

De sociale kracht van interactieve media 2007-2017

onderweg verbonden

Author(s)

de Kreek, Mike; Bouwens, Michiel; Gal, Ella; Hulsbosch, Joris; van Luijk, Roald; Krams, Remco; van der Putte, Yara; van der Valk, Rick; Veerman, Ditte

Publication date

2007

Document Version

Final published version

License

CC BY-NC-SA

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):

de Kreek, M., Bouwens, M., Gal, E., Hulsbosch, J., van Luijk, R., Krams, R., van der Putte, Y., van der Valk, R., & Veerman, D. (Eds.) (2007). *De sociale kracht van interactieve media 2007-2017: onderweg verbonden*.



General rights

It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other than for strictly personal, individual use, unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

Disclaimer/Complaints regulations

If you believe that digital publication of certain material infringes any of your rights or (privacy) interests, please let the Library know, stating your reasons. In case of a legitimate complaint, the Library will make the material inaccessible and/or remove it from the website. Please contact the library: <https://www.amsterdamuas.com/library/contact/questions>, or send a letter to: University Library (Library of the University of Amsterdam and Amsterdam University of Applied Sciences), Secretariat, Singel 425, 1012 WP Amsterdam, The Netherlands. You will be contacted as soon as possible.



Hogeschool van Amsterdam
Instituut voor Sociale en Culturele Beroepen

Praktijk- en onderzoekscentrum

ISCB-Karthuizer

De sociale kracht van
interactieve media
2007-2017

Onderweg verbonden



Praktijk- en onderzoekscentrum
ISCB-Karthuizer

**De sociale kracht van
interactieve media
2007-2017**

Onderweg verbonden

The best way to predict the future is to create it.

Nicholas Negroponte, Massachusetts Institute for Technology

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/nl/>

Voorwoord Willem Baumfalk	6	38	5 De toekomstkaart
		39	5.1 Talk to me
Samenvatting	7	41	5.2 Tag your street
		43	5.3 Er was eens...
2 De sociale kracht van interactieve media	8	45	5.4 PickUpLines
2.1 Gemeente Amsterdam	8	47	5.5 Mystery Guest
2.2 Instituut voor Interactieve Media	10	49	5.6 Who's cookin'?
2.3 Instituut voor Sociale en Culturele Beroepen	11	51	5.7 Synergie en afhankelijkheden
2.4 De beginnende professionals	12		
3 De scenariomethode toegepast	13	53	6 Conclusies en aanbevelingen
3.1 De fasen en stappen	13	53	6.1 De methode onder het vergrootglas
3.2 Scenarioleren in het onderwijs	14	53	6.1.1 De leereffecten van de scenariomethode
3.3 Waarom de scenariomethode voor de minor?	15	54	6.1.2 De aanjagende processen
3.4 Verdiepende groepsactiviteiten	16	56	6.1.3 Opgaven voor de toekomst
		57	6.2 Breder inhoudelijk perspectief
4 Het proces en de tussenresultaten	18	57	6.2.1 Nieuwe sociale werkelijkheid?
4.1 Fase 1: Analysefase	18	61	6.2.2 Kennis bundelen
4.1.1 Stap 1: Essays met visies op de toekomst	18	63	Nawoord Emilie Randoe
4.1.2 Stap 2: Onderzoek van trends via bronnen	19	65	Bibliografie
4.1.3 Stap 3: Impactanalyse zekere en onzekere trends	21	67	Begrippen
4.2 Fase 2: Ontwikkelfase	23	68	Met dank aan
4.2.1 Stap 4: Keuze scenario-assen	23	70	Colofon
4.2.2 Stap 5 en 6: Uitwerking en presentatie cenario's	25		
4.3 Fase 3: Reflectiefase	31		
4.3.1 Stap 7: Beoordeling van de scenario's	31		
4.3.2 Stap 8: Productideeën en adviezen	37		

Voorwoord

Het Instituut voor Sociale en Culturele Beroepen (ISCB) van de Hogeschool van Amsterdam (HvA) kent drie opleidingen: Maatschappelijk Werk en Dienstverlening (MWD), Sociaal Pedagogische Hulpverlening (SPH) en Culturele en Maatschappelijke Vorming (CMV). Van oudsher is het instituut toonaangevend in Amsterdam en omstreken. Naast het aanbod van goed beoordeelde opleidingen werken we nauw samen met het werkveld waarvoor we opleiden: het sociaal agogische domein, het terrein van zorg en welzijn. Omdat we daarbij steeds op zoek zijn naar oplossingen voor 'grote stadsproblematiek' en vinden dat onze studenten niet pas na hun opleiding een zinvolle bijdrage aan de samenleving kunnen leveren, ontstond in 2004 het idee voor De Karthuizer.

De Karthuizer kent een aantal programma's waarin in projecten nauw wordt samengewerkt tussen studenten, docenten en het werkveld. De programma's kennen een sterke wisselwerking tussen praktijkervaring en onderzoek. Vandaar dat de officiële naam Praktijk- en Onderzoekscentrum ISCB-Karthuizer is. Over deze programma's is begin 2007 het boekje 'Praktijk- en onderzoekscentrum ISCB-Karthuizer. Stand van zaken najaar 2006' verschenen.

Met trots presenteren wij u nu het tweede Karthuizer-boek vanuit één van de programma's: *De sociale kracht van interactieve media*, onder leiding van Mike de Kreek. Het project wat daarin beschreven wordt, een minor, vond niet alleen plaats in samenwerking tussen het werkveld, docenten en ISCB-studenten, maar ook met studenten en docenten uit een ander domein, namelijk het instituut Interactieve Media (IAM). Een dergelijke samenwerking is vrij ongebruikelijk en bracht een zeker risico met zich mee. Dat geldt ook voor de gemeente Amsterdam, die de opdracht gaf voor de minor. Het resultaat van de samenwerking heeft echter, zowel methodisch als inhoudelijk, al onze verwachtingen overtroffen.

In deze minor staat de scenariomethode voor het hoger onderwijs centraal. Het is een van de methoden die gebruikt kunnen worden bij het ontwikkelen van competenties maar ook van relevante kennisproducten. De methode wordt zowel in het wo als in het hbo toegepast. We kunnen hier spreken van een vorm van 'ontwerpgericht onderzoek', waarin weer allerlei (onderzoeks)technieken een rol kunnen spelen. De methode combineert namelijk resultaten van feitelijk onderzoek naar problemen, waarderend onderzoek naar succesverhalen en creatief denkvermogen richting de toekomst.

De Karthuizer richt zich op het systematisch ontwikkelen van kennis in de zin van know how (to do). Daartoe wordt geëxperimenteerd met verschillende vormen van kennisontwikkeling, inclusief (wetenschappelijke) onderzoeksmethoden in samenwerking met de UvA. Deze publicatie verwijst naar tal van methodische en inhoudelijke vervolgvormen. De Karthuizer is van plan om in samenwerking met verschillende partners bij te dragen aan deze activiteiten en aan de totstandkoming van de gezamenlijke regie (zie de laatste passage van deze publicatie). Zeker is nu al dat we volgend jaar samen met het MediaLab-Amsterdam van IAM en de gemeente Amsterdam een grotere versie van deze minor zullen realiseren. De directeurs van zowel het ISCB en IAM (zie nawoord van Emilie Randoe) houden ons aanbevolen voor ideeën en opdrachten.

Willem Baumfalk

Directeur ISCB

1 Samenvatting

Hoofdstuk 2

De gemeente Amsterdam, het IAM en het ISCB hebben vanaf eind 2005 samengewerkt aan wat een interdisciplinaire minor zou worden. In het Sociaal Structuurplan 2004-2015 (gemeente Amsterdam, 2006) zijn de verwachtingen van interactieve media en glasvezel hoog en de toekomstbeelden voor 2015 positief. Onduidelijk is echter nog wat interactieve media via de nieuwe infrastructuur kunnen bijdragen op het sociale vlak. De opdracht aan de minor werd dan ook om de sociale kracht van interactieve media 2007-2017 in kaart te brengen en over bijzonderheden te rapporteren.

Hoofdstuk 3

De scenariomethode voor het hoger onderwijs (Benammar, 2006) is leidend geweest gedurende de minor. Belangrijkste reden is de brug die deze methode slaat tussen de vraag naar de oorzaken van maatschappelijke problemen en de vraag naar de oplossingen daarvoor. De methode combineert namelijk feitelijk onderzoek naar bestaande problemen, waarderend onderzoek naar succesverhalen en creatief denkvermogen richting de toekomst. We hebben de minor aangevuld met een aantal verdiepende groepsactiviteiten in en rond Amsterdam.

Hoofdstuk 4

De scenariomethode leidde bij ons tot een toekomstscenario waarin mensen vaak verbindingen aangaan met anderen op basis van nog te ontdekken of te creëren overeenkomsten en daarbij veel onderweg zijn. Dit noemen we *heterogene sociale mobiliteit*. Belangrijk is de conclusie dat het huidige en toekomstige gebruik van interactieve media eerder een antwoord is op het veelbesproken wijzigende sociaal kapitaal dan de oorzaak. Individualisering wordt in deze context geïnterpreteerd als 'een ontwikkeling waarin alle mensen elkaar een beetje nodig hebben, maar niemand voor zijn bestaan afhankelijk is van een of enkele anderen' (Schnabel, 2004).

Hoofdstuk 5

Door de gewenste toekomst met *heterogene sociale mobiliteit* werd de focus van de minor het opwekken en faciliteren van nieuwsgierigheid. Hier zijn een aantal sociale toepassingen van interactieve media voor verzonnen, die tezamen een *toekomstkaart* vormen. De toepassingen geven een eerste indruk van de sociale kracht van interactieve media in de komende tien jaar. Daarnaast stimuleert de kaart het denken over afhankelijkheden en synergie tussen toekomstige toepassingen, zowel wat betreft technologieën als sociale functies. De geconsulteerde experts zijn vrij zeker over de komst van de voorgestelde toepassingen of varianten daarop. Voor markt, gemeente en kennisinstelling kan het maken van dit soort kaarten zo relevante informatie opleveren voor strategiebepaling of het innovatiebeleid.

Hoofdstuk 6

Uit de terugblik op en de evaluatie van het gebruik van de methode concluderen we dat we op het gebied van professionalisering het maximale uit de studenten en de docenten hebben gehaald. De methode levert bovendien producten en inzichten op van hoge kwaliteit voor de opdrachtgever. De toepassingen uit de toekomstkaart wijzen op een openbare ruimte waarin alle burgers, locaties en gebouwen via mobiele interactieve media permanent informatie registreren, uitzenden en ontvangen. Dit heeft positief effect op sociale nieuwsgierigheid en de behoefte tot 'exposure'. Maar misbruik ligt ook op de loer. Deze sociale werkelijkheid van morgen roept veel vragen op, waarvan we er een aantal in kaart hebben gebracht. We zouden dit als denktank graag blijven doen in een context waarin de gemeente Amsterdam, onderwijsinstellingen, ontwikkellabs en marktpartijen elkaar voeden met opdrachten, prototypes, onderzoeksvragen en onderzoeksrapporten. Het voorstel is dat de gemeente daar de regie over neemt.

2 De sociale kracht van interactieve media?

Eén van de belangrijkste innovaties van de afgelopen decennia is de interactie die nieuwe media zijn gaan bieden. Er is niet langer sprake van uitsluitend één eenrichtingskanaal tussen zender en ontvanger, waarin de laatste alleen maar consumeert. Nieuwe media en nieuwe infrastructures bieden de mogelijkheid zender en ontvanger snel met elkaar van rol te laten wisselen en samen een dialoog op te bouwen (Randoe, 2005). Bovendien zijn er steeds meer media – al dan niet in de



Wat is een minor?

Sinds enkele jaren kent het hoger beroepsonderwijs in Nederland de zogenaamde major-minorstructuur. Hierbij vormt de major de 'eigenlijke' studie van drie en een half jaar. Deze wordt in het derde of vierde jaar van de opleiding aangevuld met een 'minor': een actueel en praktijkgericht studieprogramma van een half jaar (30 studiepunten). Studenten zijn tot op zekere hoogte vrij in de keuze van een minor, en kunnen zo verbreding of verdieping aan hun studie geven.

vorm van draagbare apparaten – waarmee we, ook in de publieke ruimte, met andere mensen of informatiebronnen in contact kunnen komen. Daarmee hebben interactieve media ook een *sociale* component, die tal van mogelijkheden biedt.

In dit hoofdstuk vindt u vanuit vier verschillende perspectieven de redenen om de minor *De sociale kracht van interactieve media* en de opbrengsten daarvan te ondersteunen: vanuit de gemeente Amsterdam, het Instituut voor Interactieve Media, het Instituut voor Sociale & Culturele Beroepen en de beginnende professionals. De minor is onderdeel van de ISCB/Karthuizer programmalijn Sociale toepassingen van ICT.

2.1 Gemeente Amsterdam

Eind 2005 waren de eerste oriënterende gesprekken tussen de gemeente Amsterdam en de Hogeschool van Amsterdam (HvA) over samenwerking in de vorm van een minor op het gebied van maatschappelijke innovatie door de inzet van nieuwe media. De betrokkenen waren Yeter Tan, destijds senior adviseur ICT gemeente Amsterdam, op dit moment wethouder in Amstelveen, Emilie Randoe, directeur van de opleiding Interactieve Media op de Hogeschool van Amsterdam en Pieter van Vliet, beleidsmedewerker onderwijsinnovatie bij de opleiding Culturele en Maatschappelijke Vorming, ook bij de HvA. Belangrijkste katalysator toen, was het nieuwe glasvezelnet waar veel over geschreven werd in de media. Wat zouden de hoge internetsnelheden aan mogelijkheden gaan bieden, vooral op het gebied van de stadsproblematiek?

Deze vraag is in de loop van 2006 verder uitgewerkt door Maarten den Dulk, op dat moment adviseur Stad & Samenleving, Michiel Bouwens, docent CMV bij de HvA en Mike de Kreek, programmaleider sociale toepassing van ICT en nieuwe media bij de HvA. Bij het definiëren van de vraag speelde het Sociaal Structuurplan 2004-2015 van de Dienst

Maatschappelijke Ontwikkeling (DMO, 2004), een belangrijke rol, om twee samenhangende redenen.

De eerste reden is de hoge verwachting van het gebruik door burgers van interactieve media. Er wordt in het plan breed ingezet op de effecten van een glasvezelinfrastructuur:

Startschot

In oktober 2006 vond de studiebijeenkomst *De burger is los – de sociale kracht van nieuwe media* plaats. Deze werd georganiseerd door het KennisNetwerk Amsterdam, de gemeente Amsterdam, het Amsterdams Steunpunt Wonen en de Hogeschool van Amsterdam en vormde het startschot voor de programmalijn *Sociale Toepassingen van ICT en Nieuwe Media* van ISCB-Karhuizer. De bijeenkomst werd geopend door Maarten van Poelgeest, wethouder Ruimtelijke Ordening en Grondzaken, Waterbeheer en ICT van de gemeente Amsterdam. ICT en nieuwe media bieden zeker nieuwe kansen voor Amsterdammers die sociaal en maatschappelijk in een isolement dreigen te raken, stelde hij, ook al moeten we tegelijkertijd waken voor het creëren van nieuwe geïsoleerde groepen. Bovendien voorspelde hij dat we nog maar aan de vooravond staan van belangrijke veranderingen door toepassing van ICT en het gebruik van nieuwe media. De verhoudingen tussen burger en overheid zullen er op talloze terreinen door worden beïnvloed. Het gemeentebestuur ziet het volgens Van Poelgeest als een uitdaging om die ontwikkeling te stimuleren en er zelfs in voorop te lopen. Daarbij zijn investeringen in de sociale kracht van ICT en nieuwe media even belangrijk als investeren in economische kracht: 'Een krachtige economische en sociale stad. Dat is waar we voor staan als gemeente Amsterdam.' (Jagt, 2006)



'Glasvezelinfrastructuur kan leiden tot een forse economische impuls en verbetering van de economische concurrentiepositie voor de stad Amsterdam, maar ook tot betere en nieuwe zorgverlening, meer veiligheid, indringendere sociale communicatie, veelzijdig onderwijs, betere thuiswerkmogelijkheden, terugdringing van verkeerscongestie en de ontsluiting van wereldwijde entertainment en cultuur voor de multiculturele Amsterdamse samenleving.' (DMO, 2004, pagina 60).

Ten tweede ging het bij de ontwikkeling van het plan 'uitdrukkelijk niet om ideeën waar onmiddellijk beleid mee kan worden gemaakt. Er is met elkaar nagedacht en gebrainstormd over hoe Amsterdam er over twaalf jaar op sociaal gebied uitziet.' (DMO, 2006)

Met de hoge verwachtingen van nieuwe media, de komst van nieuwe infrastructures en de streefbeelden van Amsterdam in 2015 werd de inhoud van de opdracht aan de minor steeds duidelijker. Er zit namelijk nog een flinke afstand tussen de hoge verwachtingen van nieuwe media op dit moment en de positieve beelden van Amsterdam in 2015. Hoe ontwikkelt zich de sociale kracht van interactieve media in de komende tien jaar? Hoe voorkomen we de antisociale kracht van interactieve

De sociale kracht van interactieve media?

media? Wat voor soort concrete toepassingen kunnen we verwachten? Wat voor soort toepassingen zouden we willen? Wat voor infrastructuur is hier voor nodig? Waar moeten we verder voor oppassen? Wat regelt de markt of de burger en wat is de rol van de gemeente? Wat voor urgente onderzoeksvragen kunnen door de kennisinstellingen in Amsterdam worden opgepakt? Omdat de gemeente nieuwsgierig is naar antwoorden op deze vragen is Norbert Krijnen, adjunct-directeur Dienst Maatschappelijke Ontwikkeling, begin 2007 opgetreden als opdrachtgever van de minor.

2.2 Instituut voor Interactieve Media

Het Instituut voor Interactieve Media (IAM) leidt een nieuwe type professional op, die aan opdrachten en projecten met interactieve, digitale media kan werken. Ze doen dit met kennis en vaardigheden in de disciplines marketing, communicatie, (project-)management, technologie en design voor interactieve media. Studenten kiezen tijdens hun opleiding voor de richting *Business en Organisatie, Content en Communicatie of Technologie, Design en Interactie*. IAM kent twee bijzondere onderdelen. In het MediaLab Amsterdam werken hbo- en wo-studenten en onderzoekers samen aan innovatieve toepassingen van interactieve media (www.medialab.hva.nl). En dan is



er nog het lectoraat, het zogenaamde *Institute of Network Cultures* onder leiding van Geert Lovink (www.iam.hva.nl/lectoraat).

