering van de wijk Strijp een instrument ontwikkeld waarbij bewoners intensief betrokken worden bij de veranderingen die binnen hun wijk plaats gaan vinden. Dit instrument, SimStrijb, is een sterk visuele simulatieomgeving waarbij bewoners spelenderwijs met elkaar de toekomst van de wijk vormgeven.³⁹

Op een wijkwebsite kunnen bewoners tevens iets van zichzelf laten zien. Door het opstellen van een wijksmoelenboek met foto's van de wijkbewoners kan men zien wie er in de wijk woont, waardoor herkenning van mensen op straat toeneemt. Dit kan uitgebouwd worden door bewoners een eigen website te laten maken die via de wijkwebsite te bezoeken is.⁴⁰ Wanneer bewoners liever niet willen dat heel de wereld hun website kan bezoeken, kan deze afgeschermd worden door een wachtwoord. Er wordt vaak gewerkt aan een website zonder dat echt goed nagedacht is over het actueel houden en het plaatsen van informatie. Als verschillende mensen de website gaan onderhouden kunnen onderhoudspagina's worden gemaakt, waardoor men informatie vrijwel direct online kan zetten. Door middel van een wachtwoord kan er toegang worden verleend aan mensen uit de gemeente, verenigingen, wijkcommissie en andere organisaties die nuttige informatie hebben voor de wijkbewoners.

Als alle relevante informatie via de wijkwebsite beschikbaar is, zal dat een grote stimulans zijn om dat gemakkelijke ene kanaal te gebruiken.

Om de wijkwebsite toegankelijk te maken, ook voor niet pc-bezitters, zal er voldoende apparatuur en begeleiding in openbare gelegenheden moeten zijn. Digitale trapvelden zijn hier zeer geschikt voor, maar men kan ook denken aan gemeentelijke gebouwen, zorgcentra, scholen, verenigingsgebouwen en bibliotheken.

H4.2.2.2 Kennisnetwerk

Een belangrijk doel van de broedplaatsen is het leren van de beschikbare kennis en ervaringen. Het kabinet heeft daarom ingestemd met het starten van een kennisnetwerk op internet. Een kennisnetwerk is geen kenniscentrum, maar een samenwerkingsverband tussen verschillende organisaties en individuen. Deze kennisuitwisseling vergemakkelijkt de dagelijkse praktijk van projectontwikkeling en uitvoering. De sociaal makelaar kan hier zijn voordeel uithalen door na te gaan hoe anderen in vergelijkbare situaties handelen. Naar verwachting zal het kennisnetwerk in het najaar 2002 operationeel zijn.⁴¹

H4.2.3 Virtuele gemeenschappen

Door de opkomst van internet zijn er verschillende soorten 'virtuele gemeenschappen' ontstaan. Virtuele gemeenschappen, ook wel (virtual)communities genoemd, zijn sociale groepen op internet met genoeg menselijk gedrag om meervoudige persoonlijke relaties te vormen. H.Rheingold definieert een virtuele gemeenschap als volgt: *'Virtual communities are social aggregations that emerge from the Net when enough people carry on those public discussions long enough, with sufficient human feeling, to form webs of personal relationships in cyberspace.'*⁴² Behalve de lokaal georiënteerde virtuele gemeenschappen, zoals de wijkwebsite, bestaan er virtuele gemeenschappen georganiseerd rond gemeenschappelijke interesses of bestaande groepsidentiteit (zoals op basis van opleiding, hobby, fanclubs, etniciteit). Enerzijds gaat het daarbij om reeds bestaande gemeenschappen die zich verbreden door internet op te gaan. Anderzijds dienen zich ook geheel nieuwe vormen van sociale interactie aan.

Voor het opzetten en onderhouden van virtuele gemeenschappen is het niet zozeer van belang te onderzoeken welke technieken hiervoor geschikt zijn als wel de mogelijkheden te onderzoeken het groepsgedrag van mensen in de werkelijke gemeenschap te vertalen naar dat van gemeenschappen gesticht en onderhouden op internet.

Susan Squires biedt met het 'Rapid semiotic modeling'⁴³ een theorie, waarbij taal en interactie van (potentiële)gebruikers wordt verzameld, geanalyseerd en vervolgens in een model wordt gezet. Naar aanleiding van dit model wordt een ontwerp gecreëerd dat de taal en interactie van gebruikers weerspiegelt in de user interface (hetgeen de gebruiker op het scherm ziet), de navigatie en de dialoogstructuren.

Het ontstaan van een groep is niet af te dwingen, maar wel te stimuleren. Hierbij kan gebruik gemaakt worden van de volgende punten:

- groeperen van mensen rond een thema
- gebruik maken van bestaande groepen
- aanbieden van faciliteiten, waarbij converseren met elkaar een eerste vereiste is en een belangrijk aandachtspunt dat mensen elkaar kunnen opmerken binnen de virtuele gemeenschap
- verstrekken/structureren van (actuele) informatie

Zo is in 1986 in de Verenigde Staten de SeniorNet-organisatie opgericht met als doel senioren te helpen toegang te krijgen tot computertechnologie, mensen in contact te brengen en sociale isolatie en eenzaamheid tegen te gaan. Om dit te bereiken ondersteunt SeniorNet een virtuele gemeenschap⁴⁴ en sponsort de organisatie honderden centra verspreid door de VS.

Communicatie tussen leden moet de mogelijkheid bieden de groepskenmerken te ontwikkelen. Dat mensen een gevoel van eenheid en saamhorigheid ontwikkelen, kan alleen als zij elkaar bewust waarnemen. De leden moeten elkaar ook kunnen beïnvloeden; niet alleen informatie ontvangen, maar ook iets tegen elkaar kunnen zeggen, zonder persé op een vaststaand onderwerp te moeten reageren.

Op internet kent het SeniorNet, waarbij de enige binding is het 'senior zijn', chatrooms en verschillende nieuwsgroepen. Er is een scala aan onderwerpen voorhanden waar levendige discussies over gehouden worden. Gebruikers en gasten kunnen aan verschillende discussies meedoen en ontmoetingsplaatsen, zoals virtuele cafés, bezoeken. Maar ook passief meeluisteren is een geaccepteerd gedrag. Hoewel de meeste chatrooms een concreet onderwerp behandelen, is het gebruikelijk dat er ook opmerkingen en gesprekken onafhankelijk van het onderwerp besproken worden. Daarnaast is het gebruikelijk dat leden zich vooraf kort introduceren waarbij zij normaliter geen gebruik maken van 'nicknames'.⁴⁵ Hoewel dit elders op internet als onveilig wordt beschouwd, ervaren SeniorNet-leden deze openheid juist als veilig. Het creëert een hechtere band tussen mensen en stimuleert het doortrekken van de contacten naar de fysieke gemeenschap.

De belangrijkste reden voor toetreding is ten eerste de sociale ondersteuning die leden krijgen. Veel senioren dreigen in een sociaal isolement te geraken. Als belangrijkste oorzaken worden pensionering en fysieke beperkingen aangemerkt. Virtuele gemeenschappen bieden een uitgelezen mogelijkheid om mensen op een

eenvoudige wijze samen te brengen, zonder daarbij afhankelijk te zijn van een fysieke samenkomst.

Ten tweede wordt technische ondersteuning geboden. Op vele locaties in de VS worden senioren gesteund door het bijbrengen van technische vaardigheden, subsidies voor de aanschaf van apparatuur en de voorlichting over het belang van het gebruik van ICT, wat vergelijkbaar is met de opzet van de digitale trapvelden. Deze ondersteuning maakt dat SeniorNet goed inhaakt op de belangrijkste belemmeringen voor het gebruik van ICT.

Andere interessante bijproducten die in virtuele gemeenschappen worden aangeboden, behalve ondersteuning, zijn (actuele) informatie en gratis internettoegang.

In navolging van het succes van SeniorNet in de VS zijn er vergelijkbare organisaties opgericht in de rest van de wereld. In Nederland is dit Seniorweb.⁴⁶

Inmiddels zijn er ook initiatieven binnen de Ichthus Hogeschool Rotterdam om virtuele gemeenschappen te ontwikkelen. De unit Sociaal Werk is van mening dat de bindende factor 'agogisch werk' groepsvorming kan bevorderen op internet. Hierbij zijn actuele informatie, kennisdeling, casuïstiek en een sociale kaart van organisaties uit het werkveld de bijproducten die worden aangeboden.

Door discussiegroepen aan casussen te hangen, kunnen sociaal werkers hun mening uiten en van elkaar leren. Een prikbord kan vraag en aanbod, van bijvoorbeeld stages, koppelen. Deze communicatiemogelijkheden, plus het aanbod van actuele informatie en het op eenvoudige wijze kunnen vinden van organisaties in het werkveld maken de virtuele gemeenschap, ook wel portal genoemd, tot een hotspot voor de sociaal werker.

H4.2.3.1 Weerstand

Net als bij de technologische innovaties van de afgelopen eeuw is er nu ook sprake van tegenstrijdige verwachtingen en voorspellingen. Sommigen zien in internet onontgonnen mogelijkheden om mensen dichterbij elkaar te brengen. Anderen zien in virtuele gemeenschappen alleen maar een bevestiging van de ontwikkeling naar vrijblijvende en oppervlakkige persoonlijke contacten.

De discussie over de effecten van internet en sociale netwerken werd aangezwengeld door de psycholoog Robert Kraut.⁴⁷ Deze wetenschapper van Carnegie Mellon University publiceerde in 1998 zijn artikel 'Internet paradox: a social technology that reduced social involvement and psychological wellbeing?' Ondanks het vraagteken op het einde van de titel komt Kraut op basis van zijn

onderzoeksgegevens tot de vaststelling dat gebruik van internet leidt tot het inkrimpen van sociale netwerken en verhoogd risico op depressies en eenzaamheid. Naar aanleiding van de studie van Kraut schreven verschillende auteurs over de negatieve effecten van internet op sociale contacten.⁴⁸ Daarbij komen in wisselende volgorde en belangrijkheid drie basisargumenten naar voren. Een eerste argument richt zich op *tijdsbesteding*: de tijd dat mensen achter het scherm zitten, leidt tot minder tijd aan ontmoetingen met vrienden, collega's, kennissen en burens. Het tweede argument luidt dat door de aard van de technologie, internetcontacten verspreid zijn over de hele wereld en daardoor *ten koste gaan aan lokale contacten*. Ten slotte wordt als derde argument gewezen op de *kwaliteit van interactie*. Contacten via internet zijn beperkt tot informatie-uitwisseling en dus van mindere kwaliteit dan 'echte' contacten.

Op elk van deze argumenten kan worden afgedongen. Het argument van de tijdsbesteding gaat slechts op in de mate dat internettijd inderdaad ten koste gaat van contactentijd. Indien, zoals recente gegevens lijken te bevestigen, deze internettijd het inruilen is van televisie-tijd, is er eerder sprake van een verhoging van sociale contacten. Het argument van de globale reikwijdte van virtuele contacten, blijkt in de realiteit ook niet helemaal op te gaan. Onderzoek in een Kenniswijk-achtige⁴⁹ omgeving in Toronto (USA) leerde dat 60% van de virtuele contacten gebeurde met personen waarmee de internetgebruiker ook 'echte' contacten had. Tenslotte is het argument dat er een verband bestaat tussen internet en onpersoonlijke, oppervlakkige contacten een vreemde koppeling tussen fysieke nabijheid en betekenisvolheid van communicatie. Bij het medium telefoon of brief zullen weinigen argumenteren dat het onpersoonlijke vrijblijvende communicatie is, dus waarom dan bij internet wel?