Hoewel men bij een naam als 'interactieve media' bij een studie misschien vooral aan technische aspecten denkt, staat voor IAM – net als bij de studies van het ISCB – de mens centraal. Bovendien wordt in het beroepsprofiel rekening gehouden met de technische tendensen in relatie tot de mensen in de maatschappij – die immers gebruik maken van die techniek:

'Een bijzonder aspect van interactieve media is dat het voor gebruikers relatief eenvoudig is om zelf nieuwe toepassingen van technologie te ontwikkelen en daarmee nieuwe communi-

Citaten uit motivatiebrieven

'Met het oog op de snelle ontwikkelingen op het gebied van interactieve media, is het naar mijn mening erg van belang dat de CMV-professional daar goed van op de hoogte is. Zowel om zelf, privé en beroepsmatig, daar aan mee te kunnen doen, als om te voorzien welke voordelen en valkuilen daaraan vastzitten.' (Ella Gal, CMV)

'Door deze minor denk ik meer inzicht te krijgen in mens, maatschappij en het gebruik van interactieve media. In een strategische, marketing- en concept-achtige beroepsrol voel ik me het meeste thuis.' (Rick van der Valk, IAM)

'In de minor hoop ik voor mezelf ICT en CMV samen een plaats te kunnen geven. Ik heb de colleges *Mens en Ruimte* van Michiel Bouwens altijd erg interessant gevonden. Hierin heeft hij ook de scenariomethode gebruikt. Het anticiperen op de toekomst en daar nu producten op ontwikkelen lijkt me erg interessant.' (Roald van Luijk, CMV)

catie en informatie in de wereld te zetten. Daarmee is internet het eerste massamedium waarin voor de gebruiker ook een rol als ontwikkelaar en mediaproductent is weggelegd (...). Een technisch en functioneel hoogwaardige applicatie ontwikkelen is dus niet meer voldoende: hij moet beantwoorden aan de latente behoeften en verwachtingen van de gebruiker. Het gaat dus niet om de technologie, maar om de mate waarin de behoeften en verwachtingen van gebruikers worden bevredigd. Dit betekent dat niet technische mogelijkheden, maar het gedrag van gebruikers in hun sociale en economische context de sleutel is tot het ontdekken van nieuwe toepassingsmogelijkheden. Interactieve media bieden daarmee een potentieel voor innovatie in alle sectoren van de maatschappij (...). Het resultaat kan een rapport zijn, maar ook een demodesign

vervolg citaten

'Interactieve media is niet alleen maar toepasbaar binnen de commerciële wereld. Gebruikers kunnen echt baat hebben bij het gebruik van interactieve media. Het mooie van deze minor is dus dat ze een hele andere kant van het vakgebied laat zien, eentje die voor mij misschien belangrijk kan zijn in de toekomst.' (Remco Krams, IAM)

'Ik heb bewust gekozen voor een onderwerp dat me niet bekend is. Hiermee wil ik mezelf verrijken met nieuwe inzichten, literatuur, onderzoeken en opdrachten binnen een gecombineerde werkgroep van twee opleidingen (...). Ik wil meer verdieping, literatuur en een intensievere verrijking van kennis. Ik wil op een professioneel niveau onderzoek kunnen doen en daarbij goede begeleiding krijgen waarvan ik kan leren.' (Yara van der Putte, CMV)

'De samenwerking lijkt me zeer leerzaam voor mij en de deelnemers: je leert tenslotte het meeste van elkaar.' (Joris Hulsbosch, IAM)

of een prototype. Dit draagt immers bij aan de mogelijkheid om al in een vroeg stadium bij de eindgebruikers te toetsen of de oplossing klopt bij de vraag.' (Randoe, 2005)

De opdracht van de gemeente om de sociale kracht van interactieve media in de komende tien jaar te onderzoeken, vormt dus duidelijk een welkome en leerzame omgeving voor de studenten van IAM. De focus op het onderzoeken van het sociaal gedrag en de latente behoeften van burgers verklaart de behoefte aan nauwe samenwerking met het ISCB, waar de studenten zich hun hele major in dat onderwerp verdiepen.

2.3 Instituut voor Sociale en Culturele Beroepen

Het ISCB leidt met haar drie opleidingen MWD, SPH en CMV op voor het brede domein van Social Work, het domein van zorg en welzijn. Mensen vormen de grootste inspiratiebron en meeleven, meedenken en meedoen zijn kernbegrippen in alle drie de opleidingen:

'Studenten aan het Instituut voor Sociale en Culturele Beroepen (ISCB) worden geïnspireerd door mensen: hun denkbeelden, drijfveren, waarden en normen. Ze zijn goede luisteraars en kunnen zich goed verplaatsen in anderen. Ze vinden het een uitdaging om samen te zoeken naar oplossingen of verbeteringen, ze weten dat hulpverlening zwaar kan zijn en dat ze stevig in hun schoenen moeten staan. Maar ze weten ook waarom ze het doen: om een positieve bijdrage te leveren aan het leven van anderen.' (www.iscb.hva.nl)

De technologische ontwikkelingen worden in een discussietekst over het toekomstige beroepsprofiel van CMV als volgt geformuleerd:

'Het moderne leven biedt nieuwe kansen maar stelt ook nieuwe eisen. Er komt – zeker op langere termijn – meer vrije tijd, niet alleen door de toegenomen levensverwachting na de pensionering, maar ook tijdens het arbeidzame leven. Door een

De sociale kracht van interactieve media?



Van links naar rechts: Ella Gal (CMV), Remco Krams (IAM), Rick van der Valk (IAM), Yara van der Putte (CMV), Roald van Luijk (CMV) en Joris Hulsbosch (IAM).

combinatie van individualisering, technologisering, ontideologisering en globalisering kan de moderne mens worden beschouwd als een 'moderne nomade' die 'zapt' langs identiteiten, gedrag en opvattingen. Dat geldt voor individuen, maar ook voor collectieven: naast (en deels in plaats van) de oude, zware gemeenschappen zijn al enkele decennia 'lichte gemeenschappen' in opkomst. In de 'risicomaatschappij' redt naar schatting tweederde van de mensen zich redelijk tot goed en de overigen matig tot slecht. Zo kan digitalisering leiden tot een scheiding tussen digitalen en digibeten: mensen die de 'acceleratie' van het leven niet meer kunnen bijhouden.' (De Boer, 2007, concept)

Om mensen hierin te faciliteren moeten we 'aan werkers hogere eisen stellen wat betreft de inzet van hun specifieke deskundigheid, het vinden en benutten van deskundigheid die elders aanwezig is, het bewaken van verantwoordelijkheden en het kunnen afwegen van uiteenlopende waarden en belangen (samenwerkingsexpertise).' (van den Berg e.a., 1999, pagina 18). Eén van de gebieden van specifieke deskundigheid is,

in het artikel *Social work in a digital society*, volgens onder andere Jan Steyaert (lector Sociale infrastructuur en Technologie aan de Fontys Hogeschool Sociale Studies):

'Far too often, social workers have resisted technology as such and have not been a partner (or a weak one) in the process of constructing applications.' (Raferty e.a., 2007, pagina 171).

Het gaat hier om de groei aan toepassingen op allerlei gebieden die interessant zijn voor het domein social work, zoals contact bij zorg op afstand, vormen van aandacht tegen de eenzaamheid, verschillende soorten internetbehandelingen, andere toegang tot cultureel aanbod, verbinden van burgers in wijken en steden, toegang tot cruciale informatie, vinden van hulp of lotgenoten, vaardigheidstrainingen en het ondersteunen van burgerinitiatieven.

Het ISCB wil met het Karthuizer-programma *Sociale toepassing van ICT en nieuwe media* de studenten en docenten verder kennis laten maken met de sociale kracht van nieuwe media, maar ook met de rol als medeontwerper. De samenwerking in het kader van de minor met de gemeente Amsterdam en IAM biedt daar een uitstekende kans voor.

2.4 De beginnende professionals

De verwachtingen van de studenten waren gebaseerd op het programma van de minor (Bouwens e.a., 2006). Het ging ze vooral om de interdisciplinariteit, de toekomstgerichtheid, de intensieve samenwerking en de verdieping (zie kader met citaten op pagina 10 en 11).

3 De scenariomethode toegepast

Bij onze aanpak staat *Leren met Toekomstscenario's – Scenarioleren voor het hoger onderwijs* van Benammer e.a. uit 2006 centraal. Deze methode is in boekvorm uitgegeven door Stichting Digitale Universiteit, in een samenwerkingsverband tussen de Hogeschool van Amsterdam, de Vrije Universiteit Amsterdam en Hogeschool InHolland. In dit hoofdstuk leggen we uit wat de scenariomethode is, waarom hij voor het onderwijs geschikt is en waarom wij hem geschikt vonden als werkvorm voor de minor. Daarnaast laten we zien welke nevenactiviteiten zinvol zijn om te organiseren, die bijdragen aan verdieping en groepsvorming.

3.1 De fasen en stappen

De toekomst is niet voorspelbaar, maar bepaalde scenario's zijn wel voorstelbaar. Als die voorstelbaarheid gebaseerd is op hedendaagse trends kunnen de scenario's bovendien plausibel worden. Hierdoor wordt anticiperen op een onzekere toekomst mogelijk (Graaff e.a., 2005, pagina 8). Onder andere Shell gebruikt voor dit soort processen inmiddels ruim dertig jaar verschillende vormen van de scenariomethode.

Een scenariostudie bestaat altijd uit een onderzoeksvraag over de toekomst, bijvoorbeeld: *Hoe maken we in 2020, ondanks de schaarste van fossiele brandstof, toch nog winst?* Of, in ons geval: *Hoe ziet de leefbaarheid in Amsterdam eruit in 2017?*

Hierna volgen er drie fasen: de analysefase, de ontwikkelfase en de reflectie- of adviesfase.

De analysefase

De analysefase (fase 1) leidt via brainstormsessies en trendonderzoek tot een aantal dominante thema's met een hoge impact op de onderzoeksvraag en met tegelijkertijd een hoge onzekerheid over de richting waarin het thema zich ontwikkelt. Een voorbeeld is het thema burgerinvloed. Komt dat in

de toekomst organisch via burgerinitiatief tot stand of wordt dit steeds meer via het afnemen van enquêtes en referenda door de overheid gerealiseerd? Daarnaast wordt er in de analysefase een verzameling relevante zekere trends aangelegd.

De ontwikkelfase

In de ontwikkelfase (fase 2) worden er twee dominante thema's gekozen. Voor elk thema worden er twee tegengestelde ontwikkelrichtingen vastgesteld. Elk thema vormt dan een as,

Drie fasen en acht stappen

Fase 1: Analysefase rondom gekozen thema

- Stap 1: Essays schrijven met visies op de toekomst**
- Stap 2: Mogelijke trends destilleren en onderzoeken via bronnen**
- Stap 3: Mate van impact inschatten van zekere en onzekere trends**

Fase 2: Ontwikkelfase

- Stap 4: Kiezen van twee thema's met hoge impact en onzekerheid (scenario-assen)**
- Stap 5: De vier scenario's uitwerken**
- Stap 6: Scenario's presenteren**

Fase 3: Reflectiefase

- Stap 7: Scenario's evalueren: meest gewenste, minst gewenste en meest waarschijnlijke**
- Stap 8: Productideeën en adviezen opstellen die bijdragen aan de weg naar het meest gewenste scenario**

De scenariomethode toegepast

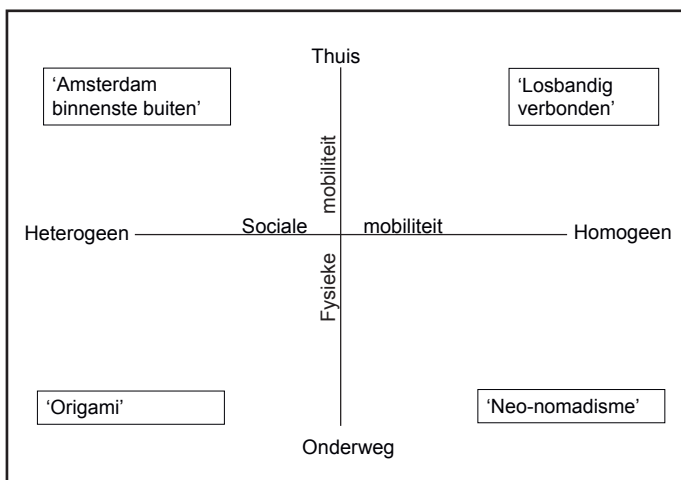
waarmee een twee-keer-twee matrix gemaakt kan worden. In elk kwadrant 'zit' een toekomstscenario, wat tot een presentatie uitgewerkt wordt.

De adviesfase

Na de presentaties van deze vier mogelijke toekomstscenario's begint de adviesfase (fase 3). Hierin wordt het meest waarschijnlijke en het meest gewenste scenario gekozen. Ook kan het minst gewenste een rol spelen. Tenslotte worden productideeën en adviezen geformuleerd over hoe de ontwikkeling naar het meest waarschijnlijke scenario zou kunnen worden omgebogen naar het meest gewenste scenario.

3.2 Scenarioleren in het onderwijs

Het leren met toekomstscenario's is een aantal malen in een onderwijsomgeving getest en wordt uitvoerig beschreven in *Leren met Toekomstscenario's* (Benammar, 2006). Kort gezegd kan de scenariomethode in een onderwijsomgeving als middel en als doel gebruikt worden.



Twee thema-assen maken vier scenario's

Doel en middel

De methode als *doel* aanbieden houdt in dat studenten de methode leren kennen om hem zelf in de latere beroepsituatie ook toe te kunnen passen. Als *middel* kan de methode leiden tot enerzijds een scenario met bijbehorend advies en anderzijds tot het verwerven van competenties.

Toekomstbeelden met adviezen

De methode kan uiteraard als middel worden ingezet om inhoudelijke resultaten neer te zetten, waarop de opdrachtgever zijn toekomststrategie baseert.

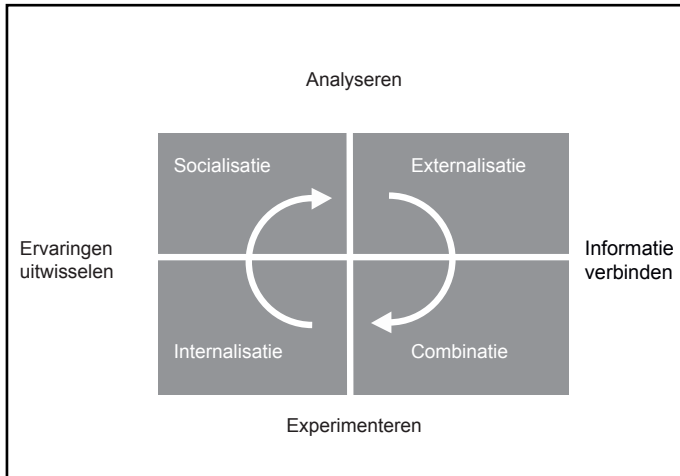
De competenties

Wat de methode bijdraagt aan de competenties wordt in *Leren met toekomstscenario's* (pagina 16) beschreven aan de hand van de Dublin-descriptoren kennis & inzicht, toepassen van kennis & inzicht, oordeelsvorming, communicatie en leervaardigheden. Concreet betekent dit dat studenten dankzij de scenariomethode, ingezet als middel, leren om onder meer buiten hun referentiekader te treden, een omgevingsanalyse te maken, onderzoek toe te passen, samen te werken, kritische vragen te stellen en verbanden te herkennen.

De werking

Hoe de methode bijdraagt aan het verwerven van deze competenties wordt in drie aspecten opgesplitst.

Ten eerste wordt de impliciete kennis van de studenten tijdens het scenario-ontwikkelproces door henzelf geëxpliciteerd en in betekenisvolle relatie gebracht met de al aanwezige expliciete kennis. Dit sluit aan bij Vygotsky's 'scaffolding' notie (Vygotsky, 1986) dat *leren bestaat uit het vergroten van het domein van expliciete gecodificeerde kennis door impliciete, tacite kennis te expliciteren* (Benammar, 2006, pagina 12). Het scenarioproces biedt als het ware *de steigers waarlangs nieuwe kennis opgebouwd kan worden en het totale bouwwerk van expliciete kennis vergroot wordt* (Benammar, 2006, pagina 12).



Spiraal van kenniscreatie
(overgenomen uit Benammar, 2006, pagina 15)

Ten tweede worden de mentale modellen van de deelnemers opgerekt (Benammar e.a., 2006, pagina 13). Iemand's mentaal model bepaalt zijn perceptie en interpretatie van de omgeving. Perspectiefwisseling, diversiteit in de groep, eigenaar zijn van de resultaten en afwezigheid van te veel tijdsdruk zijn de belangrijkste factoren om een bredere blik tot stand te brengen.

Ten derde sluit de scenariomethode aan bij de opvattingen over collectief leren en kenniscreatie (Nonaka & Takeuchi, 1995). Typerend hierbij is dat individuele impliciete kennis eerst wordt geëxpliciteerd (*externalisatie*) en vervolgens gecombineerd (*combinatie*) wordt met de expliciete kennis van anderen tot nieuwe gezamenlijke expliciete kennis. Deze wordt weer verwerkt tot individuele impliciete (*internalisatie*) kennis, die tenslotte, via *socialisatie* wordt gedeeld en bevestigd. De kenniscreatiecirkel kan afhankelijk van de precieze inrichting van de methode meerdere malen worden doorlopen.

3.3 Waarom de scenariomethode voor de minor?

De scenariomethode is in de minor ingezet als middel om competenties te verwerven en om inhoudelijk interessante resultaten te bereiken voor de opdrachtgever. Daarnaast is ons doel de studenten de scenariomethode mee te geven voor in hun toekomstige beroepsrol. Maar er zijn nog een aantal andere redenen waarom we voor deze methode hebben gekozen.

Motivatie

Voor studenten is de scenariomethode als leeromgeving zeer motiverend. De studenten die hebben kennisgemaakt met de methode vragen dan ook om meer vergelijkbare leerervaringen (Graaff, 2005). Ze staan immers aan het roer van de kennisvergarings, kennisontwikkeling en oplossingsrichtingen en spelen een centrale rol. Doordat daarnaast docenten zowel als begeleider als expert aan het proces deelnemen, krijgen hun persoonlijke en professionele ontwikkeling ook veel ruimte. Zij worden, net als de studenten, onderdeel van het collectieve leerproces.

Aansluiting op opdracht

Daarnaast past de scenariomethode goed bij de vraag van de gemeente naar de toekomstige rol van nieuwe media toepassingen op het sociaal-maatschappelijke vlak. Een bevestiging hiervoor was de opmerking van Jeroen Slot van de afdeling Onderzoek & Statistiek van de gemeente Amsterdam tijdens de kick-off van de minor: *'De vraag naar de oorzaken van maatschappelijke problemen is niet dezelfde als de vraag naar de oplossingen daarvoor.'* Oplossingen voor problemen vragen om creatief vermogen en denken buiten de kaders. Oorzaken van problemen vragen om onderzoek naar de feiten. Feitelijk onderzoek naar de oorzaken van positieve uitzonderingen (waardierend onderzoek), daar waar problemen verwacht worden, valt daarbij regelmatig buiten de boot. Dit is opvallend, omdat deze uitzonderingen juist vaak oplossingsrichtingen geven, die met een creatieve benadering verschil kunnen maken op grotere schaal. Oftewel: *'If you want to transform a*

De scenariomethode toegepast



De docenten van de minor met hun glazen bol: Michiel Bouwens en Mike de Kreek.

situation, a relationship, an organization, or community, focusing on strengths is much more effective than focusing on problems. (Whitney, 2003, pagina 18).

De scenariomethode maakt het dan ook mogelijk een op de toekomst gerichte vraag op een natuurlijke wijze te combineren met het verleden, zonder te veel in één van beiden 'te blijven hangen'. In fase 1 worden namelijk maatschappelijke ontwikkelingen en hun oorzaken middels bronnenonderzoek in kaart gebracht in de vorm van zekere en onzekere trends. Hier wordt meer op het verleden geleund. In fase 2 verplaatsen we ons naar een aantal toekomst, dat zoveel mogelijk op dezelfde zekere trends is gebaseerd. En in fase 3 is er sprake van zogenaamde *back-casting*. Welke ontwikkelingen uit het verleden hebben gezorgd voor het bereiken van de meest gewenste toekomst én het ontwijken van de meest waarschijnlijke toekomst? Er wordt dan weer als het ware teruggerekend naar het heden. Bij die laatste fase worden positieve uitzonderingen uit het verleden doorvertaald naar grootschalig gebruikte producten of activiteiten in de toekomst.

Doorgeven van de boodschap

Door zoveel mogelijk mensen te betrekken in het scenarioproces tijdens de minor en via dit boek, hopen we velen te besmetten met onze ideeën. Op deze manier dragen we een steentje bij aan het realiseren van een toekomstgeheugen (Graaff, 2006, pagina 8) over de sociale stad Amsterdam, *'because people are drawn to and share images and projections of the future'* (Whitney, 2003, pagina 64).