Gelet op deze nuancerings van de drie basisargumenten achter de stelling dat internet het sociale klimaat verarmt, is het dan ook niet verwonderlijk dat Kraut begin dit jaar het artikel 'Internet Paradox Revisited'⁵⁰ publiceert waarin hij naar aanleiding van nieuw onderzoek zijn oorspronkelijke vaststellingen herroept. De nieuwe gegevens doen hem de conclusie trekken dat internetgebruik juist een positief effect heeft op sociale netwerken en algemeen welzijn. Anders dan in de oorspronkelijke studie, met dataverzameling in 1995-1996, is nu immers een groot deel van de bevolking via internet bereikbaar.

H4.2.4 Educatieve websites

Terwijl het ministerie van Grotesteden- en Integratiebeleid zich onder andere bezighoudt met de Digitale Trapvelden, Digitale Broedplaatsen en Kennisnetwerk,

zijn er ook initiatieven genomen bij het ministerie van Justitie om internet te gebruiken bij agogische doelen. In samenwerking met de belangenorganisaties Centraal Opvang Asielzoekers (COA) en Vereniging Vluchtelingenwerk Nederland (VVN) heeft zij het plan opgevat om door middel van een lespakket, dat bestaat uit een leerlingenmagazine, een internetsite en een docentenhandleiding, aandacht te besteden aan het onderwerp 'asiel in Nederland'.

Gebleken is dat er veel misverstanden en misvattingen bestaan over asielzoekers, de asielprocedure en het verlenen van toegang tot Nederland aan verschillende groepen vreemdelingen en/of vluchtelingen.⁵¹

Bovengenoemde instanties hebben zich tot doel gesteld om met behulp van het lespakket, genaamd Vluchtweg⁵², meer draagvlak tot begrip en tolerantie ten opzichte van asielzoekers te creëren onder de doelgroep van het lespakket, namelijk scholieren in de bovenbouw van het middelbaar onderwijs.

H4.2.4.1 Vluchtweg5

In het lespakket, dat door de hoge mate van zelfstudie aansluit op het studiehuis en de brede school⁵³, staan 5 alleenstaande minderjarige asielzoekers (AMA's) centraal. Alle fases uit hun verhaal (de reden tot vertrek uit het land van herkomst, de reis naar Nederland, de aanmeldprocedure, het verblijf in een opvangcentrum en/of asielzoekerscentrum, de uitspraak, de integratie binnen de Nederlandse samenleving of de eventuele terugkeer) komen aan bod, waarbij gebruikers van het programma op interactieve wijze gelegenheid krijgen om in de schoenen te staan van de verschillende personages.

Het lespakket is zowel klassikaal als individueel te gebruiken. In de klas wordt een leerlingenmagazine geïntroduceerd waarin de 5 AMA's worden voorgesteld. In plaats van echte AMA's wordt overigens gebruik gemaakt van jonge acteurs. In het magazine staat van iedere AMA zijn of haar situatie in het land van herkomst en de vlucht naar Nederland beschreven. Waar het schriftelijke lespakket hier ophoudt, begint het (individuele) gedeelte op de internetsite.

Door net te doen alsof de AMA's niet alleen in het magazine staan, maar ook nog eens écht bestaan en op dit moment onder één dak in een opvangcentrum (Vluchtweg 5) leven, is het mogelijk om ze gedurende een periode van maximaal 6 maanden op de voet te volgen. Gedurende deze periode, waarin formeel een beslissing dient te worden genomen over het al dan niet krijgen van asiel, krijgt de bezoeker een uitgebreid beeld van de 5 bewoners en hun verwickelingen binnen en rondom het huis. Door gebruik te maken van internet kunnen wekelijks nieuwe verwickelingen tussen de bewoners op de site worden gezet en kunnen actuele

maatschappelijke ontwikkelingen daarin worden verweven. Er is zelfs een krantenbak in het virtuele gebouw te vinden waar wekelijks het nieuws uit de landen van herkomst wordt bijgehouden.

Op deze manier is het mogelijk om door dagelijkse (soap-achtige) gebeurtenissen (conflicten, herbelevingen, angsten, dromen, misschien zelfs verliefdheden en ruzies) en door opdrachten de bezoekers te betrekken bij het leven van de 5 AMA's.

Door middel van dagboekverslagen, landendossiers, (week- en maand)opdrachten van de AMA's aan de bezoekers, de mogelijkheid tot het stellen van vragen aan de AMA's, discussie- en andere reactiemogelijkheden, wordt de 'life-line' tussen de bewoners van Vluchtweg5 en de bezoekers voortdurend op spanning gehouden, waarbij het voor de bezoeker spannend is om getuige te zijn van (of zelfs invloed te kunnen uitoefenen op) de verwickelingen die zich in het huis afspelen.

Door de tijd spelen zich allerlei (formele, emotionele, psychische, feitelijke, lachwekkende) gebeurtenissen af, die zich vermengen met elkaar. Met name deze vermenging wekt een zeer realistische indruk die een extra bijdrage levert aan 'het creëren van draagvlak'.

De opdrachten die in het magazine staan, zijn verplicht, terwijl de opdrachten van de bewoners vrijblijvend zijn. Een voorbeeldvraag uit het magazine is: Denk je dat Lulu asiel krijgt? Verklaar waarom wel/niet? Een vraag die Lulu middels e-mail aan bezoekers stelt, is: Ik wil vanavond wel eens iets anders eten. Weet jij geen lekker recept? Een bezoeker maakt daarop kans dat zijn recept in de keuken van de Vluchtweg komt te hangen. Als de bezoeker éénmaal aangemeld is, zal hij tevens merken dat hij herkend wordt. Hij krijgt een postvak met zijn naam en als hij communiceert met de bewoners of met de overal aanwezige klusjesman Gustavo, wordt hij met zijn naam aangesproken. De hoge mate van interactiviteit tussen bewoners en bezoekers en het feit dat de website er 'gelikt' uitziet, maakt de Vluchtweg aantrekkelijk voor de doelgroep.

De opdrachten worden zo geformuleerd dat gebruikers leren:

- AMA's beter te begrijpen
- waarom ze zijn gevlucht, hoe de situatie in hun land is en wat de gevolgen zijn voor de mensen
- wat de inhoud is van het Vluchtelingenverdrag en het gevolg van dit verdrag voor de landen die het ondertekend hebben
- dat de AMA's het moeilijk kunnen hebben met hun verleden: oorlogstrauma, dood van de ouders/familie
- dat er verschillende normen en waarden bestaan tussen culturen

- hoe de vreemdelingenwet in elkaar zit en waar een AMA aan moet voldoen om asiel te krijgen
- dat de plaatselijke bevolking verschillend kan reageren op de AMA's
- dat AMA's verschillend reageren op de nieuwe omgeving; sommigen passen zich makkelijk aan, anderen niet
- kritisch te kijken naar mijn houding ten opzichte van asielzoekers

Een ander voordeel van Vluchtweg5 op internet, behalve interactiviteit, actualiteit en de communicatiemogelijkheden, is dat bezoekers geheel op hun eigen tempo bezig kunnen zijn, op elk gewenst tijdstip en waar dan ook (mits er een pc met internetaansluiting staat). Opdrachten uit het magazine moeten op tijd af zijn, maar bezoekers kiezen zelf wanneer zij de Vluchtweg bezoeken en of ze aan de opdracht werken; een bezoek aan de kennisquiz 'Vlucht om de wereld', op de tweede verdieping, is erg aantrekkelijk én leerzaam.

Doordat Vluchtweg5 op internet staat, bereikt het een groot publiek. De website kan ook door andere geïnteresseerden worden gebruikt. Voorwaarde voor het gebruik van e-mail, de nieuwsgroep en de kennisquiz is wel dat mensen zich aanmelden. (Niet aangemelde) gasten kunnen echter geheel vrijblijvend de kamers van de bewoners bezoeken en door hun dagboeken of dossiers bladeren.

Niet onderschat moet worden, is het feit dat Vluchtweg5 een sterk multimediaal karakter heeft. Uit onderzoek blijkt dat de combinatie van tekst, afbeeldingen en geluid een positieve invloed heeft op het leerproces.⁵⁴

Voor het ontwikkelen van zo'n dergelijke educatieve website kan beroep worden gedaan op de sociaal makelaar. Er zijn meerdere partijen actief betrokken bij het project, waarbij elke partij eigen doelstellingen en verwachtingen heeft. In het geval van Vluchtweg5 zijn de partijen: ministerie van Justitie (waaronder Immigratie en Naturalisatie Dienst en Koninklijke Marechaussee), COA, VVN, Uitgeverij Zorn (met in dienst de schrijver van het schriftelijke lespakket) en Creápolis Media BV (ontwikkelaar van de website). Door contacten met de verschillende partijen op te nemen en bijeenkomsten te organiseren, tracht de sociaal makelaar deze doelstellingen en verwachtingen op elkaar af te stemmen.

Verdere specifieke werkzaamheden van de professional zijn in dit geval:

Doen van onderzoek naar het onderwerp door middel van het doornemen van vluchtelingendossiers voor bruikbare casussen, het doornemen van regel- en wetgeving betreffende de asielprocedure, het houden van interviews met 'echte' asielzoekers en video's/documentaires bekijken.

Doen van doelgroeponderzoek door middel van het raadplegen van het Sociaal Cultureel Planbureau (SCP) en het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS), het bezoeken van fora op internet, zoals www.scholieren.com, discussies omtrent het onderwerp op gang brengen en onderzoek naar de interesses van scholieren. Testen van de bevindingen, gekozen richtingen, stijl en vorm op de doelgroep. Ideeën formuleren over toetsing, terugkoppeling, beoordeling. Scenario's bedenken en schrijven.

Naast het inhoudelijke deel van het traject kan de sociaal makelaar meewerken aan het ontwerp van de website, het opzetten en integreren van de database, grafisch ontwerp en productie, en de mogelijke productie en integratie van video en/of geluid. Kennis van web- en databaseapplicaties en grafische programma's is hierbij wel vereist. In het geval van Vluchtweg5 gaat dit onder andere om de programma's: Dreamweaver (Macromedia), Flash (Macromedia), Acces (Microsoft) en Photoshop (Adobe).

Behalve de voordelen van Vluchtweg5, zijn er meerdere voordelen voor educatieve websites te noemen. Een educatieve website biedt kansen om mensen samen op zoek te laten gaan naar bruikbare informatie. Zij kunnen hierbij met elkaar communiceren door middel van e-mail of nieuwsgroepen. Op die manier worden mensen zelf verantwoordelijk gesteld voor het verloop van hun leerproces. Mensen die fysiek geen lessen kunnen volgen, hebben de mogelijkheid om dat via internet misschien wel te doen.

Internet biedt de mogelijkheid om snel feedback te geven/krijgen. Docenten kunnen kiezen om snel feedback te geven op vragen/opmerkingen, maar hierdoor kunnen wel potentiële discussies tussen cursisten de kop in worden gedrukt.

Het bijzondere aan Vluchtweg5, in vergelijking met andere educatieve websites, is dat mensen op andere websites kennis en vaardigheden aanleren, terwijl op de website van Vluchtweg5 bovendien wordt toegewerkt naar een attitude-verandering. Waar educatieve websites vergeleken kunnen worden met een teleleer-platform zoals Blackboard⁵⁵, zou Vluchtweg5 beter een 'agogische website' genoemd kunnen worden.

H4.2.4.2 Randvoorwaarden

Voor het kunnen gebruiken van educatieve websites is een aantal randvoorwaarden van toepassing.

Zo hebben mensen toegang nodig tot internet. Nog steeds zijn er mensen die thuis geen computer met internetaansluiting hebben. Om deze groep dezelfde kansen te bieden om gebruiker van de educatieve website te worden, zal verwezen moeten worden naar openbare gelegenheden, zoals scholen, bibliotheken en buurthuizen. Om met de educatieve websites om te kunnen gaan, hebben studenten internetvaardigheden nodig. Een docent kan studenten voorafgaande aan het gebruik deze internetvaardigheden aanleren of uitgaan van het bestaande niveau van de doelgroep. Gaandeweg kunnen er meer eisen worden gesteld aan de vaardigheden van de student.