3.4 Verdiepende groepsactiviteiten

Naast het volgen van de stappen van de scenariomethode, ondernamen de studenten ook tal van andere activiteiten. We noemen er enkele:

- De kick off van de minor in de raadzaal van het Stadhuis. Hier waren presentaties van Jeroen Slot (adjunct-directeur en hoofd onderzoek en beleidsinformatie van de Dienst Onderwijs en Statistiek van de gemeente Amsterdam) en Dirk van der Woude (beleidsambtenaar, verantwoordelijk voor 'digitale initiatieven', waaronder de aanleg van het glasvezelnet in Amsterdam).
- Colleges door studenten over de eigen opleiding, het vak en de projecten aan studenten van het andere vakgebied. De studenten hebben elkaar verteld over onder meer de opbouw van de studie, de belangrijkste concepten, de competenties, de projecten en de producten.
- Films en documentaires, typerend voor de sociale sector en voor de sector nieuwe media. We hebben onder andere de films *Artificial Intelligence* (2001) van Steven Spielberg en *Me, you and everyone we know* (2005) van Miranda July bekeken, maar ook documentaires als *Nederland in 2027* van het innovatieplatform en onder andere de *Beeldstorm serie* en *Voorbij de hype* van www.hollanddoc.nl.
- Excursies typerend voor beide richtingen. De excursies brachten ons onder andere naar een aantal buurthuizen in de Chassébuurt, Waag Society en de Club of Amsterdam. We hebben ook de promotie van Caroline



De groepsblog gebaseerd op Wordpress voor alle inhoudelijke en procesmatige berichten

Nevejan met betrekking tot het onderzoek *Presence and the design of trust* bijgewoond (Nevejan, 2007).

- Colleges en *campfire stories* door experts. Else Rose Kuijper van Brekend Vaatwerk heeft ons uitgelegd hoe de *Web in de wijk* methodiek werkt en Marck Feller (Buurtlink) heeft ons verteld over het *Buurtlink* concept.

De kick off op 29 januari was indrukwekkend en zorgde meteen voor stof tot nadenken op de groepsblog deburgerislos.medialab.hva.nl:

‘Vaak worden dingen gemaakt, alleen om het feit dat ze technologisch mogelijk zijn. Wat we ermee kunnen wordt dan later bedacht. (...) Het verleden leert ons veel over de toekomst. Door relaties en verbanden te leggen kunnen er nuttige dingen ontstaan.’ (Rick van der Valk)

Het effect van de colleges, excursies en films was dat er een hechte groep ontstond met een gemeenschappelijke taal. Bovendien ontstond er begrip voor de relatie tussen ‘sociaal’ en ‘nieuwe media’. Illustratief is het volgende citaat over Waag Society:

‘Een stichting die zich bezig houdt met interactieve media en nieuwe technologie en met dat project [de verhalentafel] een doelgroep heeft van een jaar of zeventig, mooi!’ (Ella Gal)

Hier is een ander voorbeeld naar aanleiding van de indrukken opgedaan na het bezoek aan het project *Bouwen aan burgerschap* in de Baarsjes en de expositie *Schraal* (Huis Marseille) over verborgen armoede in Nederland:

‘Technologie, joepie? Maar het kan ook anders. Dat bewijzen de initiatieven van Waag Society en die van onze minor. Gebruik de ontwikkelingen in je voordeel, help die anderen die je met je kennis kunt helpen. Je kunt in je eentje geen oorlog oplossen, maar wel lokaal mensen beginnen te helpen. Er gaat een wereld voor je open. En ik sta aan de rand van die wereld.’ (Joris Hulsbosch)

Daarnaast beschreef Yara van der Putte het intensieve karakter van de minor als volgt:

‘De scenariomethode daagt me uit om me te verdiepen in het soort sociaal-maatschappelijke vraagstukken waar ik tot voor kort niet actief mee bezig was. Nadenken over de toekomst binnen de Amsterdamse sociaal-maatschappelijke ontwikkelingen die van invloed zijn op interactieve media en gevolg zijn van interactieve media, is zeer boeiend maar ook gecompliceerd.’

De excursies leverden ook allerlei ideeën en inzichten op die later in dit boek terugkomen. Een van de onverwachte gevolgen van onze excursies was het aanbod van Ronald Lenz tijdens ons bezoek aan Waag Society om daar tussendoor onze productideeën te presenteren. Dat was zeer welkom, omdat we aan de ene kant dan feedback konden krijgen en aan de andere kant de kans vergrootten dat er na de minor iets met een productidee gebeurt.

4 Het proces en de tussenresultaten

In dit hoofdstuk wordt uitgelegd wat volgens de studenten het meest waarschijnlijke en het meest gewenste toekomstscenario voor Amsterdam in 2017 is. Daarnaast wordt ook het minst gewenste scenario uitgelegd. We behandelen uitgebreid hoe we daar in zeven stappen (in acht weken) zijn gekomen. We sluiten het hoofdstuk af met het proces van stap acht. Het proces van deze laatste stap bracht ons (in twaalf weken) tot productideeën en adviezen, rondom de gewenste toekomst.

4.1 Fase 1: Analysefase

In de nu volgende paragrafen beschrijven we de stappen die we gevolgd hebben en geven daarbij aan wat de tussenresultaten waren. We maken daarbij onderscheid tussen ‘proces’ (⊗) en ‘resultaat’ (✓).

4.1.1 Stap 1: Essays met visies op de toekomst

⊗ In de analysefase is de opdracht bij stap 1 het schrijven van een essay over één dag uit het leven van iemand over tien jaar.



Roald schrijft zijn essay

De opdracht is om vanuit jezelf of vanuit een fictief persoon het verloop van een gewone dag in 2017 te beschrijven. Het moet in de ik-vorm geschreven worden en beginnen met iets als: ‘Ik word wakker...’. Het kader bestaat grofweg uit de stad, interactieve media en leefbaarheid. Daarnaast is er gevraagd om een aantal issues in het verhaal te verwerken uit het programmakkoord 2006-2010 (gemeente Amsterdam, 2006). Deze visies op de toekomst worden in de volgende stap van de scenariomethode gebruikt om trends uit te destilleren.

✓ Hieronder volgen eerst een aantal fragmenten om alvast een indruk te geven van een aantal trends en thema’s.

Ouderen

‘Terwijl ik de boodschappen inlaad zie ik een oud vrouwtje die duidelijk niet meer weet wat voor boodschappen ze moet halen. Ze vertelt dat ze haar boodschappenlijstje thuis al heeft ingevoerd volgens haar dieetprogramma. Onderweg heeft ze nog even wat wijzigingen via haar *Digital Life Manager* doorgevoerd. In de supermarkt zelf heeft ze de mogelijkheid om haar boodschappenlijstje te downloaden. Een scherm geeft vervolgens op een plattegrond weer waar ze haar boodschappen kan vinden.’ (Remco Krams)

Burgerstage

‘Na de pauze en de Kamerbespreking, is het al bijna vijf uur als ik op de fiets stap voor m’n burgerstage in een *Algemeen Zorg Centrum* in Zuid. Morgen is het Sint Maarten (gelukkig gaat dat ook nog gewoon in RL [real life] door). Dus vandaag gaan wij in de weer met lampionnen.’ (Ella Gal)

Gezondheid

‘Ik ga naar de wc. De pot analyseert mijn urine, en geeft aan dat ik nog steeds gezond ben. Hoe kan het ook anders, er valt nauwelijks nog iets ongezonds te krijgen, of het is niet te betalen door de accijns die erop zit.’ (Joris Hulbosch)

Sociale contacten

'Twee weken eerder heb ik een zoekopdracht uitgezet via PeopleConnect omdat ik ervaringen wilde uitwisselen over Zuid-Amerika. Uiteindelijk kwamen we op een groepje van vijf uit, en werden we ingepland bij Mixed Dishes. In dit restaurant kun je allerlei combinaties maken van internationale gerechten.' (Rick van der Valk)

Ontspanning

Vorig jaar ben ik een productiehuis begonnen. 'Het wordt een mix tussen Jazz & Dance en Virtueel & Reëel om het ultieme gevoel van grenzeloosheid te bereiken.' (Roald van Luijk)

Cultuur

'Als *social cultural entrepreneur* heb ik mijn eigen bedrijfje 'Vroeger' opgericht die gespecialiseerd is in de Nederlandse ouderwetse cultuur. Ik ben een intermediair tussen aanvragers en aanbieders voor bijvoorbeeld oude bordspelletjes tot aan boerenkool tot aan platen van de Dolly Dots.' (Yara van der Putte)

4.1.2 Stap 2: Onderzoek van trends via bronnen

In stap 2 van fase 1 hebben we uit de essays van de vorige fase gezamenlijk de belangrijkste thema's en trends gefilterd. Het proces van dit trendonderzoek bestond uit drie opeenvolgende activiteiten.

(1) Verzameling van onderwerpen op post-its van essays naar honderd onderwerpen

☀ Als eerste leest elke student zijn of haar essay voor aan de groep. Elke toehoorder schrijft bij elk essay maximaal vijf onderwerpen die opvallen op een post-it. Na een korte bespreking om de overlappende onderwerpen eruit te halen, worden de overige onderwerpen op post-its door de studenten op een groot stuk papier geplakt. De onderwerpen op de post-its worden bij het opplakken verdeeld in de categorieën samenleving, technologie, economie, ecologie/milieu en politiek.



Ongeveer honderd onderwerpen

✓ We kwamen tot bijna honderd onderwerpen, rijp en groen door elkaar. De onderwerpen lopen van concrete toepassingen, zoals de irisscan, tot en met grote issues, zoals duurzame energie en vergrijzing. Door de focus op de toekomstige rol van toepassingen van nieuwe media op het sociaal-maatschappelijke vlak krijgt ecologie/milieu de minste post-its.

(2) Abstractieproces: van honderd onderwerpen naar tweeënveertig mogelijke trends

☀ De onderwerpen worden vervolgens teruggebracht tot een overzichtelijke verzameling abstractere, mogelijke trends. Een trend moet gezien worden als een verzameling gerelateerde onderwerpen die op een ontwikkeling in een bepaalde richting wijzen. Hierbij kan bijvoorbeeld gedacht worden aan 'de ontwikkeling van multifunctionele mobiele apparaten'.

✓ Sommige trends leveren veel discussie op, omdat twee of meer trends in verschillende richtingen wijzen over hetzelfde thema. Dat was bijvoorbeeld het geval met het thema 'privacy'. Eén deel van de groep is ervan overtuigd dat mensen

Het proces en de tussenresultaten

steeds meer persoonlijke gegevens over zichzelf vrijgeven, omdat dit allerlei gemakken oplevert. Een ander deel van de groep denkt dat burgers juist bang zijn om hun persoonlijke gegevens vrij te geven, omdat onbekend is wat daar allemaal mee kan gebeuren. Dit soort onzekere trends bij een thema hebben we gemarkeerd, om er later op terug te kunnen komen, bij het uitvoeren van de impactanalyse in stap 3.



Mogelijke trends

(3) Bijbehorende bronnen zoeken

☀ Om de trends te onderzoeken worden ze verdeeld over de studenten met de opdracht er bronnen bij te vinden. De bron mag de trend bevestigen, nuanceren of ontcrachten. Bij elke bron moeten een aantal zaken beschreven worden:

- Het kerncitaat van de bron
- De argumentatie van de auteur in eigen woorden
- Een andere invalshoek in de vorm van een vraag
- Het verband met de argumentatie van een van de andere bronnen
en
- De relatie met het Programakkoord 2006-2014 (Gemeente Amsterdam, 2006)

De eerste vier zaken vormen samen een zogenaamde 'kavv' (kerncitaat, argumentatie, verband en vraag).

✓ Bij de mogelijke trends zijn vierenvijftig kavv-jes en dus net zoveel bronnen gevonden. Deze komen terug op verschillende plekken in dit boek, maar vooral in het deel waar de product-ideeën beschreven staan.

Spelen met bronnen

'We hebben met de kavv-jes geoefend aan de hand van een artikel uit *de Volkskrant* van Menno Hurenkamp, *Lichte gemeenschappen, wat we voor elkaar doen maar niet geteld wordt* (Hurenkamp, 2006).

Iedereen moest eerst een fragment uit de tekst kiezen dat hem of haar het meeste aansprak en dat uitleggen aan de groep. Dat leidde tot een viertal verschillende fragmenten in de groep. Bij het bespreken van welk fragment het belangrijkste deel van de boodschap van de tekst bevatte, kwamen we er achter dat niemand dat spontaan had gekozen:

'Het is niet erg dat u uw werk in stilte doet. Maar het verhindert dat we met z'n allen zien hoeveel aardig werk er voor elkaar gedaan wordt. Daardoor staat er wél iets op het spel. Hoe minder bekend is over wat in deze informele verbanden gebeurt, hoe meer aanleiding er lijkt te zijn om te zeggen: zie je wel, het verenigingsleven valt uit elkaar, de maatschappij gaat naar de knoppen, er is geen sociale cohesie meer, geen burgerschap meer, mensen vertrouwen elkaar niet meer. Dan blijft zo iets als het verhaal over de kloof tussen burger en politiek inderdaad ingewikkeld, en krijgen we gekozen burgemeesters en nieuwe stemprocedures aangereikt, terwijl er eigenlijk vooral behoefte is aan ruimte om betrokkenheid zinvol vorm te

geven. Ruimte in de tijd: omdat werk of school of gezin al veel eisen. En ruimte in je hoofd. Omdat je dat immers meer en meer zelf moet doen, minder op voorschrift van kerk, politieke partij of buurtvereniging, meer naar eigen inzicht.' (Hurenkamp, 2006)

Iedereen ontdekte tijdens dit gesprek hoe je kunt wisselen tussen eigen voorkeur en de centrale bedoeling van de schrijver van een journalistieke of een wetenschappelijke tekst.

Vooraf het bespreken van de resultaten van het trendonderzoek blijkt zeer nuttig en we nemen er dan ook ruim de tijd voor. De groep krijgt steeds meer gemeenschappelijke kennis, maar ook gevoel voor de relativiteit van wetenschappelijk onderzoek:

'De trends die ik onder mijn hoede heb en met wetenschappelijke bronnen onderbouw, gaan over onder andere vergrijzing, overgewicht, werkgelegenheid, de verschuiving van de wereldmacht en vervlakking van cultuur. Ze roepen steeds meer vragen op dan ze antwoorden geven.... Iedereen schrijft over een aantal trends een kavv-je. Bij het bespreken van ieder zijn kavv-jes worden er veel verbanden gelegd en nieuwe invalshoeken gegeven.' (Yara van der Putte)

Deze interactie beschrijft Van der Heijden (1997, pagina 6) als volgt:

'An individual's empirically rich, but disorganized tacit mental constructs interact with the logic of the reasoning expressed in the language of the social group. As a result of this interaction, the weak points of spontaneous reasoning are supported by the strength of the group logic.'

4.1.3 Stap 3: Impactanalyse zekere en onzekere trends

☉ Tijdens stap 3 van fase 1 werkten we het onderscheid tussen zekere en onzekere trends uit stap 2 verder uit. Aan de hand van de gevonden bronnen is gezamenlijk bepaald of een mogelijke trend een zekere trend of een onzekere trend is. Als meerdere onzekere trends bij hetzelfde thema horen, wordt ook dat thema genoteerd met de onzekere trends erbij.

✓ De gesprekken over de informatie uit de gevonden bronnen bracht de verzameling mogelijke trends terug tot twintig zekere trends en zeven thema's met elk een aantal onzekere trends (de bijbehorende bronnen worden hier alleen genoemd voor zover relevant). We besloten de minder relevante trends voor onze opdracht – bijvoorbeeld aandacht voor spiritualiteit – in deze fase nog niet te verwijderen. We dacht dat ze in de volgende fase vanzelf zouden verdwijnen of blijven.

Zekere trends werden:

1. vergrijzing
2. stimulatie van mantelzorg
3. opwarming van de aarde
4. uitbreiding van het lichaam met techniek
5. ontwikkeling van gerichte informatievoorziening
6. ontwikkeling van multifunctionele mobiele apparaten
7. toename keuzemogelijkheden van rolmodellen en groepsdeelname
8. verbetering medicijnen/ziektebestrijding
9. toename virtueel contact
10. toename gepersonaliseerde reclame en media
11. ontwikkeling van individu als potentieel massamedium
12. toename elektronisch betalen
13. toename diversiteit Nederlandse cultuur
14. afname scheiding tussen werktijd en privé-tijd
15. emancipatie van de consument
16. toename kansen om sociaal netwerk uit te breiden
17. herkenning door systemen van actueel persoonlijk profiel
18. toename *ambient intelligence* (klein, overal, verbonden)

Het proces en de tussenresultaten

19. toename alternatieve voedselproductie
20. aandacht voor spiritualiteit

Thema's met onzekere trends werden:

1. Ontwikkeling beroepen: meer specialisatie of verbreding?
2. Privacy: wie bepaalt de grens: de overheid of de burger?
3. Fysieke mobiliteit: vooral thuis of vooral onderweg?
4. Burgerinvloed: via burgerinitiatief of via 'polls'?
5. Concurrentie arbeidsmarkt: in Nederland blijven of vertrekken?
6. Sociale mobiliteit: blijven velen in hun vertrouwde sociale omgeving of is er veel beweging naar andere netwerken?
7. Ontsnappen aan dagelijkse sleur: doorontwikkeling van nieuwe sensaties of bereiken van balans?

Van zowel de trends als de thema's met onzekere trends bespraken we de impact op de maatschappij. Dit leverde een impactanalyse op.



*Impactanalyse. Van links naar rechts: toenemende onzekerheid.
Van beneden naar boven: steeds hogere impact*

Sociaal kapitaal en individualisering

'In de gesprekken over de zekere en onzekere trends tijdens het maken van de impactanalyse kwamen een tweetal onderwerpen regelmatig terug in de groep: *social exposure* en *sociale nieuwsgierigheid*. Deze worden opgevat als twee kanten van dezelfde medaille die te maken hebben met de toename van persoonlijk gebruik van nieuwe media. Aan de ene kant geven steeds meer burgers zichzelf bloot via allerlei nieuwe 'sociale software'. Aan de andere kant is dit, afhankelijk van het ontwerp van de software, op allerlei manieren een voedingsbodem voor nieuwsgierigheid naar anderen en, eventueel, contact daarmee.

Met deze observatie zitten we op de argumentatielijn van Jan Steyaert in het *Jaarboek ICT en samenleving (2003)*, een van de gevonden bronnen bij de trend *toename virtueel contact*. Steyaert stelt zich de vraag: 'Is er sprake van een causale relatie tussen beide ontwikkelingen, staat sociaal kapitaal onder druk omdat we steeds meer nieuwe media hebben en gebruiken? Of is het omgekeerde het geval, intensiever informatiegebruik als vluchtgedrag uit de sociaal armere leefwereld?'

Zijn conclusie is: 'De huidige toepassingen van internet kunnen bekeken worden als de 21ste eeuwse variant van deze opbloei van het verenigingsleven een eeuw geleden. Toepassingen zoals discussielijsten en chat-ruimtes vormen dan voor de digitale burger het equivalent van scouts, vakbond of politieke partij voor de verstedelijkte arbeider in de industrialisatie. Vanuit deze alternatieve invalshoek zou gebruik van nieuwe media (en met name het sociale en communicatieve gebruik, in tegenstelling tot het informatieve of amusementgebruik) kunnen gezien worden als een maatschappelijk antwoord op wijzigend sociaal kapi-



taal, eerder dan als een oorzaak ervan.'
(Steyaert, 2003, pagina 65)

Dit sluit weer aan op een van de andere gevonden bronnen, de publicatie *Individualisering en sociale integratie* (Schnabel, 2004) van het Sociaal Cultureel Planbureau: 'Individualisering en dus verzelfstandiging van het individu is alleen mogelijk in samenlevingen die voor hun voortbestaan niet afhankelijk zijn van het individu. Dat wil niet zeggen dat in deze samenlevingen het individu niet telt, maar wel dat de persoonlijke, directe en totale afhankelijkheid is vervangen door een gegeneraliseerde afhankelijkheid, waarin alle mensen elkaar een beetje nodig hebben, maar niemand voor zijn bestaan afhankelijk is van een of enkele anderen.' (Schnabel, 2004, pagina 12)

Met de technologische ontwikkelingen aan de zekere kant van de impactanalyse en met bovenstaande gedeelde inzichten, begonnen we steeds meer kansen te zien met behulp van nieuwe media op het gebied van sociale cohesie en actief burgerschap.

4.2 Fase 2: Ontwikkelfase

In de nu volgende paragrafen beschrijven we stap voor stap het verloop van de ontwikkelfase en laten zien wat de resultaten waren.