Mensen moeten gemotiveerd zijn. Het gebruik van educatieve website houdt veelal in dat studenten individueel aan het werk zijn. Als de website onaantrekkelijk is, zal die motivatie moeilijk op te brengen zijn. Zaak voor het ontwikkelen van de site is dat hij de doelgroep aanspreekt, zowel qua inhoud als qua vormgeving.

Waar een docent voor de klas bewust en onbewust signalen opvangt over de gemoedstoestand van studenten, is dat bij educatieve websites vrijwel onmogelijk. Waar een docent klassikaal kan bemerken dat een student iets dwars zit of dat er geen concentratie is, is dat met educatieve websites niet mogelijk. Een docent kan hier bij educatieve websites, in tegenstelling tot bij klassikaal lesgeven, niet op inspelen.

Onderwijskundigen vragen zich af of cursisten net zoveel leren van educatieve websites, als van het traditionele 'face-to-face' onderwijs. Onderzoek leert dat het leren op afstand net zo effectief kan zijn als het traditionele onderwijs, wanneer de methode en technologie de onderwijstaken aanwenden, wanneer er interactie tussen cursisten is en wanneer er feedbackmogelijkheden zijn tussen docent en cursist.⁵⁶

In dit hoofdstuk is onderzocht hoe de aspecten van het sociaal agogisch werk zich verhouden tot de aspecten van het internet. Gebleken is dat er overeenkomsten zijn die het gebruik van internet bij agogische doelen rechtvaardigt. De hoge mate van interactiviteit, actualiteit, communicatiemogelijkheden, de reikwijdte, snelheid van informatieverstrekking en de mogelijkheden tot feedback maken internet een geschikt middel om te gebruiken bij veranderingsprocessen van mensen.

H5 Conclusies

Internet is niet meer weg te denken uit de moderne samenleving. Het is binnen handbereik, eenvoudig te gebruiken en internationaal geaccepteerd. Internet is hét medium voor bedrijven om klanten over de gehele wereld te bereiken en te bedienen. In tegenstelling tot de economische sector, wordt er in de agogische sector nog maar in beperkte mate gebruikt gemaakt van de mogelijkheden van internet. De meeste maatschappelijke instellingen hebben wel een internetaansluiting en e-mail wordt steeds vaker gebruikt, maar daar blijft het dan ook bij. Gekeken naar de raakvlakken tussen de agogiek en internet is er echter meer mogelijk.

Naar aanleiding van dit onderzoek naar de mogelijkheden die internet de sociaal makelaar biedt in het kader van agogische dienstverlening, kan geconcludeerd worden dat internet op drie gebieden bij het agogisch beroep kan worden ingezet.

Internet kan ingezet worden bij het hulp- en dienstverleningsproces.

Informatie en communicatie worden steeds belangrijker in de samenleving. Mensen die toegang tot een medium met een enorme schat aan informatie en communicatiemogelijkheden ontberen, kunnen buiten de boot vallen. Toegang verlenen tot internet en het aanleren van internetvaardigheden vergroot de kans om te kunnen profiteren van de nieuwe kenniseconomie en verkleint de kans op maatschappelijke achterstand.

Internet heeft overigens een aantal andere kenmerken waardoor dit medium geschikt is om als middel te dienen voor agogische doelen. Door de grote reikwijdte van het medium kunnen zowel individuen, groepen als samenlevingsverbanden bereikt worden; (actuele) informatie kan zeer snel verspreid worden. Terwijl grote groepen bereikt kunnen worden, heeft internet hoofdzakelijk een individueel karakter.

Gebruikers kunnen in hun eigen tempo en, door de 24-uurs-beschikbaarheid van internet, op elk gewenst tijdstip gebruik maken van het medium. Het is tevens mogelijk een website aan te passen aan de eigen voorkeuren van gebruikers.

Aangezien de agoog in samenwerking met de doelgroep doelstellingen wil bereiken, is een actieve vorm van communicatie vereist. Door de hoge mate van interactiviteit mogelijk op internet kunnen partijen elkaar (wederzijds) beïnvloeden. Men kan op internet actief reageren en deelnemen aan communicatie, zonder fysieke aanwezigheid; e-mail is overigens snel en vrijwel kosteloos. Internet heeft in vergelijking met andere media de mogelijkheid tot snellere feedback. Juist bij de begeleiding en beïnvloeding van mensen is feedback belangrijk.

De mogelijkheid om internet in te zetten bij agogische doelen wordt bovendien ondersteund door de geraadpleegde onderzoeken, met als voornaamste het onderzoek van Robert Kraut, die binnen 4 jaar zich genoodzaakt ziet zijn visie te herzien en de conclusie trekt dat internetgebruik juist een positief effect heeft op sociale netwerken en algemeen welzijn.

Internet kan ingezet worden bij het bedrijfsproces.

Internet biedt de mogelijkheid om op afstand samen te werken. Door gebruik te maken van virtuele kantoren, virtuele gemeenschappen en e-mail kan er effectiever en efficiënter worden gewerkt; er kan tijdwinst worden opgeleverd. Internet maakt het mogelijk verschillende zorgaanbieders op elkaar af te stemmen. In plaats van het bijhouden van meerdere dossiers op verschillende plaatsen kan dat online op één plek met één dossier. Internet kan een bijdrage leveren aan het transparant maken van de sector; er kunnen online publicaties worden bekeken over bijvoorbeeld wachtlijsten, producten en resultaten.

Internet maakt het mogelijk (deels) vanuit huis te werken, bij zowel administratieve functies als kennis- en scholingsfuncties. Er kunnen diensten worden aangeboden, zonder fysiek aanwezig te zijn.

Internet kan ingezet worden bij de professionalisering van de sociaal makelaar.

Internet biedt een enorme schat aan (betrouwbare) informatie behorend bij het beroep, waarvan de sociaal makelaar gebruik kan maken. Hij kan op verschillende websites, kennisnetwerken, portals en uit databanken informatie inwinnen over bijvoorbeeld wet- en regelgeving, vakliteratuur en diagnostiek. Bovendien biedt internet communicatiemogelijkheden om in discussie te treden met collega's en om advies in te winnen/geven. Dit kan leiden tot een kwaliteitsverbetering van de beroepsuitoefening van de sociaal makelaar.

Door middel van onderzoek naar praktijkvoorbeelden heb ik inzicht willen verschaffen in de manier waarop de sociaal makelaar met behulp van internet zijn beroep kan uitoefenen. Waar hij bij de digitale trapvelden vooral een faciliterende (naast stimulerende en initiërende) rol heeft, wordt er bij de digitale broedplaatsen, virtuele gemeenschappen en educatieve websites verwacht dat de sociaal makelaar actief meedenkt over hoe internet nog meer gebruikt kan worden bij het bevorderen van sociale kwaliteit, en ligt het accent meer op een innoverende rol.

Bovendien bieden deze projecten de mogelijkheid om mee te werken aan de ontwikkeling van de applicaties, met daarbij ook het technische gedeelte. Vooral de combinatie tussen inhoud (,vormgeving) en techniek vind ik interessant, aangezien ik

op die manier mijn 'passie' voor webdesign, zoals ik het genoemd heb, kan combineren met het sociaal makelaarsschap.

Mede door de uitkomsten van dit onderzoek heb ik besloten een eigen bedrijfje op te zetten dat gespecialiseerd is in 'sociale internettoepassingen'. Ik wil me hierbij in eerste instantie richten op virtuele gemeenschappen en educatieve en/of agogische websites. Ik heb inmiddels enige ervaring bij het ontwikkelen van dergelijke toepassingen. Ik ben namelijk als stagiair betrokken geweest bij de ideeontwikkeling en realisatie van de website Vluchtweg5 (zie H4.2.4.1) en als student-assistent ben ik bezig met de ontwikkeling van een portal voor de unit Sociaal Werk (zie H4.2.3). Het interessante van het werken aan sociale internettoepassingen is dat er een constante wisselwerking is tussen het daadwerkelijke bouwen van een website en het contact met de doelgroep. Er moet hierbij opgemerkt worden dat er twee soorten wisselwerking zijn, namelijk het ontwikkelen van een toepassing bottom-up en top-down. Bottom-up wil zeggen dat, behalve de professional, ook de doelgroep initiatieven en verantwoordelijkheden neemt voor het ontwikkelen van de toepassing. Een voorbeeld hiervan is de wijkwebsite waarbij bewoners verantwoordelijk zijn voor het aanleveren van informatie, het onderhoud van de site en vooral voor het inbrengen van nieuwe initiatieven. Bij het ontwikkelen van een toepassing top-down, zoals Vluchtweg5, wordt er van 'bovenaf' beslist hoe deze ontwikkeling moet plaatsvinden. Er is hierbij wel contact met de doelgroep, maar die is meer bedoeld om duidelijkheid te verschaffen hoe zij het best bereikt kan worden en om voorlopige bevindingen te testen. In beide gevallen is er overigens veelvuldige communicatie nodig.

Ik denk dat ik met mijn agogische achtergrond en met mijn kennis en vaardigheden van het webdesign voordeel kan halen waar het gaat om het bereiken van een doelgroep via internet. Doordat er geen afstemming nodig is tussen de agoog en de techneut, aangezien ik beide rollen vertolk, kan ik slagvaardiger te werk gaan. Dit kan een hoop tijd en ongenoegen schelen. Daar komt bij dat ik de 'taal' spreek van de sociaal werkers en eerder zal begrijpen wat zij met de toepassing willen bereiken. Een ander voordeel dat ik heb met Drubbiebuu⁵⁷, zoals ik mijn bedrijf genoemd heb, is dat er maar weinig bedrijven bestaan die gespecialiseerd zijn in sociale internettoepassingen.

Deze voordelen plus het feit dat de overheid en de agogische sector internet als een serieus middel voor agogische doelen begint te zien, wat inhoudt dat er veel gelden beschikbaar zijn (en komen), heeft mij de doorslag gegeven om mijn bedrijfje in het leven te roepen.

Bij het schrijven van deze scriptie heb ik constant in mijn achterhoofd gehad de vraag van een potentiële CMV-studente aan een docente bij ons aan de Ichthus Hogeschool Rotterdam. Zij vond de opleiding Culturele en Maatschappelijke Vorming wel interessant, maar wilde ook graag met internet werken. Zij wilde weten in hoeverre internet een rol speelt in de opleiding. De docente verwees haar toen door naar mij, omdat ik in eerdere stageopdrachten internet had gebruikt als middel bij agogische doelen.

Ik moet hierbij de kanttekening maken dat ik nooit bij mijn stagebieder, multimediabedrijf Creápolis Media BV, was aangenomen als ik geen gemiddelde kennis van webapplicaties en grafische programma's had gehad.

De vraag die wordt opgeroepen is hoe de opleiding Culturele en Maatschappelijke Vorming inspeelt op de ontwikkelingen met betrekking tot het internet. Welke modules moeten worden aangeboden opdat studenten internet in hun toekomstige beroep kunnen gebruiken bij agogische doelen?

Waar nu internet gebruikt wordt voor het plaatsen van een digitale folder, zal door de opleiding initiatieven genomen moeten worden om het medium actief in te zetten bij het hulp- en dienstverleningsproces.

Samenvatting

Een sociaal makelaar, oftewel afgestudeerde aan de opleiding Culturele en Maatschappelijke Vorming (CMV), heeft oog voor de verschillende ontwikkelingen die zich binnen de samenleving afspelen. Eén van die ontwikkelingen is een groeiend besef bij de overheid dat internet een rol kan spelen bij 'agogische doelen'. Een andere ontwikkeling is dat ook de agogische sector en de opleidingen binnen die sector de mogelijkheden van internet beginnen te ontdekken.