4.2.1 Stap 4: Keuze scenario-assen

☉ In de ontwikkelfase is de volgende stap het kiezen van twee thema's met een hoge impact op de leefbaarheid en een hoge onzekerheid wat betreft de ontwikkelrichting. Beide thema's krijgen twee tegengestelde dimensies (twee onzekere trends), zodat ze, als twee kruisende assen, vier kwadranten vormen. Hierbij moeten de twee extremen per ontwikkeling positief geformuleerd worden, vanwege het proactieve karakter van ons doel met de scenariomethode. Elk kwadrant representeert op deze manier een mogelijk toekomstscenario (zie eventueel afbeelding op pagina 14: 'Twee thema-assen maken vier scenario's').

Vier van de zeven thema's met onzekere trends vielen af: de beroepsontwikkelingen, privacy, ontsnapping aan dagelijkse sleur en concurrentie op de arbeidsmarkt (zie kader 'Vier afgevallen thema's').

✓ De collectieve kennis van de groep heeft zich gedurende de minor ontwikkeld op het gebied van interacties tussen burgers. Dit, samen met de Amsterdamse scope van de opdracht, leidde tot de voorkeur voor de volgende drie thema's:

1. sociale mobiliteit
2. fysieke mobiliteit en
3. burgerinvloed.

Sociale mobiliteit

Bij sociale mobiliteit zien we twee extremen:

- Iedereen beweegt zich binnen een homogeen sociaal netwerk van mensen met dezelfde achtergronden (Broek, 2005)
en

Vier afgevalen thema's

Over de *beroepsontwikkelingen* denken we dat er een aantal beroepen steeds veelzijdigere professionals zullen vragen, maar dat er ook beroepen zijn die altijd zeer specialistisch zullen blijven. Hierbij kunnen we, vanuit onze opdracht en de gevonden bronnen, geen interessante dimensies bij definiëren. Bovendien had dit onderwerp een lagere impact dan de andere. (SCP, 2004)

De *concurrentiestrijd op de arbeidsmarkt* is een wereldwijde en was dus in onze ogen te weinig toegespitst op de sociale kant van de stad Amsterdam. Bovendien zien we in het kader van onze opdracht de komende tien jaar geen grote verschuivingen waar we nu op moeten anticiperen (Friedman, 2005).

De gevonden bron *Veiligheid en privacy in 2030: twee toekomstscenario's* (Koops, 2005) bij het thema *privacy*, laat zien dat er hiervoor een aparte scenariostudie gedaan kan worden. Privacy bestrijkt hier vier dimensies met elk hun eigen variabelen: '(...): informatieel (bescherming persoonsgegevens), fysiek (integriteit van het lichaam), ruimtelijk (relatieve onschendbaarheid van de woning en persoon in openbare ruimte) en relationeel (relaties, gezin, communicatie).' Bovendien gaan privacy-vraagstukken vaak de landelijke of zelfs de Europese overheid aan.

Bij *ontsnappen aan de dagelijkse sleur* zijn we er in het kader van onze scenariostudie van uitgegaan dat de invulling van vrije tijd, of het nu verantwoord is of niet, mee gaat met de tijd, maar dat de beleving niet fundamenteel verandert. Dat wil zeggen dat we de actuele verschijningsvormen met elkaar accepteren (Breedveld, 2001).

- Iedereen beweegt zich in een heterogeen sociaal netwerk van mensen met verschillende achtergronden (Boomen, 2004).

Fysieke mobiliteit

Bij fysieke mobiliteit zien we de volgende extreme situaties:

- Een toekomst met lage fysieke mobiliteit waarin burgers veel thuis zijn en zich virtueel verplaatsen voor werk- en privé-doeleinden (Steyaert, 2003) en
- Een toekomst waarin burgers veel fysiek onderweg zijn voor werk- en privé-doeleinden (Cousins, 2003)

Burgerinvloed

Het thema burgerinvloed leverde ook twee verschijningsvormen op:

- Het organiseren van burgerinvloed via het door de lokale overheid op grote schaal inzetten van enquêtes (polls) over allerlei kleine en grote vraagstukken en beslissingen (Remarque, 2005) en
- De burger initieert (zelf) kleine en grote ontwikkelingen en zoekt daar medestanders bij (Kuiper, 2006).

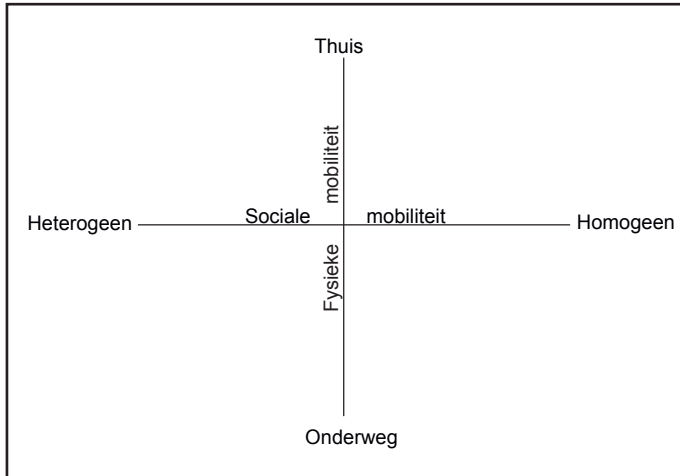
De drie overgebleven assen zagen er dus als volgt uit:

1. sociale mobiliteit (homogeen < > heterogeen)
2. burgerinvloed (overheidsenquêtes < > burgerinitiatief)
3. fysieke mobiliteit (thuis < > onderweg)

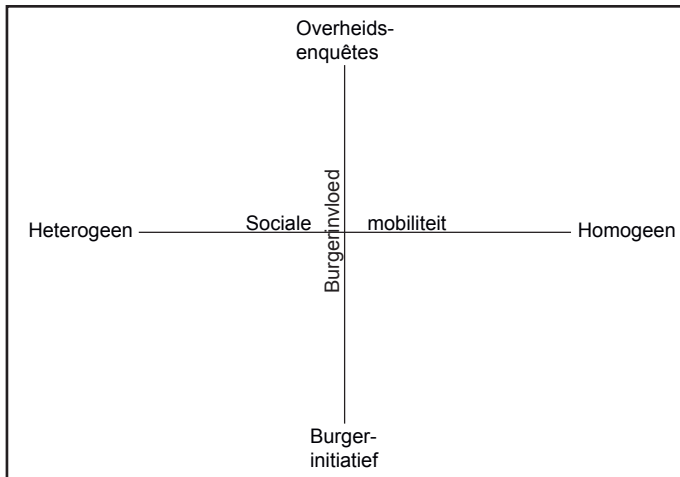
In principe levert dit drie mogelijke assenstelsels op.

Elk van deze assenstelsels bevat vier kwadranten, die elk voor een potentieel toekomstscenario staan. Een van deze assenstelsels moet overblijven voor de volgende stap in fase 2. De groep wordt opgesplitst om in koppels te beslissen welke de voorkeur heeft. De uitkomsten daarvan worden in de groep besproken om een definitieve keuze te maken.

Het proces en de tussenresultaten

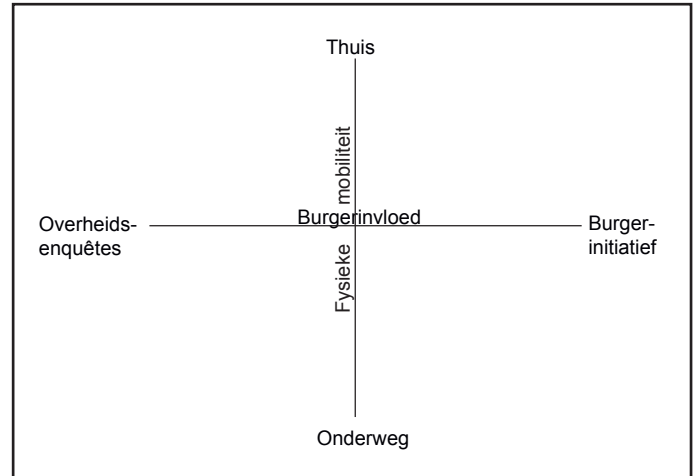


Mogelijk assenstelsel 1



Mogelijk assenstelsel 2

Het overleg in koppels leverde twee keer assenstelsel 1 op en een keer assenstelsel 2. Nummer 3 viel dus sowieso af. De discussie om burgerinvloed – assenstelsel 2 – er in te houden liep hoog op, maar uiteindelijk is de keuze gevallen op het assen-



Mogelijk assenstelsel 3

stelsel *sociale mobiliteit en fysieke mobiliteit*, nummer 1. Wel is er afgesproken dat het thema burgerinvloed terug moet komen in de uitbeelding van elk scenariokwadrant.

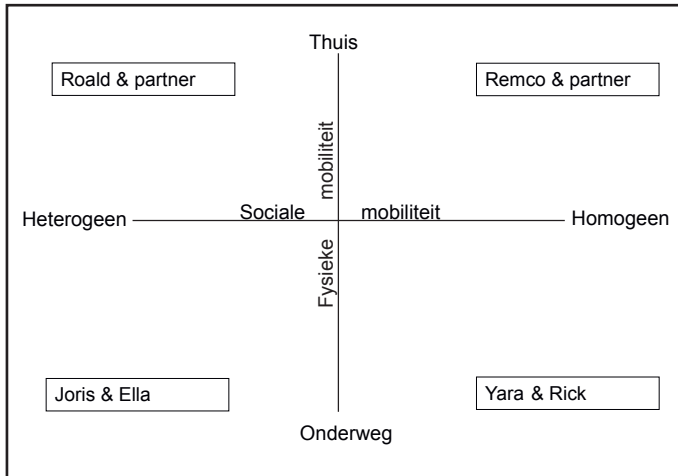
4.2.2 Stap 5 en 6: Uitwerking en presentatie scenario's

☀ De groep wordt verdeeld in vier teams om elk een toekomstscenario te beschrijven en uit te beelden. Elk van de vier scenario's zijn in stap 5 en 6 in fase 2 uitgewerkt in twee richtingen:

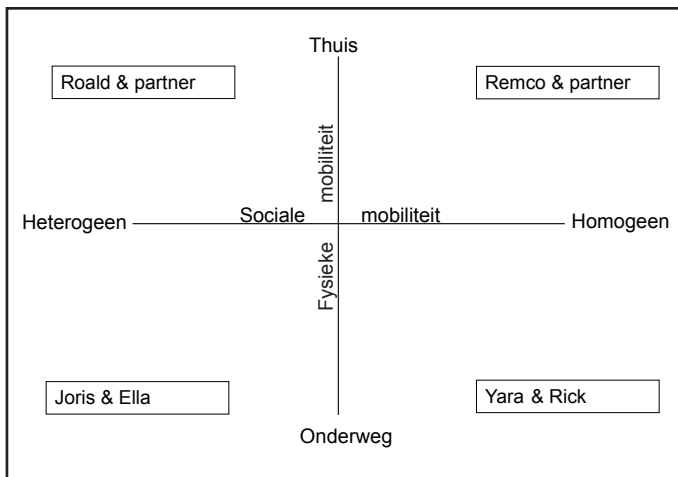
1. een theoretische beschrijving van de belangrijkste kenmerken van de maatschappij in 2017 in het desbetreffende scenariokwadrant en
2. een theatrale uitbeelding van het dagelijkse leven in dat toekomstscenario.

Het idee is dat elk toekomstscenario positief wordt en dat het extreem wordt neergezet om goed gevoel te kunnen krijgen van de wenselijkheid. Daarnaast moeten er zoveel mogelijk zekere trends in verwerkt zijn.

Het proces en de tussenresultaten



Verdeling scenario's. Partner betekent tijdelijk betrokken persoon



De plek van de titel van het scenario geeft aan wat de typerende dimensies zijn voor het desbetreffende scenario

✓ De volgende beschrijvingen van de vier scenario's zijn niet uitputtend, want het doel was om op basis van de collectief opgebouwde kennis en de theatrale uitbeelding één van de

vier scenario's te kiezen. De beschrijvingen van de kenmerken zijn door interactie met de groep tot stand gekomen. De eerste contouren van de uiteindelijke productideeën zijn hier dan ook al te ontdekken.

1. Neo-nomadisme

(sociale mobiliteit: homogeen – fysieke mobiliteit: onderweg)

'De multidisciplinaire beroepsbevolking heeft geen behoefte aan vaste woon- en werkplekken, waardoor een mobiele samenleving is ontstaan.'

Het neo-nomadisme kenmerkt zich door het feit dat de werkende bevolking van Amsterdam geen vaste woon- en werkruimten nodig hebben. De toename aan multidisciplinair werk is hier de bepalende factor. Daar waar men tijdelijk werkt woont men ook tijdelijk. Binnen deze groepen vinden dus ook de sociale contacten plaats met gelijkgezinden. Het aan het werk 'vast zitten' van het sociale netwerk zorgt ervoor dat er een hoge mate van homogeniteit in Amsterdam is.

In de informatiesamenleving werken steeds meer beroepsbeoefenaars niet meer voor één organisatie, maar hebben zij een bepaald specialisme en kunnen op meerdere vlakken worden ingezet. Ze zijn multidisciplinair. Daarnaast was de groei van *online communities* van grote invloed, waarbij *Multi User Dungeons* en later *Hyves* de grondleggers waren. Toen *Hyves* in 2009 begon met het onderverdelen van sociale, maar ook multidisciplinaire beroepsmatige netwerken voor specifieke doelgroepen heeft de homogeniteit onder de inwoners van Amsterdam zich verder ontwikkeld. Sinds de forse uitbreiding van het Amsterdamse metronetwerk in 2011 en daarbijbehorende breedbandfaciliteiten als *Ambient RFID*, *Super-WIFI* en *sleeping tubes* is er in 2013 op kleine schaal een nomaden subcultuur ontstaan. En dit heeft verstrekkende gevolgen voor de functie, de uitstraling en de leefbaarheid van de stad Amsterdam voor haar bewoners en bezoekers. De stad is, met wat nu het neo-nomadisme heet, in 2017, autovrij.



'Via ambient intelligence kunnen eigen foto's en posters geprojecteerd worden in de sleeping tube'

De (mobiele) netwerkcultuur die binnen het neo-nomadisme vorm heeft gekregen, heeft sociaal maatschappelijke gevolgen. Men is niet meer afhankelijk van tijd en plaats. Hierdoor ontstaat er een mobiele en ongebonden samenleving. Door gebrek aan tijd hebben de mensen onderweg toch behoefte aan herkenbaarheid, informatie en functionaliteit.

De meeste mensen hebben uitbreidingen op hun lichaam, zoals een ingebouwde *headset* en lenzen die ook dienen als computerscherm. Hier speelt *Super-WIFI* goed op in. De gerichte informatie ontvang je op je *PDA* en op je lenzen terwijl je onderweg bent waardoor je niets mist en *up-to-date* bent. Ook voor vrienden maken is geen tijd, met het instellen van een uitgebreid profiel wordt het mogelijk binnen no-time een goede vriend te vinden. Groepen die geen werk hebben worden opgevangen door de verplicht gestelde Zorgbijdrage en het Burgerinitiatief. Er is een *bottum-up* cultuur ontstaan waarin de Amsterdammer verantwoording draagt voor zijn/haar naasten die binnen zijn/haar profiel passen. Ouderen wonen in grote zorgflats.

'Ruben Vermeer wordt om acht uur wakker in zijn *lease*-hotel en krijgt een op zijn persoonlijke voorkeur afgestemd ontbijt. Hij stapt na het ontbijt de metro in vanuit de Baarsjes naar het centrum. Hij leest het nieuws van een schermje wat op zijn interesse is afgestemd. Om half tien heeft hij een afspraak met een Chinese relatie in een gemeenschappelijke werkruimte. Na de bespreking doen ze vanuit de werkruimte een virtueel museumbezoek. Zij zuigen daarbij wat zuurstof en drinken wat vitaminesap. Na de afspraak gaat Ruben naar het overdekte park om daar te lunchen met zijn *personal community*. Vanuit het park doet hij ook zijn verplichte zorgbijdrage door het rondlopen met een gematchte oudere in een rolstoel. Om twee uur doet hij zijn burgerplicht die onder andere bestaat uit het invullen van een aantal enquêtes waarmee hij burgerinitiatieven ondersteunt. Om zes uur gaat hij weer verder met zijn werk, het ontwikkelen van een biometrische identificatiechip. Om tien uur gaat hij naar het *Beleveniscentrum Geuzenveld*. Daar krijgt hij op basis van zijn profiel voorstellen over wat hij daar kan doen. Om twaalf uur checkt hij weer in op zijn *sleeping tube* waar via *ambient intelligence* zijn eigen foto's en posters geprojecteerd worden.'

Verwerkt in dit toekomstscenario:

Trends:

- Vergrijzing
- Stimulatie mantelzorg
- Ontwikkeling van multifunctionele mobiele apparaten
- Ontwikkeling van gerichte informatievoorziening
- Uitbreiden lichaam met technologie
- Toename virtueel contact
- Toename ambient intelligence
- Herkenning door systemen van actueel persoonlijk profiel

Thema's met onzekere trends:

- Burgerinvloed: toename burgerinitiatief
- Ontwikkeling beroepen: toename multidisciplinaire karakter

Het proces en de tussenresultaten

2. Origami

(sociale mobiliteit: heteroogeen - fysieke mobiliteit: onderweg)

'Je kunt heterogeniteit niet afdwingen, maar wel faciliteren!'
(Ella Gal tijdens presentatie op 14 maart 2007)

'Bestaat er een intrinsieke motivatie om met 'anderen' om te willen gaan?' (Roald van Luijk tijdens de presentaties op 14 maart 2007)

Geschrokken door de groei van populisme is er, vooral in Amsterdam, een bijzonder burgerinitiatief ontstaan. Op het zogenaamde buurtplatform kan iedereen ideeën inleveren waar collectief een top vijf uit wordt samengesteld. Deze punten vormen dan de politieke agenda waarover men in discussie gaat. Een voorbeeld hiervan is de nieuwe gedragscode dat de 'ringtone' van mobiele telefoons uit staat. Iedereen is veel onderweg en wil niet continu gestoord worden door belgeluiden. Door het *bottum up*-karakter van deze beslissing spreken mensen elkaar ook makkelijker aan op afwijkend gedrag.



De Origami kent vele toepassingsmogelijkheden en is een onmisbaar onderdeel in het leven geworden

Ook via burgerinitiatieven is er een aantal jaar geleden de zogenaamde *20 procent-regel* overeengekomen met het bedrijfsleven. Dit houdt in dat iedereen die werkt twintig procent van de werktijd besteedt aan iets heel anders dan het huidige werk. Iemand uit de commerciële hoek kan bijvoorbeeld ervaring opdoen met een non-profit organisatie of een zorginstelling. Andersom kan iemand uit de zorg eens een kijkje nemen bij een commercieel bedrijf. Een direct resultaat hiervan is contact met mensen met andere sociaal economische achtergronden. Daarnaast verandert de sociale mobiliteit, omdat men met het gratis openbaar vervoer vaker in andere wijken en stadsdelen komt. Samen met de *top down* beslissing van een maximum inkomen draagt dit alles bij aan een grotere cohesie in en een betere profilering van de stad Amsterdam. Een bijkomend effect is een groter bewustzijn ten opzichte van de zorgproblematiek. Ook de minder mobiele (bijvoorbeeld ouderen) komen namelijk door de *20 procent-regel* ook meer in contact met anderen.

De techniek ondersteunt deze maatschappij via de zogenaamde *Origami*, iets wat tussen een laptop en een mobiel in zit. Iedereen heeft er een. De focus van het gebruik van dit apparaat ligt op het slim faciliteren van *face-to-face* ontmoetingen en de informatie die daarvoor nodig is. Via draadloze verbinding en het *Google Operating System* kan men makkelijk bij eigen data, maar ook bij de gezamenlijke informatiebronnen. De *Origami* wordt onder meer gebruikt voor het buurtplatform, de beschikbaarheid en wensen voor de *20 procent-regel*, de beschikbaarheid voor privé-contacten, de wie-is-waar functie, het afspelen van muziek (alleen via de koptelefoon), om thuis apparaten aan te sturen en het *realtime* vertalen van gesproken tekst. Een belangrijke functie van de *Origami* is daarnaast, het kunnen opvragen van locatiegebonden informatie. Er is tegenwoordig een infrastructuur waarmee burgers, instanties en bedrijven informatie of recensies aan een plek kunnen toevoegen. De *Origami* 'weet' waar zij is en afhankelijk van het profiel van de eigenaar krijgt die een deel locatiegebonden informatie voorgeschoteld.

Verwerkt in dit toekomstscenario:

Trends:

- Toename diversiteit Nederlandse cultuur
- Toename kansen om sociaal netwerk uit te breiden
- Ontwikkeling van multifunctionele mobiele apparaten
- Herkenning door systemen van actueel persoonlijk profiel
- Ontwikkeling van gerichte informatievoorziening
- Toename virtueel contact
- Afname scheiding tussen werktijd en privé-tijd
- Toename gepersonaliseerde reclame en media
- Vergrijzing

Thema's met onzekere trends:

- Burgerinvloed: toename burgerinitiatief

3. Amsterdam binnenste buiten

(sociale mobiliteit: heterofoon, fysieke mobiliteit: thuis)

'Vroeger deden we online in virtuele werelden spelletjes, nu komt de 'echte' wereld naar je toe, thuis om je heen, en kun je op die manier met mensen spelletjes spelen.'

(Roald van Luijk tijdens presentatie op 14 maart 2007)

Het is 14 maart 2017 wanneer Mike de Kreek van het tv-programma *Man bijt Aibo* aanbelt bij Roald van Luijk. Roald is een doorsnee bewoner van de stad Amsterdam. De *showmaster* komt ouderwets bij de mensen thuis om een *face-to-face* gesprek te hebben over het leven. Hij duwt bij het open doen van de deur nog even zijn nieuwsgierige *I-Cat* terug de kamer in. Door een kier in de deuropening is te zien dat het Surround Vision systeem op stand-by staat. *Surround Vision* – meestal S.V. in de volksmond – is een systeem dat verschillende omgevingen kan creëren waardoor mensen zich niet meer fysiek hoeven te verplaatsen. Elke gewenste plek, of het nu een publieke ruimte of iemand zijn huiskamer is, komt naar je toe. In het geval van huiskamers moet uiteraard ook de tegenpartij toestemming geven. Roald roept: 'Huissfeer'. De omgeving verandert, op een kastje van Roalds oma na, in een huiselijke



Met behulp van de Surround Vision kan elke gewenste sfeer op elk moment worden opgeroepen

omgeving uit 1980. Een sfeer waar Roald uit nostalgie voor heeft gekozen. 'In deze huissfeer kom ik helemaal tot rust', zegt Roald. Er zijn echter nog meer sfeermodules waar Roald gebruik van kan maken. Zo is er een werksfeer, een gezinsfeer, een vriendsfeer en allerlei publieke sferen.

In 2007 was er veel discussie over de dubbele nationaliteit van mensen op belangrijke posities. Deze vertrouwenskwesitie heeft zich doorgezet op meerdere niveau's binnen overheidsinstellingen en het bedrijfsleven.

In 2011 kwam het in navolging van steeds oplopende argwaan tussen bevolkingsgroepen tot een massief conflict in de stad Amsterdam. Hier wordt ook wel eens op teruggekeken als de 'Amsterdamse rellen'. Sindsdien is er een groot burgerinitiatief ontstaan, vanuit het gevoel: 'Dit nooit meer!' Dit heeft voor het ontstaan van een zeer heterogene samenleving gezorgd. Door de technologische revolutie is het niet meer nodig om uit je huis te komen. Alles kan nu virtueel. Inmiddels heeft 97 procent van de Amsterdamse inwoners al een *Surround Vision* systeem die allemaal op elkaar aangesloten zijn via het supersnelle internet.

Het proces en de tussenresultaten

Roald roept: 'Werksfeer'. De omgeving verandert in een kantoorruimte. Op dat moment komt net een collega binnenlopen. 'Nee, hij is niet echt', zegt Roald, doelend op de binnenkomende man. 'Hij zit momenteel fysiek in New York, maar de perfectie van S.V. maakt het net echt. Hij kan ons momenteel net zo goed zien als wij hem. Ik heb hem van te voren op de hoogte gesteld van jullie komst', aldus Roald. Hij vertelt verder dat hij zelf een aantal nieuwe sfeeromgevingen voor zijn systeem heeft gekocht. Hij kan nu ook omgevingen van andere mensen bezoeken. Zo heeft het bejaardencentrum in Oost ook een kant en klare publieke omgeving. Hier kan hij gezellig spelletjes – zoals Rummikub – gaan doen met mensen. Hij kan zich laten matchen door het systeem op basis van interesses. Deze interesses heeft hij via zijn profiel bekend gemaakt. Hier staat bijvoorbeeld in naar wat voor muziek hij graag luistert, welke bordspelletjes hij graag speelt en welke TV programma's hij bekijkt. Hij vindt het belangrijk om met mensen van andere culturen in aanraking te komen. Zelfs de kleinste match kan tot hele interessante en creatieve gesprekken leiden, dus Roald heeft zijn matchingsmechanisme zo ingesteld dat deze personen er hoog uit komen.

'We ontmoeten elkaar regelmatig in de 'Interculturele Sfeer'. We kunnen dan in contact blijven en in discussie blijven zodat er nooit meer zo'n rel kan ontstaan in Amsterdam, als in 2011. Het is niet zo dat ik andere culturen alleen in de interculturele sfeer tegenkom. Dit gebeurt door alle sferen heen. We zijn immers een echte gemixte samenleving. Wanneer ik nog buiten kom om te sporten dan heb ik altijd een multifunctionele PDA bij me.' Dit is een afgeslankte versie van het *Surround Vision* systeem. Daarmee blijft Roald in contact met de virtuele wereld. Al is het dan wel even zonder het complete gevoel van de sferen. Mike geeft Roald een hand en bedankt hem voor zijn tijd. Volgende week gaan het programma op bezoek bij wel een heel bijzondere iemand: Ahmed. Hij doet mee aan het wereldrecord virtueel simultaan breakdancen. 'Tot Volgende Week!', sluit Mike af.

Verwerkt in dit toekomstscenario:

Trends:

- Toename keuzemogelijkheden van rolmodellen en groepsdeelname
- Vergrijzing
- Ontwikkeling van multifunctionele mobiele apparaten
- Toename virtueel contact
- Toename *ambient intelligence*
- Herkenning door systemen van actueel persoonlijk profiel
- Ontwikkeling van individu als potentieel massamedium
- Toename kansen om sociaal netwerk uit te breiden

Thema met onzekere trends:

- Burgerinvloed: toename burgerinitiatief

4. Losbandig verbonden

(sociale mobiliteit: homogeen, fysieke mobiliteit: thuis)

'Werk en privé wisselen elkaar probleemloos af.'

(Remco Krams, tijdens presentatie op 14 maart 2007)

Na 2007 is de maatschappij steeds minder dynamisch geworden. Door de snelle ontwikkeling van technologie was de mens al gauw minder genoodzaakt de deur uit te gaan. Want, waarom moeilijk doen als het makkelijk kan? Hierdoor zijn er op verschillende vlakken dingen veranderd in de loop der jaren. Er was grote ontevredenheid over de toenmalige politiek met als gevolg de val van Kabinet Balkenende IV. Mensen die dezelfde standpunten deelden gingen zich verbreederen met elkaar en zich afzetten tegen het systeem. De politiek van Den Haag werd opgeheven en alles werd vanaf nu op stadsniveau geregeld. De val van het Binnenhof betekende ook dat iedereen zich verkiesbaar kon stellen. Zo ontstonden er in de stad tientallen splinterpartijtjes, bedrijfjes en organisaties met allemaal hun eigen projecten in de stad. De mensen zochten elkaar weer op, weliswaar alleen die mensen met dezelfde mening.



Iedereen is met elkaar verbonden. De technologie in huis is uitgebreider en complexer geworden, en afgestemd op persoonlijke behoeften

In de directe omgeving van mensen is nu veel meer technologie te vinden dan in voorgaande jaren. Deze technologie is echter zo in de omgeving geïntegreerd dat ze onzichtbaar is met als gevolg dat ze als vanzelfsprekend wordt beschouwd. Iedereen staat nu overal en altijd met elkaar in verbinding en het is erg makkelijk om mensen met dezelfde interesses te herkennen door gebruik te maken van de lokale *tag soup*. Deze ontwikkeling begon in 2008 en ging in een razend tempo. In 2012 had het er voor gezorgd dat technologie in en om het huis steeds uitgebreider en complexer is geworden.

Het gevolg was dat het voor veel mensen steeds minder aantrekkelijk werd om naar buiten te gaan. Immers: alles wat ze nodig hadden was op een armlengte van ze verwijderd. Thuiswerken is ook steeds meer vanzelfsprekend en het aantal vrouwen op de 'werkvloer' was in 2013 op zijn hoogtepunt. Steeds meer vrouwen konden op deze manier thuis voor de kinderen zorgen en thuis werken. Hetzelfde geldt natuurlijk ook voor de man. Maar het voordeel van thuisblijven kwam pas echt duidelijk naar voren toen de vergrijzing in 2016 een grote schaal had bereikt. Gezinnen waren altijd thuis en von-

den het steeds logischer om hun ouders in huis te nemen. Verpleegtehuizen werden met de jaren voller en voller en hadden te kampen met personeelstekorten, men zag het niet meer als optie om de ouders daar te plaatsen. Men woonde nu vaak met zijn zevenen in een huis. Om het leefbaar te houden en ook nog iets van privacy te hebben voor elk familielid kozen veel gezinnen voor een groter huis. De stad reageerde op deze trend en bouwde verschillende woonparken voor kleine gezinnen tot grote gezinnen. De stad werd met de jaren leger en dus stiller. Er waren steeds minder auto's en ander verkeer, waardoor het milieu zich kon herstellen.

Verwerkt in dit toekomstscenario:

Gebruikte trends:

- Vergrijzing
- Stimulatie mantelzorg ouderen
- Toename ambient intelligence
- Afname scheiding werktijd en privé-tijd
- Toename keuzemogelijkheden van rolmodellen en groepsdeelname
- Toename virtueel contact
- Toename van gerichte informatievoorziening
- Herkenning door systemen van actueel profiel

Onzekere ontwikkelingen:

- Burgerinvloed: toename splinterpartijen

4.3 Fase 3: Reflectiefase

In de nu volgende paragrafen beschrijven we stap 7 en stap 8 van de reflectiefase en tonen de resultaten.

4.3.1 Stap 7: Beoordeling van de scenario's

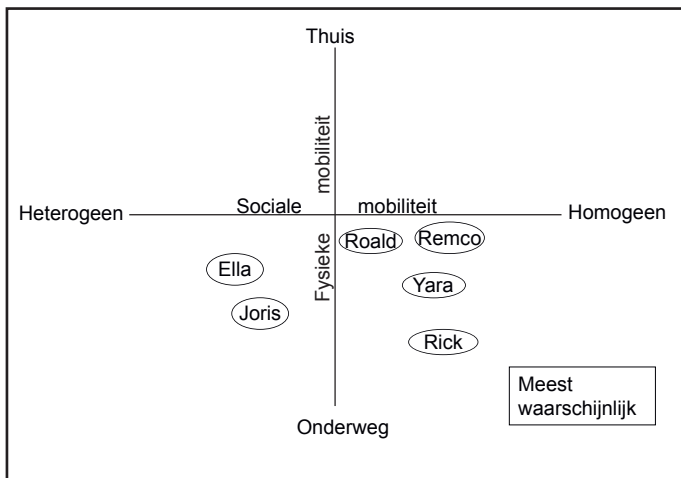
☉ In stap zeven wordt het meest gewenste toekomstscenario gekozen. Daarnaast wordt ook het minst gewenste en het meest waarschijnlijke toekomstscenario gekozen en besproken. Want de productideeën uit stap acht moeten ervoor zorgen

Het proces en de tussenresultaten

dat de huidige ontwikkelingen ombuigen van het meest waarschijnlijke naar het meest gewenste toekomstscenario, en zeker niet naar het minst gewenste gaan leiden. De studenten kozen hun positie ook letterlijk. De scenario-assen werden met tape op de vloer geplakt, waarna ieder op de plek ging staan die zijn mening weergaf. Dit deden we voor alledrie de varianten. Vervolgens proberen de deelnemers elkaar te overtuigen om zoveel mogelijk een unaniem resultaat te krijgen. Het gevaar van het gesprek over het meest waarschijnlijke scenario is dat er over het meest gewenste scenario gepraat wordt. Dat is ook logisch, want dat meest gewenste scenario moet door de adviezen in stap acht waarschijnlijker worden.

Het meest waarschijnlijke scenario: 'Neo-nomadisme'

✓ Bij de verdeling van de posities is het opvallend dat iedereen aan de 'onderweg-kant' van de *as fysieke mobiliteit* plaats neemt. Het heterogene 'kamp' zegt in het gesprek dat de trends 'afname scheiding werktijd en privé-tijd' en 'toename keuzemogelijkheden rolmodellen en groepsdeelname' al wijzen op de toename van heterogene sociale



Het meest waarschijnlijke scenario: 'Neo-nomadisme', met de verdeling van posities bij het kiezen

mobiliteit. Bovendien zijn, volgens hen, op internet al veel heterogene contacten op basis van kleine overlappen in interesses (Boomen, 2006). Dat zal zich verder doorzetten naar de fysieke omgeving. Het homogene kamp zegt veel werkomgevingen wel heterogener worden, maar dat deze ontwikkeling zich niet doorzet naar het privé-leven.

Meest waarschijnlijke scenario

Van de groepsblog (vrijdag 16 maart):

'(...) Amsterdammers hebben in 2016 veel meer keus om te zijn met wie ze willen zijn op de plek waar ze willen zijn op het moment dat ze daar willen zijn.

Amsterdammers gebruiken in 2016 deze keuze om met *Ons Soort Mensen* (OSM) te verkeren en om plekken waar *Anderen* zijn te mijden.'

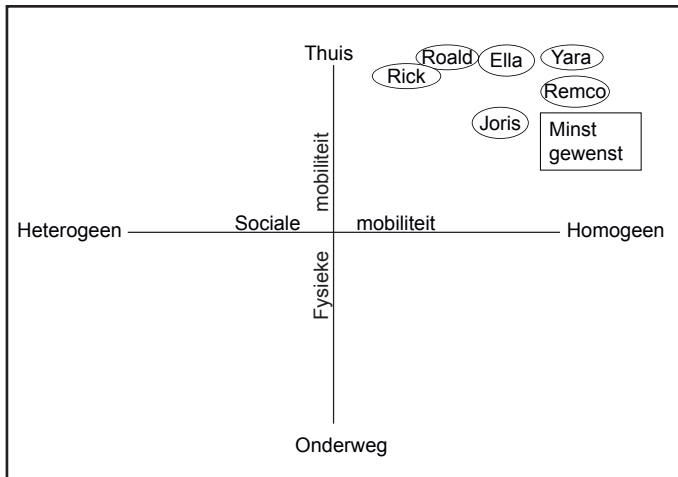
'Openbaar vervoer en publieke ruimte worden meer dan nu een plek waar individuen op doorreis zijn in een persoonlijke *bubble* van elektronische kleding - oordoppen en zonnebrillen, mobiele media en productivity tools. Een bubble waarin ze werken, muziek luisteren, gamen, bellen en chatten. Mensen houden zich bezig met zichzelf en hun persoonlijke apparatuur en blijven voortdurend in contact met de eigen community.'

'De *bubble* geeft informatie over de buitenwereld door voor zover dat wenselijk is voor de bezitter: routes, vertagingen, mogelijkheden om te eten en te shoppen en kansen om leden van de community te ontmoeten. Amsterdammers van 2016 reizen veel, niet om onderweg te zijn, maar om aan te komen op de gewenste bestemming (...).'

✓ De twee kampen komen in dit stadium niet dichters naar elkaar toe hoewel de argumenten over en weer wel serieus genomen worden. De grootste groep blijft in het kwadrant homogeen/onderweg staan. Dit wordt dan ook het meest waarschijnlijke toekomstscenario.

Het minst gewenste scenario: 'Losbandig verbonden'

✓ Zeer eensgezind koos iedereen voor het thuis doorbrengen (lage fysieke mobiliteit) met *Ons Soort Mensen* (homogeen netwerk) als het minst gewenste scenario (zie de figuur hieronder). In het meest waarschijnlijke scenario werd het effect van de persoonlijke bubble beschreven als een filter dat, tijdens het vele onderweg zijn, het contact met het *Ons Soort Mensen*-netwerk toelaat. In het minst gewenste scenario wordt er zelfs niet gereisd en zit men, met deze *Ons Soort Mensen* filter ook nog eens thuis in een soort familie bubble. Dit levert volgens de groep een asociale maatschappij op die niet gewenst is.



Het minst gewenste scenario 'losbandig verbonden'. Iedereen is zeer eensgezind in de keuze.

Van angst naar nieuwsgierigheid?

Ella Gal, aan de heterogene kant, signaleert het volgende: 'De moord op Van Gogh en ook andere gebeurtenissen in de stad, daar zijn mensen echt zo van geschrokken, (...) en dat heeft aan de ene kant de bekende trend van 'Oh nee, er zijn allemaal doodenge mensen: weg, weg, weg!' Maar het heeft ook een ondertrend gecreëerd, volgens mij, die minder zichtbaar is. Het is wat subtieler en minder aanwezig, maar uit zich in dat mensen zeggen: 'Shit, we kennen elkaar eigenlijk helemaal niet, moeten we niet eens iets gaan doen?' En dan krijg je dingen als het 'Hallo buuv', wat een bottum up project is, waarin burens elkaar gaan aanspreken op straat en buurtprojecten gaan doen, zonder dat een deelraad zich er tegen aan bemoeit.' (uit de dialoog getranscribeerd).

Wat Ella een ondertrend noemt, sluit aan op de eerder geïntroduceerde 'sociale nieuwsgierigheid' uit stap 3 fase 1, die een rode draad begint te vormen door de minor heen.

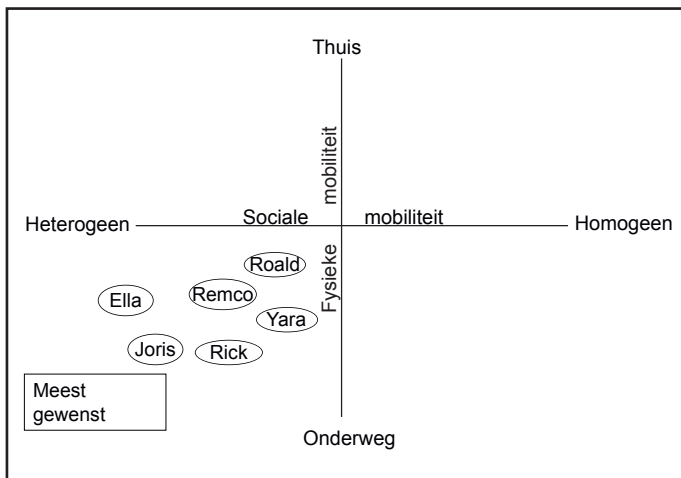


Véél overleg, ook na de verschillende excursies

Het proces en de tussenresultaten

Ouderen thuis of bij de kinderen?

Een interessante discussie ontstaat over de wenselijkheid van een situatie waarin ouderen in 2017 thuis bij hun kinderen wonen en daar verzorging krijgen. Een van de stellingen is dat de zorg in 2017 kwalitatief zo onder de maat is, dat we wel zelf voor onze ouderen moeten gaan zorgen. Goede zorg is dan te duur. Een andere stelling is dat de generatie die over tien jaar verzorging nodig heeft dat niet van haar kinderen wil ontvangen. Deze twee stellingen brengen de discussie op technologie. De ontwikkeling van succesvolle technische hulpmiddelen is een belangrijke katalysator: als ouderen langer thuis willen wonen, moet dat wel haalbaar zijn. Techniek moet dan laagdrempelige oplossingen bieden voor onder andere *monitoring*, makkelijk contact, zorg op afstand en geheugentraining.