Om te kijken in hoeverre internet een rol kan spelen in de beroepsuitoefening van de sociaal makelaar heb ik de volgende onderzoeksvraag geformuleerd:

Welke mogelijkheden biedt internet de sociaal makelaar in het kader van agogische dienstverlening?

Om deze vraag te kunnen beantwoorden, ben ik eerst gaan onderzoeken wat een sociaal makelaar is. Waar levert de sociaal makelaar een bijdrage aan? Wat is het werkveld van een sociaal makelaar en hoe ziet zijn takenpakket eruit?

Aansluitend in hetzelfde hoofdstuk kijk ik naar wat agogisch werk is, hetgeen de sociaal makelaar verricht.

In het volgende hoofdstuk wordt verslag gedaan van het onderzoek naar internet. Waar komt internet vandaan? Welke internettoepassingen zijn er? Wat zijn de eigenschappen van die toepassingen? Welke trends zijn er op internetgebied? Wat zijn de vereisten voor het gebruik van internet? Tot slot van dit hoofdstuk wordt onderzocht in hoeverre internet op dit moment gebruikt wordt in Nederland.

Nu duidelijk is wat de begrippen *sociaal makelaar*, *agogiek* en *internet* inhouden, kan onderzocht worden hoe ze zich tegenover elkaar verhouden.

In hoofdstuk 4 worden de verschillende aspecten van deze begrippen gekoppeld, zodat gekeken kan worden waar er raakvlakken zijn en wat die voor de sociaal makelaar kunnen betekenen.

Aan de hand van voorbeelden uit de praktijk wordt inzicht verschaft in de mogelijkheden die internet de sociaal makelaar biedt in zijn beroepsuitoefening.

In het laatste hoofdstuk concludeer ik dat internet op drie manieren in het agogische beroep kan worden ingezet.

Internet kan ingezet worden in het hulp- en dienstverleningsproces.

Door de grote reikwijdte van het medium kunnen zowel individuen, groepen als samenlevingsverbanden bereikt worden, waarbij (actuele) informatie zeer snel

verspreid kan worden. Aangezien de agoog in samenwerking met de doelgroep doelstellingen wil bereiken, is een actieve vorm van communicatie vereist. Door de hoge mate van interactiviteit mogelijk op internet kunnen partijen elkaar (wederzijds) beïnvloeden. Men kan op internet actief reageren en deelnemen aan communicatie; e-mail is snel en vrijwel kosteloos.

Internet geeft sneller dan andere media de mogelijkheid tot feedback. Juist bij het begeleiden en beïnvloeding van mensen is die feedback belangrijk.

Internet kan ingezet worden bij het bedrijfsproces.

Internet biedt de mogelijkheid om op afstand samen te werken, waardoor effectiever en efficiënter kan worden gewerkt. Internet maakt het mogelijk verschillende zorgaanbieders op elkaar af te stemmen. Internet kan een bijdrage leveren aan het transparant maken van de sector; er kunnen online publicaties worden bekeken over bijvoorbeeld wachtlijsten, producten en resultaten.

Internet maakt het mogelijk (deels) vanuit huis te werken, bij zowel administratieve functies als kennis- en scholingsfuncties. Er kunnen diensten worden aangeboden, zonder fysiek aanwezig te zijn.

Internet kan ingezet worden bij de professionalisering van de sociaal makelaar.

Internet biedt een enorme schat aan (betrouwbare) informatie behorend bij het beroep, waarvan de sociaal makelaar gebruik kan maken. Hij kan informatie inwinnen over bijvoorbeeld wet- en regelgeving, vakliteratuur en diagnostiek. Bovendien biedt internet communicatiemogelijkheden om in discussie te treden met collega's en om advies in te winnen/geven. Dit kan leiden tot een kwaliteitsverbetering van de beroepsuitoefening van de sociaal makelaar.

Bronvermelding

Boeken

- Brinkman, Joep, *Voor de verandering*, Wolters-Noordhoff, Groningen, 1993
- Hampton, Keith, *Place-Based and IT Mediated 'Community'*, Planning Theory and Practice, 2002
- Kraut, Robert and others, *Internet Paradox: A Social Technology That Reduces Social Involvement and Psychological Well-Being?*, Carnegie Mellon News, 1998
- Kraut, Robert and others, *Internet Paradox Revisited*, Carnegie Mellon News, 2002
- Livingstone, S. *New Media and Society*, London School of Economics and Political Science, Londen, 1999
- Moore, M.G., & Thompson, M.M. *The effects of distance learning: A summary of the literature*. The Pennsylvania State University, American Center for the Study of Distance Education 1990
- Rheingold, H. *The virtual community*. Homesteading on the electronic frontier, Reading (Mass.), Addison-Wesley, 1993.
- Spierts, Marcel, *Beroep in ontwikkeling*, Elsevier/De Tijdstroom, Maarssen, 1998
- Squires and Byrne, eds. *Creating breakthrough Ideas Using Ethnographic Research in the Product Development Industry*, Greenwood Publishing, Westport, 1999
- van de Water, P. *Internet leidraad*, Wilson Publisher, Amsterdam, 1994
- Verberk, G.T.M. *Attitudes towards ethnic minorities: conceptualizations, measurements, and models*, Nijmegen, 1999
- Winkelaar, Piet, *Methodisch werken*, Elsevier/De Tijdstroom, Maarssen, 1999
- van Zoonen, L. *Media, Cultuur en Burgerschap*, Het Spinhuis, Amsterdam, 1999