Het meest gewenste scenario: 'Origami'. Ook hier is de keuze van de studenten eensgezind

Meest gewenste scenario

Van de blog (vrijdag 16 maart):

'We hebben gekozen voor het scenario 'Hoge fysieke mobiliteit – Heterogene sociale mobiliteit.' Dat wil zeggen: mensen maken in 2017 meer kilometers dan nu en sluiten gedurende hun leven meer en vaker dan nu vriendschappen met mensen met een andere culturele, sociaal-economische en/of professionele achtergrond.

'Dit wordt onder andere aangejaagd doordat werknemers of zelfstandigen vaker met verschillende disciplines en hiërarchische lagen binnen een project werken aan creatieve oplossingen. Tegelijk lopen werk en privé meer door elkaar dankzij *ambient intelligence* en mobiele en virtuele oplossingen. Kortom: Amsterdammers komen in 2017 veel behoorlijk verschillende mensen tegen in wisselende projecten in een situatie waarvan de grens tussen werk en privé steeds vager wordt. En ze reizen heel wat af om deze contacten te onderhouden. (...).'

Het meest gewenste scenario: 'Origami'

✓ Iedereen kiest onmiddellijk voor heterogene sociale mobiliteit en een hoge fysieke mobiliteit. Wat opvalt is dat iedereen vergeleken met het meest waarschijnlijke scenario een beweging maakt naar links en naar onder. Iedereen gaat meer in de richting van heterogene sociale mobiliteit en naar een hoge fysieke mobiliteit. De nuances van bijvoorbeeld Roald en Yara uiten zich vooral in angsten voor een ontwikkeling naar de extremen *heterogeen* en *onderweg*. Dat zou dan bijvoorbeeld betekenen dat het verboden wordt om contacten te hebben met mensen die sociaal-economisch op jou lijken. En dat je geen huis meer hebt vanwege de onbeperkte mobiliteit waarin je overal een slaapkamer hebt. Uit de uitleg van bijvoorbeeld Joris en Ella bleek echter dat zij het heel belangrijk vin-

den dat er nog veel verandert met betrekking tot deze assen, vandaar hun positie dichtbij de extremen. Dit verschil tussen 'er moet nog veel gebeuren' en 'het moet niet te ver doorschieten' is niet tegenstrijdig, het houdt elkaar in balans.

Samengevat

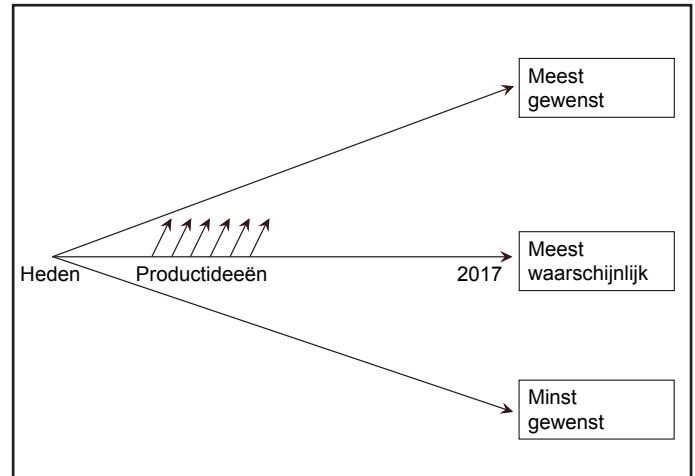
Het verschil tussen het meest gewenste scenario aan de ene kant en het meest waarschijnlijke en het minst gewenste aan de andere kant uit zich op het gebied van de heterogene sociale mobiliteit. Dit voorspelt dat de productideeën zich zullen focussen op het aanwakkeren van 'sociale nieuwsgierigheid', een concept die we al in stap 3 van fase 1 hebben besproken. Voor het uitwerken van de productideeën zijn een aantal relevante trends en thema's overgebleven:

Relevante zekere trends

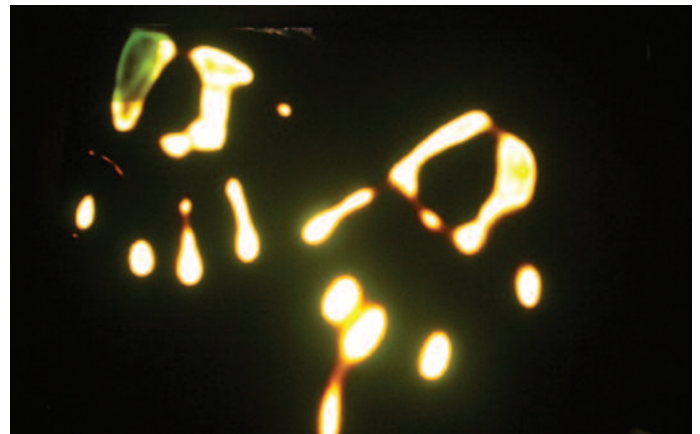
- Vergrijzing (Erf, 2003)
- Toename diversiteit Nederlandse cultuur (Broek, 2004, pagina 570)
- Toename kansen om sociaal netwerk uit te breiden (Kuiper, 2006)
- Ontwikkeling van multifunctionele mobiele apparaten (Meerman, 2005)
- Herkenning door systemen van actueel persoonlijk profiel (Koops, 2007)
- Ontwikkeling van gerichte informatievoorziening (Bouwman, 2000)
- Toename virtueel contact (Schuurman, 2003)
- Toename individu als massamedium (Oosterbaan, 2007)
- Afname scheiding tussen werktijd en privé-tijd (Broek, 2004, pagina 550)
- Toename gepersonaliseerde reclame en media (Leurdijk, 2006)
- Toename *ambient intelligence* (Nieuwegeers, 2005)

Relevante thema's met onzekere trends:

- Burgerinvloed: toename burgerinitiatief
- Ontwikkeling beroepen: toename multidisciplinair karakter



Bijdragen aan heterogene sociale mobiliteit



De toename van virtueel contact is één van de zekere trends

Het proces en de tussenresultaten

Heterogene sociale mobiliteit, uitwerking van het concept

Van de groepsblog (woensdag 9 maart):

Waar hebben we het over als we zeggen dat er in Amsterdam in 2016 sprake is van 'heterogene sociale mobiliteit'?

Na de discussie hierover kwamen we op de volgende uitwerking van dit sociale concept.

Er is sprake van heterogene sociale mobiliteit* als mensen relaties aangaan met (relatieve) onbekenden omdat ze nieuwe overeenkomsten, nieuwe gedeelde belangen of nieuwe gedeelde verlangens vinden.

Heterogene sociale mobiliteit vergt een grondhouding van nieuwsgierigheid, creativiteit en open staan voor het onverwachte. In ons meest gewenste toekomstscenario is het aannemen van deze grondhouding een voordeel of zelfs noodzaak voor veel mensen. Meer Amsterdammers hebben creatiever werk, ze werken vaker in een multidisciplinaire freelance-achtige setting en werk en privé lopen meer dan nu door elkaar. Je moet nieuwe relaties kunnen aanknopen op basis van tot dan toe niet bestaande overeenkomsten met mensen om verder te komen in je werk en je leven.

Heterogene sociale mobiliteit is in potentie een dynamische overbrugging van sociaal-culturele en economische verschillen en maakt nieuwe (sub)cultuur mogelijk.

Alle toepassingen die de studenten ontwikkelen bevorderen op één of andere manier de grondhouding, de vaardigheden en de informatie die nodig zijn voor heterogene

sociale mobiliteit. De voorwaarden voor heterogene sociale mobiliteit ontdekken we in de ontwikkeling van de toepassingen. Het concept zelf moet nog nader uitgewerkt worden.

Het omgekeerde: homogene sociale mobiliteit - vindt plaats als mensen relaties aangaan met (relatieve) onbekenden op basis van reeds bestaande overeenkomsten en reeds bestaande gedeelde belangen of verlangens. Mensen zijn mobiel binnen een redelijk vastomlijnde sociale groep.

(*In Wikipedia staat over sociale mobiliteit: 'Sociale mobiliteit is de mogelijkheid voor een individu, familie of groep mensen om een maatschappelijk hogere positie te bereiken. Dat zouden wij liever sociaal economische stijging noemen. Wij gebruiken een veel algemenere invulling van het begrip sociale mobiliteit: er is sprake van sociale mobiliteit als mensen nieuwe (vriendschaps)relaties aanknopen.')



Eerste schetsen productideeën

4.3.2 Stap 8: Productideeën en adviezen

De tweede periode van tien weken in de minor zijn besteed aan het verzinnen en uitwerken van productideeën die passen bij het meest gewenste scenario. Het iteratieve en in zekere mate participatieve proces bestond uit de volgende onderdelen:

Eerste schetsen

Een brainstormsessie leverde de eerste schetsen van zes productideeën op, van elke student één. In een tweede sessie werden deze ideeën gezamenlijk verder uitgediept.

Productidee

De productideeën werden individueel uitgewerkt in een sjabloon met de gezamenlijk vastgestelde indeling: synopsis, relatie sociaal beleid, relatie met het meest gewenste scenario, aannames, onderzoeksvragen, stakeholders/partners en synergie met de andere productideeën. Deze productideeën werden twee keer gezamenlijk besproken en aangescherpt.

Stappenplan

Elke student heeft een stappenplan gemaakt voor de uitwerking van het productidee in een projectdefinitie en promotiedemo. De studenten werken in koppels (steeds één IAM-student en één CMV-student) om elkaar te helpen bij de uitvoering.

Eerste presentatie aan de opdrachtgever

Op basis van het productidee hebben de studenten een PowerPoint-presentatie gegeven aan de opdrachtgever en feedback ontvangen.

Projectdefinitie

Over de voortgang van het uitwerken van de productideeën werd tweewekelijks gerapporteerd. De feedback op de inhoud vond een-op-een plaats. De studenten schreven een krantenartikel over het succes van de toepassing ergens in de toekomst. Hiervoor interviewt de ene student de andere student alsof ze al in die toekomst zitten.

De promotiedemo

Het ontwikkelen van de promotiedemo ging gelijk op met het schrijven van de projectdefinitie. Voor de theorie van het maken van korte films of presentaties is gebruik gemaakt van het hoofdstuk over de narratieve ruimte uit het boek *Kleine verhalen* van Kees van Haaster (Haaster, 2006) over *digital storytelling*. Voor praktische voorbeelden zijn er een voorgeselekteerde verzameling filmpjes op YouTube bekeken en besproken. Ook de vorderingen van de demo werden tweewekelijks gepresenteerd in onder meer de vorm van het script, het *storyboard* en de te gebruiken afbeeldingen.

Gesprekken eindgebruikers en stakeholders

Elke student heeft zijn idee besproken met minstens een persoon uit de doelgroep en een van de andere stakeholders van de gemeente of uit de markt. Verder is elke projectdefinitie getoetst door een relevante expert.

Proefpresentaties demo's bij Waag Society

De conceptdemo's zijn drie weken voor de eindpresentaties getoond aan drie medewerkers van Waag Society. De feedback daarop is verwerkt in de projectdefinities.

Eindpresentaties en boekpresentatie

De eindpresentaties van de promotiedemo's hebben in de Raadzaal in het stadhuis van de gemeente Amsterdam plaatsgevonden. Daar deed ook 'de kennisambassadeur' voor Amsterdam als kennis- en wetenschapsstad, Erik Gerritsen van de gemeente, een korte inleiding. De methode en het proces werden door Mike de Kreek gepresenteerd. Het boek dat u nu in handen heeft werd daar aan Norbert Krijnen, adjunct-directeur van de Dienst Maatschappelijke Ontwikkeling, gepresenteerd door de dagvoorzitter Michiel Bouwens.

Resultaten

De resultaten die worden beschreven in de projectdefinities komen in het volgende hoofdstuk uitvoerig aan de orde.

5 De toekomstkaart

Elke student heeft in stap acht van fase 3 van de scenariomethode een productidee uitgewerkt tot een projectdefinitie en een promotiedemo. Dit materiaal is ook online beschikbaar via deburgerislos.medialab.hva.nl.

In dit hoofdstuk treft u van elk productidee een krantenartikel uit de toekomst aan, geschreven door een andere student dan de maker van het product. Daarna volgen samenvattingen van de producten (van elke student over het eigen product).

Inhoudsopgave projectdefinitie

Elke student moest zich bij de projectdefinitie houden aan de volgende volgorde:

Voorwoord

Inhoud

Samenvatting

1 Inleiding

1.1 Amsterdam 2017

1.2 Krantenartikel

1.2 Geschiedenis

2 Onderbouwing

2.1 Unieke kenmerken

2.2 Investerings en opbrengsten

2.3 Review Waag Society

3 Projectinhoud

3.1 Beoogd effect

3.2 Projectdoelen

3.3 Producten

3.4 Synergie met andere projecten

3.5 Partners

3.6 Risicomanagement

Kaders demo

De studenten kregen de volgende opdracht voor hun demo:

Je demo laat in maximaal zes minuten een aantal dingen zien, vanuit het perspectief van 'het is er al':

1. Het allerbelangrijkste is waarom het voor de, direct in de interactie betrokken, gebruikers een goed idee is.
2. Dan komt het laten zien waarom het voor de hele groep gebruikers (maatschappij) een goed idee is.
3. Als laatste (misschien overbodig) kun je iets laten zien over waarom het dan voor de investeerders (overheid, instellingen, bedrijven) een goed idee is.
4. Als allerlaatste kun je misschien iets in je demo vertellen over hoe het zo gekomen is. Dat is dus niet expliciet en saai over de aanpak van het project, maar wel een stukje geschiedenis (van de blog).



Naast vele, soms heftige discussies zijn er in de groep ook vaak momenten van grote blijdschap

de Volkskrant

donderdag 27 juni 2013

‘Talk to me’ niet meer weg te denken

Ooit hadden we speeddaten als succesvolle vernieuwende methode om professionals of potentiële partners beter te leren kennen. Daarna kwamen er allerlei soorten datingsites en andere communities waar een match tussen persoonlijke profielen centraal stond bij de beeldvorming over een ander. Na de komst van GPS op alle mobiele telefoons werd *Talk to me* mogelijk, op dit moment de succesvolste personenradar die er is.

**Van onze verslaggeefster
Ella Gal**

AMSTERDAM “Ja, ik vond het wel grappig vorige week”, vertelt Magnus. “Ik stond in de Arena naast wat ik dacht dat een ongelooflijke hooligan was, dus ik voelde me een beetje ongemakkelijk. Maar het mooie was dat die man ook gewoon van pindakaas houdt, wat

ik ook in mijn privé-profiel heb staan. Gelukkig hadden we die allebei aangezet. Hij had het niet eens door, want hij was veel te druk met de wedstrijd, maar ik was toch wat gerustgesteld door dat beeld van die boterham, ha, ha!”

Talk to me wordt in de volksmond ook *de radar* wel genoemd. “Het positieve verhaal van Magnus wordt breed bevestigd, niet alleen door de individuele gebruikers”, weet hoogleraar Sociale Media, Sahin van Malen, van Universiteit-Hogeschool van Amsterdam, te melden. “De publieke ruimte biedt diversiteit genoeg, de match laat alleen zien wat er allemaal voor kleine overeenkomsten tussen jou en die verschillende mensen zit. Blijkbaar is dat genoeg om een andere beleving van die ruimte te sorteren. Bovendien versterkt het zichzelf, want de diversiteit in bepaalde stadsdelen is toegenomen, omdat mensen zich sneller op hun gemak voelen.”



Magnus met zijn radar

Uiteraard waren er tot vier jaar geleden allerlei bezwaren tegen de ontwikkeling van mobiele toepassingen als *Talk to me*. In het verleden van de discussie over illegaal beschouwde sekspraktijken op *Second Life*, werd voornamelijk gewezen op de kans dat jongeren wel eens in vervelende situaties terecht zouden kunnen komen. “Grote kansen voor streakers en pedofielen die zich fysiek keurig voordoen, maar via de nieuwe techniek de vreselijkste voorstellen doen en zichzelf met beeldmateriaal blootgeven”, riep men in de media.

Het is meegevallen, want de ontwerpers van *Talk to me* hebben een sociale controle ingebouwd gebaseerd op het rode vlaggetjessysteem, bekend uit de eerste online communities. Daarnaast heeft de lobby rondom het bevorderen van mediawijsheid, en de ondersteuning daarvan door de gemeente, ertoe geleid dat jongeren geen schade leiden van de radar. “Het feit dat elke jongere weet dat hij of zij samen met andere jongeren invloed kunnen uitoefenen op het voorkomen van dit soort incidenten, overschaduwde de schok van de gebeurtenis zelf”, aldus Van Malen.

“We zijn blij dat we vijf jaar geleden, samen met de ontwikkelaar, zo nauw betrokken zijn geweest bij de voorspellingen over het maatschappelijk effect van dit soort toepassingen”, beweert Roald van Luijk, medewerker Dienst Maatschappelijke Ontwikkeling. “*Talk to me* is niet meer weg te denken uit de maatschappij.”

De toekomstkaart

5.1 Talk to me

Samenvatting

Talk to Me biedt een extra dimensie aan de oriëntatie op onbekenden in de publieke ruimte. Gebruikers zenden in de publieke ruimte persoonlijke kenmerken uit, die ze van elkaar kunnen ontvangen. Hierdoor wordt er meer bekend van elkaar dan aan het uiterlijk af te lezen is. Matching op kleine overeenkomsten zorgt hierbij voor nieuwe verbindingen.

Onze samenleving kenmerkt zich door een grote diversiteit aan mensen. Mensen met verschillende interesses, culturele achtergronden, leeftijden en wensen. We maken steeds meer gebruik van nieuwe media zoals mobiele telefoon, MSN en e-mail. Daardoor zijn mensen zowel fysiek als virtueel mobieler geworden. We reizen steeds eenvoudiger en communiceren makkelijker over grote afstanden.

De grote toename aan community-websites maakt het aan de virtuele kant mogelijk om een persoonlijk profiel te plaatsen en bij te houden. Dit maakt het online mogelijk om met elkaar op zeer specifieke punten te matchen en elkaar te vinden. Allerlei gebruikers maken daar wereldwijd, landelijk, regionaal en steeds meer in steden en buurten gebruik van. Internet biedt daarnaast de mogelijkheid om je als individu aan een groot publiek bekend te maken. Op internet bekijkt men reisverhalen, homevideo's of vakantiefoto's van andere mensen. De heterogeniteit online is groot (Boomen, 2004).

In kleinere, fysieke, ruimtes spelen echter verschillen en overeenkomsten



sten tussen mensen wat betreft mening, interesses, uiterlijk en persoonlijkheid, een andere rol. In de publieke ruimte manifesteren de uiterlijke verschillen zich nu eenmaal sterker dan in de virtuele, online wereld. Maar ook daar zijn zeker latente, impliciete overeenkomsten, ook al zijn ze soms klein en vallen ze niet op. Het zijn de overeenkomsten die ervoor zorgen dat we die verschillen overbruggen. En wat we gemeen hebben met elkaar, bindt ons.



We kunnen interesses of voorkeuren gemeen hebben met mensen waar we het niet van hadden gedacht. Onderweg in de tram, in de snackbar of op weg naar de supermarkt: we zijn vaak in het gezelschap van mensen die we niet kennen en daarom niet aan durven spreken. Als we een praatje maken met deze mensen komen we er regelmatig achter dat deze mensen anders zijn dan we aanvankelijk dachten. Om tot die interessante ontdekkingen te komen moeten we op iemand afstappen. Dit vormt in de huidige maatschappij vaak een drempel en het is vaak ook niet gewenst.

Talk to Me geeft gebruikers dan ook de mogelijkheid om op hun mobiel een profiel aan te maken. Gebruikers kunnen voor zowel zakelijke als privé-aangelegenheden profielen aanmaken. Afhankelijk van de situatie of voorkeur activeert de gebruiker een profiel. Dit profiel kan vervolgens beschikbaar gesteld worden aan andere gebruikers. *Talk to Me* vergelijkt de profielen op overeenkomsten en berekent daarop een score. Een hoge of lage score hoeft niet uit te maken voor de reactie die het teweeg brengt als je uiteindelijk ziet wie het is. De gebruiker komt tot de conclusie dat hij iets gemeen heeft met iemand waar hij het ogenschijnlijk niet van gedacht had. Of er is juist niet die ene verwachte overeenkomst. Het verrassingselement zorgt voor het bindende effect (Paulos, 2004).