Rapporten

- Commissie Cerfontaine, *Eindrapport Ict en de stad*, Minister voor Grote Steden- en integratiebeleid en de Minister van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, Den Haag, 2000
- Harlaar & Van Pelt, *Basisrapport Educatieve Multimedia Software*, Rotterdam, 1996
- Police Action Team 15, *Closing the Digital Divide*, Crown Copyright, Londen, 2000
- Sociaal Cultureel Planbureau, *Geleidelijk Digitaal: een nuchtere kijk op de sociale gevolgen van ICT*, 2001

Artikelen

- Steyaert, Jan, *Rekenregels voor het utopische stelsel*, Sociaal Cultureel Planbureau, 2001
- Steyaert, Jan, *Van Huis Uit Digitaal*, Sociaal Cultureel Planbureau, 2002

Kuiper, Else Rose, Sociaal-agogen zijn goud waard bij de ontwikkeling van sociale internettoepassingen, Brekend Vaatwerk, 2001

Diversen

Ichthus Hogeschool Rotterdam, *Studiegids CMV*, Rotterdam, 2001/2002

Landelijk Opleidingsoverleg CMV, *CMV Alert en ondernemend*, Hogeschool van Arnhem en Nijmegen, Nijmegen, 1999

Veldwerk

Congres Social Work & ICT, HBO raad, 10 juni 2002

Eindnoten

- ¹ Studiegids CMV 2001/2002 Ichthus Hogeschool Rotterdam
- ² Ichthusnet is een website gemaakt voor studenten en medewerkers van de Hogeschool en wordt afgeschermd met een wachtwoord
- ³ Creápolis Media BV www.creapolis.com
- ⁴ www.vluchtweg5.nl en www.worldmediafestival.org
- ⁵ Brinkman, Joep, Voor de verandering, 1993
- ⁶ Landelijk Opleidingsoverleg CMV (1999) CMV Alert en ondernemend
- ⁷ Landelijk Opleidingsoverleg CMV (1999) CMV Alert en ondernemend
- ⁸ Studiegids CMV (2001/2002) Ichthus Hogeschool Rotterdam
- ⁹ Spierts, Marcel, Beroep in ontwikkeling. P.22, 1998
- ¹⁰ Spierts, Marcel, Beroep in ontwikkeling, 1998
- ¹¹ Winkelaar, Piet, Methodisch werken p.29, 1999
- ¹² Brinkman, Joep, Voor de verandering, 1993
- ¹³ Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties (2002) www.minbzk.nl
- ¹⁴ van de Water, P. Internet leidraad p.8, 1994
- ¹⁵ van Zoonen, L. Media, Cultuur en Burgerschap, 1999
- ¹⁶ Integrate (2002) www.integrate.nl
- ¹⁷ Commissie Cerfontaine, Ict en stad, 2000
- ¹⁸ Raad voor de volksgezondheid en zorg (2002) www.rvz.net
- ¹⁹ Pro Active International (2002) www.proactive.nl
- ²⁰ Multiscope (1998) www.multiscope.horizon.nl
- ²¹ Livingstone, S. New Media and Society p.61, 1999
- ²² (2002) <http://abc.dse.nl>
- ²³ Een demo van een lesprogramma dat in oktober uitkomt, is te vinden op www.taalnet.nl/cursus
- ²⁴ Minister van Boxtel (2002) www.ministervanboxtel.nl
- ²⁵ Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties (2002) www.minbzk.nl
- ²⁶ Geleidelijk Digitaal: een nuchtere kijk op de sociale gevolgen van ICT, 2001 www.scp.nl
- ²⁷ Minister van Boxtel (2002) www.ministervanboxtel.nl
- ²⁸ Een digitaal trapveld kan vrij vertaald worden als een laagdrempelig computerclubhuis.
- ²⁹ Minister van Boxtel (2002) www.ministervanboxtel.nl
- ³⁰ GSB Brochure Trapvelden (2002) www.trapveld.nl
- ³¹ Steyaert, Jan, Van Huis Uit Digitaal, 2002 www.scp.nl
- ³² Gemeenteloket (2002) www.gemeenteloket.nl
- ³³ Actuele Emancipatie Agenda 2001-2002 www.minocw.nl
- ³⁴ Commissie Cerfontaine, Ict en de stad, 2000
- ³⁵ Seniorweb (2002) www.seniorweb.nl
- ³⁶ Commissie Cerfontaine, Ict en stad, 2000
- ³⁷ Hampton, Keith. Place-Based and IT Mediated 'Community'-p3, 2002
- ³⁸ Closing the digital divide, Police Action Team 15, 2000
- ³⁹ (2002) www.strijpweb.nl
- ⁴⁰ Een leuk voorbeeld hiervan is te vinden op www.versailleslaan.nl
- ⁴¹ GSB Brochure Trapvelden (2002) www.trapveld.nl
- ⁴² Rheingold, H. The Virtual Community p516, 1993
- ⁴³ Squires and Byrne, eds. Creating breakthrough Ideas Using Ethnographic Research in the Product Development Industry, 1999
- ⁴⁴ Senior Net (2002) www.seniornet.com
- ⁴⁵ schuilnamen
- ⁴⁶ Seniorweb (2002) www.seniorweb.nl
- ⁴⁷ Kraut, Robert and others, Internet Paradox: A Social Technology That Reduces Social Involvement and Psychological Well-Being?, 1998
- ⁴⁸ Steyaert, Jan, Rekenregels voor het utopische stelsel, 2001
- ⁴⁹ Een wijk met beschikking over een breedband netwerk met verschillende lokale diensten.
- ⁵⁰ Kraut, Robert and others, *Internet Paradox Revisited?*, 2002
- ⁵¹ Verberk, G.T.M. Attitudes towards ethnic minorities: conceptualizations, measurements, and models, 1999
- ⁵² www.vluchtweg5.nl
- ⁵³ www.bredeschool.net
- ⁵⁴ Harlaar & Van Pelt, Basisrapport Educatieve Multimedia Software, 1996

⁵⁵ www.blackboard.nl

⁵⁶ Moore, M.G., & Thompson, M.M., The effects of distance learning: A summary of the literature, 1990

⁵⁷ www.drubbiebuu.com