Het PAROOL

DINSDAG 24 juni 2014

Tag je rot

**Van onze verslaggeefster
Yara van der Putte**

AMSTERDAM - Ik ontmoet haar in een gezellig appartement in de Indische buurt. Ze zit in de vensterbank en kijkt naar buiten. Ella Gal, de vrouw achter het succes van *Tag Your Street*, is een spontane, zelfbewuste vrouw van eind twintig. Als ik haar vraag naar het ontstaan van de applicatie, die in 2011 op de markt kwam, lacht ze. “Zij daar zijn mijn bron van informatie, enthousiasme en energie geweest.” Ik kijk naar buiten en zie daar een groepje kinderen met hun PDA flitsende bewegingen maken op de muur van een schoolgebouw. “Die kinderen daar buiten die moet je uitdagen! Hier is mijn idee voor *Tag Your Street* ontstaan, zo is het allemaal begonnen. Maar echt geloof me, ik had nooit verwacht dat het zo groot zou worden!”

Met *Tag Your Street* kan iedereen tags plaatsen op gebouwen, in straten, aan huizen, op restaurants en winkels. De tags zijn een soort labels die bestaan uit bijvoorbeeld tekst-, video- en audioberichten.

Alles wat je nodig hebt is je mobiele telefoon, met GPS. Dankzij de verschillende channels kun je jouw interessegebied kiezen: geschiedenis, kunst & cultuur, sport, culinair, streetwise enzovoorts. Je krijgt dan terwijl je op straat loopt de beelden of verhalen door die op een gebouw, boom of winkel zijn getagd. Dit kunnen mensen uit de buurt of officiële instanties zijn. Tijdens een wandeling door de buurt wordt je telkens verrast met informatie. Op straat ontmoeten we Rimme, bijna 17. “Ze kwam op school in de klas vertellen over taggen. Ik vond het echt dope! Onze school was zo’n proefkonijn weet je. Nu tagt iedereen hier in de buurt.’ De jongen laat trots zijn nieuwe blauwe glinsterende PDA zien. ‘Vorige maand ben ik derde geworden bij de tag-battle in de categorie graffiti. Deze heb ik gewonnen, iedereen wil hem zien, er zijn er maar vijf van in Nederland.’ Als ik hem vraag wat er zo cool is aan taggraffiti kijkt ‘ie me geamuseerd aan. ‘Vroeger werd je weggestuurd weet je, als je op straat hing met je matties en de muren versierde met vette swung. Nu kunnen ze je niets maken. Zelfs mijn moeder is er mee begonnen, vaag man, ze pimpt samen met de buurvrouwen de straat op met plan-

ten en bloempotten met haar PDA, mijn ouwe. Daar zijn ook van die wedstrijden voor nu. Ik help d’r wel hoor.”

Tegenwoordig wordt er elke drie maanden in Amsterdam een evenement georganiseerd waarin bewoners van een wijk het opnemen tegen bewoners van een andere wijk. Ella laat mij de nieuwste posts op de tagsite zien. Met taggraffiti ‘versieren’ jongeren de muren en straten, huisvaders strijden om de kekste recepten en ouderen houden een verhalenwedstrijd over herinneringen van de wijk. De afgelopen jaren is het uitdragen van het



Taggen met je PDA

‘Amsterdammerschap’ sterk toegenomen, mede dankzij *Tag Your Street*. De Tag-battles hebben geleid tot actieve bewoners die trots zijn op hun buurt. ‘Wat begon als een lokaal straat-evenement, groeide al snel uit tot een begrip in Nederland!’, vertelt Ella mij trots.

Pubers waren de trendsetters - zij hangen veel op straat met vriendjes en vonden het spannend om tegen elkaar te taggen. Daarna volgde het uitgaanspubliek, dat op hippe kroegen hun mini-recenties achterlieten. Afhankelijk van het channel waar je lid van was kon je lezen of een kroeg geweldig was of juist helemaal niks. Toen de stad Amsterdam informatie op de Dam, het Rijksmuseum en de tramhaltes tagde volgden de toeristen en dagjesmensen. Daarna werd *Tag Your Street* snel een begrip.

Wat heeft de toekomst in petto voor Ella? ‘Ik kijk uit naar de landelijke battles die 15 augustus plaatsvinden. Alles voor bevordering van de cohesie in de buurt en nu dus ook in het land, het uitdragen van de verschillende identiteiten en het delen van informatie!’ Ella sluit het interview af met haar motto: ‘*Sharing is happiness!*’

De toekomstkaart

5.2 Tag your street

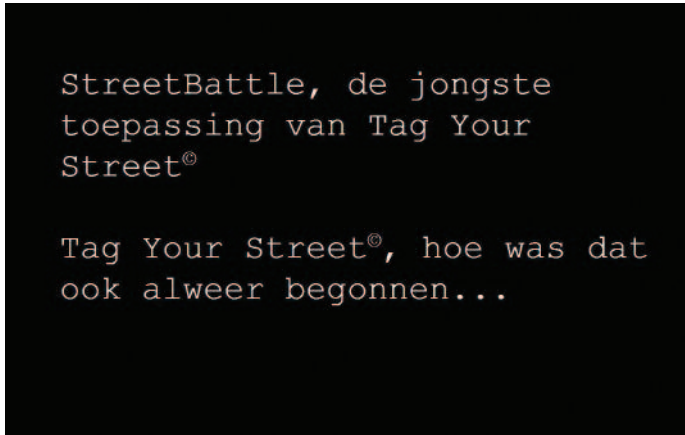
Samenvatting

Tag Your Street (TYS) werkt met het idee dat veel Amsterdammers, vooral jongeren en kinderen, zich vaak op straat bevinden en daar veel over kunnen en willen vertellen.

Kinderen verkennen bijvoorbeeld hun steeds groter wordende wereld, eerst thuis, een beetje daaromheen en gaan dan steeds meer naar buiten om daar met vrienden de buurt te ontdekken en daar te spelen. Jongeren spelen niet meer buiten maar bevinden zich daar ook vaak vanwege het reizen naar school, werk, uitgaan etcetara. Ook omdat ze niet altijd met hun ouders thuis willen zitten, maar liever met vrienden ergens anders, vaak buiten.

Tag Your Street is een applicatie op mobiele telefoons waarmee de gebruiker op het moment dat hij bij een locatie staat dat kan aanmerken op GPS en haar of zijn verhaal daarover daar aan kan linken. De informatie blijft locatiegebonden en kan dus worden gevonden als iemand anders met de TYS-applicatie langsluip. Op dat moment kan hij daarop worden geattendeerd.

StreetBattle, de jongste
toepassing van Tag Your
Street®



Tag Your Street®, hoe was dat
ook alweer begonnen...

Om de informatie te verzamelen krijgen kinderen in groep zeven en acht van de basisschool en de eerste drie jaar van de middelbare school, daar in de klas les over. Dat kan worden geïntegreerd in verschillende vakken. Als zij met de applicatie bekend zijn, kunnen zij dat weer overdragen naar hun ouders. Doordat de kinderen daar op school mee te maken krijgen wordt het een vaardigheid waar zij ook daarbuiten gebruik van kunnen maken. Dat wordt gestimuleerd door 'tagwars' waarbij jongeren uit verschillende buurten rondom een thema over elkaar heen gaan taggen, om over hun buurt op te scheppen en anderen te dissen. In dit geval wordt alles elke maand verwijderd en komt er een nieuw thema.

Om een beetje orde te scheppen in de informatiechaos en zodat de gebruikers kunnen kiezen waar op te worden geattendeerd heeft TYS-channels. Zo kan iemand ervoor kiezen om de channel 'anekdotes' aan te zetten zodat hij of zij op verschillende persoonlijke verhalen kan worden gewezen. Daarnaast bestaan channels als 'recensies', waar mensen hun mening over bepaalde horecagelegenheden, culturele instellingen etc kunnen noteren. Ook zijn er twee channels met informatie van instellingen zoals horecagelegenheden en culturele instellingen. Daarmee kunnen zij mensen informeren over de openingstijden, evenementen etc. De gemeente heeft een channel waar met behulp van het Gemeentearchief de feitelijke geschiedenis van verschillende locaties en gebouwen in de stad bekend wordt gemaakt.

Doordat kinderen en volwassenen informatie over hun buurt geven gaan zij ook met andere ogen naar bepaalde delen van hun buurt kijken. Onbekende plekken krijgen een invulling. Daarbij kunnen mensen die van buiten komen informatie krijgen over de buurt die hij of zij anders niet zou hebben gekregen. Zo wordt de buurtbewoner een beetje toerist en bezoeker een beetje buurtbewoner. Dit draagt niet alleen bij aan de verbindingen tussen mensen onderling en tussen mensen en buurten, maar aan het culturele bewustzijn, wat hoog op de politieke agenda staat (MINOCW, 2004).

Er was eens... een succesverhaal

Leven ouderen en jongeren echt compleet langs elkaar heen?', kopte Trouw van 3 februari 2007. Omdat er meer ouderen dan jongeren zijn in Nederland leven ouderen steeds vaker in een vergrijsde stad. Sommigen hebben maar weinig contact met jongeren. De gevolgen zijn niet mis: angst voor de wereld buiten de eigen vergrijsde wijk, weerstand tegen de 'zorg op afstand' die het tekort aan verpleegkundig personeel moet oplossen, vervreemding van de wereld waarin jongeren leven. Dat is niet goed, vindt minister De Jong van Vergrijzing en Participatie. 'De maatschappij heeft ouderen nodig die meegaan met de tijd en deelnemen aan de maatschappij. Anders wordt de minderheid van jongeren op den duur de dupe van de behoudzucht van ouderen.'

Van onze verslaggever Remco Krams

AMSTERDAM - De doemscenario's zijn anno 2011 gelukkig niet uitgekomen. Een slimme verbinding tussen de twee groepen levert de oplossing. Het project *Er was eens...* zorgde er het afgelopen jaar weer voor dat duizenden scholieren op een positieve manier in aanraking kwamen met ouderen.

"Oh, hoe deed je dat nou?", vraagt de 78-jarige Katrien aan Tim die behendig geluid onder een video monteert. "Dat is toch simpel, kijk maar." Tim vliegt met zijn vingers over de laptop en Katrien knikt belangstellend. Inmiddels werkt Katrien al bijna drie maanden samen met een groepje jongeren van het Regio College te Zaandam aan een videoverslag van haar leven. "Ik werd benaderd door iemand die vroeg of ik mee wilde werken aan een schoolproject. Dat leek mij een hartstikke leuk iets, vooral omdat ik geen kleinkinderen heb en daardoor weinig in contact kom met scholieren. We begonnen met een leuk gesprekje om kennis te maken en nu zijn we hard op weg

om mijn jeugdfoto's en video's vast te leggen. Ik leer nu ook allemaal nieuwe dingen over technologie, bijvoorbeeld wat scannen is en wat je tegenwoordig allemaal met een computer kan. Natuurlijk is het allemaal nog wel een beetje te ingewikkeld om zelf te doen en die jongeren gaan allemaal zo snel, he. Haha...kuch."

Er was eens... is bedacht door Yara van der Putte in 2007. "Al die ouderen hebben zo'n rijke persoonlijke geschiedenis, het is toch zonde als die verloren gaat. Het zou van grote waarde zijn voor Amsterdam wanneer we de herinneringen van onze ouderen zouden kunnen vereeuwigen met behulp van nieuwe media. En wie zijn er nou beter bekend met nieuwe media dan jongeren?", zegt ze. De komst van Maatschappelijke Stages gaf het project een duw in de rug en dat gaf de jongeren die nog een beetje ouder schuw waren een goede motivatie om mee te werken aan het project. Ze krijgen er immers een cijfer voor en ze heb-

ben een leuke stage.

Tim: "We begonnen met een kennismakingsgesprek waarbij we ons voorstelden en ook uitlegden wat we van plan waren. Zo vertelden we dat we een videoverslag van haar leven konden maken. Mevrouw van der Tocht vond dit toen een erg leuk idee. De volgende keer kwamen we langs om samen met haar wat spulletjes over haar leven te verzamelen, nooit geweten dat ouderen zoveel leuke spullen hebben zeg! En die antieke apparatuur! We zijn toen bijna elke dag bij haar op bezoek geweest om verder te werken aan het verslag. We hebben altijd een speciaal koffertje mee met daarin bijvoorbeeld een LP recorder om platen te digitaliseren, een computer en een scanner. Wat ik minder leuk vond? Nou, we moeten nu nog een werkstuk schrijven en aan het eind moet iedereen een

spreekbeurt houden en daar ben ik niet zo goed in."

Via de communitysite van *Er was eens...* krijgen ouderen en jongeren informatie over het programma, tevens kunnen zij de eerder gemaakte creaties bekijken. 'Veel mensen en vooral de ouderen ervaren die ouderwetse maar karakteristieke website als een verademing ten opzichte van al die flitsende mobiele apparaten die tegenwoordig zo populair zijn. Ik sprak laatst een oude heer die het erg kon waarderen dat hij alleen thuis met een koffie en een koekje door de site kon bladeren', zegt Van der Putte.

Volgend jaar wordt *Er was eens...* landelijk ingevoerd. 'Volgens het uitgebreide kwalitatieve onderzoek ervaren zowel ouderen als jongeren het als een leerzame ervaring en zeggen meer begrip en respect voor elkaar te hebben gekregen', aldus minister de Jong. 'Het door het Amsterdam Historisch Museum georganiseerde *Er was eens...*-weekend trok dit jaar ruim 50.000 ouderen en jongeren.'



Communitysite van *Er was eens...*

De toekomstkaart

5.3 Er was eens...

Samenvatting

In *Er was eens...* ligt een unieke kans om herinneringen van ouderen en de vaardigheden en van jongeren samen te brengen en de kloof tussen beide groepen te overbruggen.

Door de snelle technologische ontwikkelingen van de afgelopen decennia is er veel informatie voor iedereen toegankelijk geworden. Internet biedt onuitputtelijke informatie over elk willekeurig onderwerp. Deze ontwikkeling heeft ook tot gevolg dat niet iedereen mee kan gaan met de snelle veranderingen. Ouderen zijn wel al op internet te vinden als gebruiker (consument) maar maken nog niet zoveel gebruik van alle mogelijkheden die er tegenwoordig zijn.

Er was eens... maakt gebruik van technologische ontwikkelingen waarin nieuwe media een grote rol spelen, zoals het digitaliseren van klassieke/oude media: de oude foto's van de Pijp, liedjes uit de Jordaan, verhalen over vroeger, de verborgen schatten van Amsterdam. Het 'herleven' van privé materiaal (klassieke media) is een mooi voorbeeld van een activiteit waarin verborgen verhalen weer tot leven gewekt worden. Het brengt de eigenaar even terug in de tijd.

Ouderen hebben vaak niet meer de mogelijkheid dit materiaal te bekijken en te beluisteren. Scholieren leggen in *Er was eens...* deze verhalen, liedjes, foto's, beelden en geluiden van ouderen vast. De onderwerpen kunnen gaan over Amsterdam, familiegeschiedenis, de opbouw van hun wijk, de oorlog en de dingen van alledag, het leven van vroeger.

Scholieren leren het beste hoe de maatschappij in elkaar zit door te doen. Met de invoering van de *Maatschappelijke Stages* binnen het voortgezet onderwijs ligt er een uitdaging jongeren te betrekken het programma. Bij *Er was eens...* worden jongeren enthousiast gemaakt om informatie van ouderen

te verzamelen en vast te leggen op uiteenlopende manieren. Met een portfolio die jongeren in drie maanden maken van ouderen worden er verhalen en materialen verzameld. Bij het digitaliseren van LP naar *iPod*, van 8mm-film naar dvd, het digitaliseren van klassieke media, wordt een digitaal collectief geheugen vastgelegd. Scholieren kunnen hierbij gebruik maken van hun vaardigheden op het digitale vlak en deze verder verbreden en uitwerken.

In *Er was eens...* werken oud en jong intensief samen waardoor begrip, aandacht, wederzijdse kennisoverdracht en multiculturele kennismaking wordt gestimuleerd. Deze aspecten hebben een maatschappelijk belang voor de stad Amsterdam. De wederzijdse beeldvorming tussen oud en jong zal positief beïnvloed worden. Dit zal effect hebben op contacten tussen beide groepen en te voelen en te zien zijn in het klimaat op straat.

Het terugbrengen van herinneringen door materialen weer tot leven te wekken is een interessant en uitdagend onderdeel van het programma. Voor jongeren zullen hun nieuwsgierigheid, onderzoekende houding en opdracht vanuit school een *drive* zijn. Ouderen worden gestimuleerd mee te doen door de aandacht die ze krijgen en hun rol binnen het project. Ze willen dolgraag hun verhalen delen, al was het maar voor die ene keer.... *Er was eens...* wordt in samenwerking met het Voortgezet Onderwijs en Zorg en welzijnsinstellingen tot stand gebracht. Binnen dit project wordt er verder een beroep gedaan op Dienst Maatschappelijke Ontwikkeling voor de kennis over ouderenorganisaties en wijksteunpunten.



Het PAROOL

MAANDAG 25 januari 2016

1001 PickUpLines

**Van onze verslaggever
Rick van der Valk**

AMSTERDAM - Tijden van tijdrovend en onpersoonlijk openbaar vervoer zijn met de PickUpLines inmiddels lang vervlogen. De eerste digitaal ondersteunde opstaplijnen, mogelijk gemaakt door een geavanceerd interactief systeem, verschenen in 2010 en inmiddels zijn de ‘gezellige’ busjes niet meer weg te denken.

“We zijn eerst een pilot begonnen met duizend busjes maar al snel moesten we uitbreiden naar meer vanwege de enorme populariteit”, aldus Joris Hulsbosch, de bedenker van het systeem. De succesformule zit hem vooral in de combinatie van de beste elementen van bestaand openbaar vervoer. Vanaf een kritieke massa maakt het interactieve systeem het mogelijk om het vervoer perfect op de behoeften van de reizigers af te stemmen.

‘Het logistieke systeem, gebaseerd op een nieuw genetisch algoritme, berekent telkens voor groepjes reizigers de optimale route. Per persoon zijn het moment van aanmel-

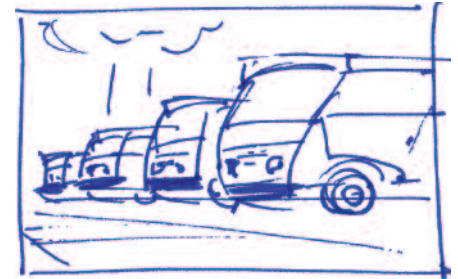
ding, opstapplaats en de uitstapplaats belangrijke parameters. De route hangt verder nog af van allerlei verkeersinformatie’, zegt Bert Nijman, logistiek expert. De problemen zoals hoge kosten, lege bussen, vandalisme en de verlieslijdende Opstapper zijn eigenlijk dankzij nieuwe media opgelost. Door technieken als plaatsbepaling met GPS, points of interest en betaling via de OV-chipkaart is het gebruiksgemak vergroot. De chauffeurs zijn voor een deel vrijwilligers, wat scheelt in de loonkosten.

Tegenstanders van de dienst vreesden fileproblemen en drukte in de binnenstad. Maar het aantal privé-auto’s in de binnenstad neemt sinds enige tijd zienderogen af. Mensen lijken de PickUpLines te verkiezen,



boven de auto, omdat parkeren duur is, je lang moet zoeken naar een parkeerplek en je moet lopen van parkeerplaats naar bestemming. De PickUpLine zet je voor de deur af. En daarnaast heeft de gemeente transferia gebouwd aan de rand van de stad.

Er is niet één specifieke doelgroep aan te wijzen die gebruik maakt van de PickUpLines: jongeren, forensen, ouderen, iedereen die op de plaats van bestemming afgezet wil worden en bereid is daarvoor te betalen. Forens Eddie Marsman maakt vrijwel elke dag gebruik van het systeem. “In de metro voel ik me ’s avonds niet op mijn gemak en in de PickUpLines kun lekker met je laptop werken. Door de kleinschaligheid heb je ook snel contact met medereizigers, het is niet zo onpersoonlijk. Dit werkt helemaal goed als je een van je Talk to me profielen aanzet op het moment dat je aanmeldt



voor een ritje. Dan weet je namelijk al wat over de mensen waarmee je reist.”

Uit een onlangs gehouden enquête onder reizigers blijkt over het algemeen dat zij dik tevreden zijn over de dienst. Verbeterpunten liggen vooral op het gebied van oppiksnelheid, prijs en persoonlijke relevantie van medereizigers. Voorlopig ziet het er naar uit dat er steeds meer traditionele taxi’s ‘omgaan’, als gevolg van de slimmere PickUpLines. ‘Eerlijk is eerlijk’, zegt chauffeur Matt. ‘Vroeger stonden we op dat ene lange ritje te azen bij het CS. Toen kwam de politie ons een ‘handje helpen’ om iedereen mee te nemen. Nu heb ik daar allemaal geen last meer van in mijn busje. Ik maak meer kilometers en lach me rot met die gezelligheid achterin.’

De toekomstkaart

5.4 PickUpLines

Samenvatting

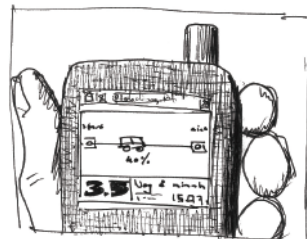
Om aan de groeiende vraag naar fysieke mobiliteit te voldoen en contact tussen verschillende mensen in de stad te bevorderen, is er naast metro, tram en trein een nieuwe vorm van openbaar vervoer: namelijk de PickUpLines. Het zijn kleine busjes die (groepjes) reizigers oppikken en naar hun bestemming brengen.

Via mobiel internet en GPS geeft een gebruiker aan waar hij zich bevindt en naartoe wil. Een centraal systeem verzamelt van alle gebruikers hun locatie en bestemming, en verzint op slimme wijze routes voor groepen en individuen die bij elkaar in de buurt zijn en de zelfde kant op willen. Binnen de stad zijn dynamisch gegenereerde 'lijnen' waar kleine busjes rijden en gebiedjes of wijken waar ze naartoe gaan. Reizigers worden voor de deur opgehaald, en voor de deur van hun bestemming afgezet.

Chauffeurs van PickUpLines-busjes ontvangen gegevens waar reizigers zich bevinden, halen ze op en brengen ze naar hun bestemming. Er zijn geen standplaatsen voor taxi's meer, maar een doorlopende carousel van vertrek en aankomst van busjes. Het openbaar vervoer komt dus naar de gebruiker toe, in plaats van andersom, met betrekking tot plaats en tijd. Het voorkomt onbereikbare gebieden, waardoor er geen illegale taxi's meer hoeven te bestaan.

De gebruiker wordt via zijn mobiel op de hoogte gehouden van de voortgang van zijn reis. Het geeft constant aan waar hij zich tijdens het overstappen heen moet verplaatsen, van bijvoorbeeld treinperrons naar PickUp-plaatsen. Doordat via GPS zichtbaar is waar reizigers en busjes zich bevinden, wordt gemonitord of gebruikers tijdig opgehaald worden en de vervoerder haar taak goed vervult.

Betalen gaat met behulp van de OV-chipkaart, die in alle busjes gebruikt kan worden. Er wordt gelogd of de reiziger zijn OV-chipkaart correct gebruikt, of misbruikt. Door gedeelde kosten van een ritje met anderen in je busje is het voordeliger om met anderen samen te reizen en het maakt het vervoer goedkoop. Wanneer je solo-vervoer wilt, betaal je dus meer voor je ritje.



Het projectidee combineert elementen van taxi's (*door2door*-vervoer), multi-ov-middel planning van 9292OV.nl, *TomTom's* dynamische routeplanning, de belbus die alleen komt indien nodig en de treintaxi/deeltaxi: de gedeelde taxi op bestelling. Het voorkomt taxioorlogen, wachten bij standplaatsen, onbereikbare gebieden en het zoeken naar vervoer en haltes.

Door kleinschalig vervoer in busjes ontstaan sneller contacten tussen verschillende mensen. Er is geen sprake van massaal en anoniem openbaar vervoer zoals de metro of tram, waardoor mensen reizen veiliger ervaren. Daarnaast speelt het in op de groter wordende behoefte om zich meer en makkelijker te verplaatsen. Het project draagt bij aan een schonere stad, omdat er meer mensen samen in een voertuig zitten en de busjes energiezuinig zijn. Het is goedkoper, omdat gebruikers de kosten delen. Mensen die zich moeilijk kunnen verplaatsen krijgen nu de mogelijkheid om dat wel te doen, tot aan hun voordeur.

TCA, GVB en *Connexxion* zorgen in samenwerking voor het aanbod van vervoer. Transferia aan de rand van de stad en De Nederlandse Spoorwegen zorgen voor gemakkelijke mogelijkheden om over te stappen op de auto of trein. 9292OV beheert het systeem dat reizigersgegevens verzamelt en routes genereert voor busjes. Bestaande *Telecom Operators* zorgen voor de mobiel (van mobiel internet).

vrijdag 6 juli 2012

DE TELEGRAAF

T7

Mysterieus leven niet nodig met Mystery Guest

door Roald van Luijk

AMSTERDAM - Nieuwe media hebben er voor gezorgd dat we steeds meer, steeds vaker en op steeds meer plekken met elkaar in verbinding zijn. Dat betekent echter niet dat we ook sneller contact maken of dat het onderlinge begrip voor elkaar toeneemt. In Amsterdam wil het gemeentebestuur hier iets aan doen. “Nieuwe media kunnen ons helpen de boel bij elkaar te houden”, zei burgemeester Job Cohen vorige maand in zijn afscheidsspeech. Met het spel *Mystery Guest* lijkt dat wederom realiteit te worden.

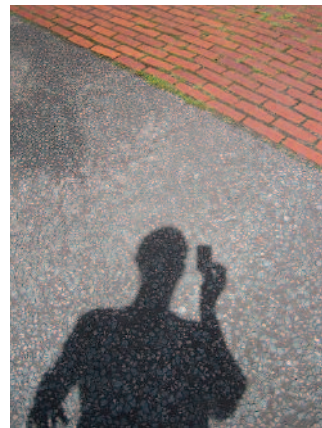
Mystery Guest kan zowel op de mobiele telefoon als de computer gespeeld worden. *Mystery Guest* brengt mensen van verschillende achtergronden bij elkaar. Aan *Mystery Guest* doen momenteel 10000 jongeren mee. Deelname aan *Mystery Guest* is verbonden aan de XXXS-pas, die de gemeente gratis aan elke jonge Amsterdammer geeft.

“Het is de kick om een *Mystery Guest* vrij te spelen. Als het dan geen interessant iemand is dan begin ik meteen aan een nieuwe. Maar soms dan vind je het leuk om samen iets te doen”, meldt

Anita Stijnen. Anita zit op de havo. Laats was ze met haar *Mystery Guest* naar een dansvoorstelling gegaan. “Heel gezellig gewoon. Ik had Fatima anders niet ontmoet. Ik heb haar nu in mijn gewone MSN buddylist opgenomen”, aldus de enthousiaste scholiere.

Twee deelnemers aan *Mystery Guest* worden in contact gebracht met elkaar op basis van verschillen in hun profiel. Door middel van slim vragen stellen via de chatfunctie in *Mystery Guest* probeer je erachter te komen wie de ander is. Langzaam aan wordt het profiel

van de ander zichtbaar. Deelname aan *Mystery Guest* levert al meteen allerlei kortingen op voor concerten, theatervoorstellingen en andere culturele evenementen. Heb je jouw *Mystery Guest* geraden en ga je samen naar een voorstelling dan wordt dat extra beloond. “Ook zonder dat mensen echt iets met elkaar gaan ondernemen werkt het spel. Je krijgt neemt toch een kijkje in iemands leven, wat voor werk of studie mensen doen, op welke plekken ze graag komen, muzieksmaak, dat soort dingen. Na een



aantal *Mystery Guests* kijk je met andere ogen naar de mensen op straat. Je herkent jouw *Mystery Guests* in willekeurige voorbijgangers. Oh, dat is er vast zo een. Het werkt geruststellend.”

En dat is één van de doelen van het spel: bevolkingsgroepen en subculturen komen meer van elkaar te weten. Waar andere systemen vooral op overeenkomsten matchen, matcht *Mystery Guest* op verschillen. Het stelt je in staat om mensen met een compleet andere achtergrond te ontmoeten.

Mystery Guest botste bij de introductie op enig verzet. “Niemand wil toch met andersdenkende mensen omgaan?”, aldus mediacriticus Bert Schavemaker. Maar het tegendeel lijkt bewezen met het grote succes van *Mystery Guest*. Spel, spanning, nieuwe contacten en korting blijken een gouden combinatie. Of ze het nu voor het spelletje of voor de ontmoeting doen – jongeren zijn massaal bezig om het profiel van hun *Mystery Guest* ‘vrij te spelen’ op hun mobieltje.

De toekomstkaart

5.5 Mystery Guest

Samenvatting

Vanaf januari 2007 houden wij studenten en docenten binnen de minor "Sociale kracht van Interactieve Media" ons bezig met het Amsterdam van de nabije toekomst anno 2015. Hierin bedenken en ontwikkelen wij ieder een ICT-toepassing met als doel de stad voor zijn inwoners zo leefbaar mogelijk te houden. In het meest gewenste scenario is er sprake van een hoge fysieke mobiliteit en een heterogene sociale mobiliteit. Er is sprake van een heterogene sociale mobiliteit als mensen relaties blijven aangaan op basis van nieuwe overeenkomsten of nieuwe gedeelde belangen of verlangens.

Als basis voor het product *Mystery Guest* dient een Amsterdams digitaal sociaal netwerk waarin vrienden en contacten kunnen worden bijgehouden. Alle jongeren die inwoner zijn van Amsterdam hebben de jongerenpas en kunnen zich aanmelden voor het netwerk. Zij hebben de keuze om mee te doen aan het spel. Wanneer zij meedoen komt er steeds één *Mystery Guest* in de contactenlijst beschikbaar. Deze *Mystery Guest* wordt op je gematcht op basis van verschillen. Deze verschillen zijn onderverdeeld in: etnische achtergrond, leeftijd, wijk, sociaal milieu, religie en beroep/opleidingsniveau.

Door te communiceren met de *Mystery Guest* wordt stukje bij beetje zijn/haar profiel zichtbaar. Tijdens het chatten is de bedoeling drie persoonlijke kenmerken zoals sport, muziek en lievelingskleur te raden. Als het gehele profiel zichtbaar is geworden wordt deze automatisch aan de contactenlijst toegevoegd. Dit levert social credits op waarmee je leuke nieuwe features in het systeem kunt unlocken. Degene die één of meer kenmerken van de ander goed raadt verdient extra punten. Het is mogelijk een cheat te doen; alvast een stukje profiel bekijken. Een ander voorbeeld is de notifier die een melding geeft wanneer een *Mystery Guest* fysiek bij je in de buurt is.

Onder actieve 'MG-ers' worden maandelijks prijzen weggegeven zoals kaartjes voor evenementen. Verder kun je de social credits die op je pas staan inwisselen voor kortingen in bepaalde uitgaansgelegenheden. Wanneer je besluit samen met je *Mystery Guest* uit te gaan wordt je daarvoor extra beloond.

Op willekeurige plaatsen in de offline wereld kun je footprints achterlaten. Dit gebeurt door elektronische tag achter te laten met een mobiele telefoon met GPS. Zo kan men zien op welke plekken de *Mystery Guest* is geweest, en waar deze voor het laatst is gespot. Uiteindelijk is het de bedoeling de *Mystery Guest* in levende lijve te ontmoeten, maar dit is niet verplicht.



Als de *Mystery Guest* vrijgespeeld is wordt er weer een nieuwe *Mystery Guest* op je gematcht. Het is pas mogelijk een *Mystery Guest* te verwijderen als deze al in je sociale netwerk is toegevoegd.

Door een dergelijk platform te bieden kan de gemeente op speelse wijze zijn inwoners aansporen contacten te leggen binnen andere 'groepen'. Het wij-gevoel onder Amsterdammers wordt versterkt. Door geen profielgegevens te tonen worden eventuele vooroordelen of verschillen weggelaten. Nieuwsgierigheid wordt beloond met een puntensysteem waarmee interessante kortingen te behalen zijn. Zodoende wordt er een houding gecreëerd die het mogelijk maakt van een homogene sociale mobiliteit naar een heterogene te sturen.

De IJlander

MAANDAG 20 juni 2011

Waar eten we?

Iedereen weet dat koken en eten een sociale bezigheid is. Dus waarom zou je dit niet inzetten om verschillende mensen in Amsterdam met elkaar te laten kennismaken? Dat is wat *Who's Cookin'?* doet.

Door **Joris Hulbosch** - "Je hebt vaker zin om culinair te eten dan om uitgebreid te koken", aldus Remco Krams, bedenker van het project. "Met *Who's Cookin'?* schrijf je je tot een paar uur van te voren in op een heerlijk diner naar keuze. Onze diners zijn een belevenis – spannend, culinair en geen gedoe met voorbereiden. Alles wat je nodig hebt is een laptop of mobiel. En ja, je moet even langs de winkel voor ingrediënten."

Enthousiaste amateur-koks wisselen op de website recepten, lokaties en adresjes van culinaire winkels uit. Zij vormen de drijvende kracht achter de community.

"Zij plaatsen een dinerthema en locatie op de site, bijvoorbeeld Italiaans, waarna anderen zich er op kunnen inschrijven", zegt Krams. "Die gebruikers brengen zelf de ingrediënten mee naar het buurthuis of een andere openbare afgesproken locatie. Daar wordt samen het gerecht klaargemaakt."

"Wat dit project vooral uniek maakt is de spontaneiteit waarmee het gebeurt. Met je mobiele telefoon kun je een event uitkiezen en je erop inschrijven." De locatie van het event wordt pas ná inschrijven bekend gemaakt. "Op deze manier weren we ongewenste deelnemers aan een *event*. *Who's Cookin'?* vereist wel een stukje vertrouwen in elkaar. Niet iedereen gaat zomaar met wildvreemden aan tafel." Ook de inzet van vrijwilligers die de *events* duidelijk en strak organiseren draagt bij aan het vertrouwen. Je kunt met *Who's Cookin'?* ook

geen mensen thuis uitnodigen. Die afbakening schept vertrouwen, waardoor meer mensen durven deel te nemen aan *events*.

Who's Cookin'? is gestart vanuit de gedachte dat we wat moeten doen met de enorme diversiteit in Amsterdam. Er zijn veel culturen vertegenwoordigd, met allemaal hun eigen ideeën en denkbeelden, én: gerechten. Er wordt wel door meer groepen georganiseerd om samen te gaan eten, maar dat zijn meestal vriendenclubjes en veel mensen willen niet te veel geregeld. Door onze slimme site heb je binnen een paar muiskliks het recept, de inkoop en de vrienden geregeld die meekoken. Die 'vrienden' moet je zien als je *Hypes* of *MySpace* vrienden.

Maar wat beweegt mensen ertoe om hieraan deel te nemen? "Veel van de deelnemers zijn mensen die zich graag openstellen voor contact met andere mensen. Veel singles, maar ook ouderen schrijven in. We willen ons ook gaan richten op ouders met kinderen. De kinderen spelen met elkaar en de ouders hebben even hun handen vrij."

Soms worden diners georganiseerd rond een gespreksthema. "Dat geeft veel mensen een extra reden om deel te nemen. Over talloze onderwerpen willen velen maar al te graag hun mening kwijt. Op internet kan dat volop – gebruikers kunnen voor en na een diner chatten met elkaar – maar het doel is *face-to-face* contact, en wij bieden daar een platform voor."



De toekomstkaart

5.6 Who's cookin'?

Samenvatting

In de niet te verre toekomst zijn de inwoners van Amsterdam veel onderweg en komen ze steeds vaker in contact met andere mensen. Om deze ontwikkeling te stimuleren en te faciliteren werd *Who's Cookin'?* bedacht. Bij *Who's Cookin'?* draait alles om de kookevenementen. Op deze evenementen wordt er samen gekookt, gegeten en recepten uitgewisseld. Koken is het bindingsmiddel tussen de gebruikers. Het uiteindelijke doel dat *Who's Cookin'?* hoopt te bewerkstelligen is dat mensen met verschillende achtergronden vaker met elkaar omgaan, meer van elkaar weten en meer begrip voor elkaar krijgen.

Een kookevenement bij *Who's Cookin'?* kan er zo uit zien: Er wordt een kookevenement georganiseerd, het thema is Italiaans. Zes deelnemers melden zich aan voor het evenement. Elke deelnemer kiest zelf het gerecht dat hij/zij wil klaarmaken, de enige voorwaarde is dat het bij het thema past. De deelnemers ontmoeten elkaar vervolgens op de afgesproken plek (in dit geval een buurtcentrum) en gaan samen koken. De organisator begeleidt het evenement en heeft vanwege het thema een Italiaanse film meegenomen, deze wordt onder het eten gedraaid. Aan het einde van het eten wordt er nog even nagetafeld. Vervolgens gaat iedereen naar huis.

Gezamenlijk eten is een goede manier om meer te weten te komen over elkaar (Korthals, 2002). Eerdere soortgelijke initiatieven zoals de hospitality diners van het Ramadan festival en het interculturele kookspektakel in Leiden, hebben daarnaast aangetoond dat dit soort evenementen - mits goed uitgevoerd - succesvol kunnen zijn in het samenbrengen van mensen met verschillende achtergronden.

Nieuwe media spelen een belangrijke ondersteunende rol, zowel voor als na een kookevenement. De website van *Who's*

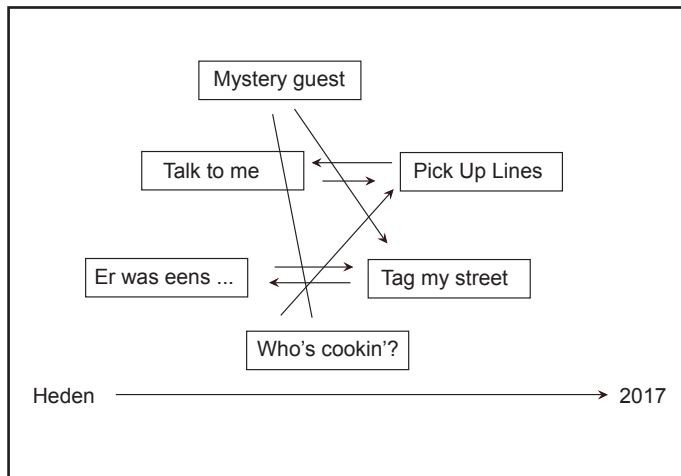
Cookin'? heeft als doel om te organiseren en te informeren, zo dient het als een community platform om bijvoorbeeld evenementen te bespreken en een manier om deelnemers te registreren, met als belangrijkste functionaliteiten de deelname aan evenementen en de organisatie ervan. Maar wat nou als iemand geen computer bij de hand heeft? Stel je voor: je bent op stap en je besluit plotseling om mee te doen aan een kookevenement. Hoe doe je dat? Voordat je weer de mogelijkheid hebt om deel te nemen, is de intentie (lees: zin) om mee te doen vaak weer verdwenen. Daarom is er bij *Who's Cookin'?* ook de mogelijkheid om jezelf via een applicatie op je mobiele telefoon in te schrijven.

Een kookevenement bestaat bij *Who's Cookin'?* uit drie onderdelen: de periode voor, tijdens en na het evenement. Alle drie zijn ze belangrijk omdat ze bepalen of deelnemers meedoen en of ze later nog een keer deelnemen. Voor het evenement worden deelnemers via de website en de mobiele applicatie goed geïnformeerd over de kosten, het thema en gebruikte ingrediënten zodat hij/zij niet tijdens het evenement voor verrassingen komen te staan. Omdat de evenementen zich in de echte wereld afspelen speelt vertrouwen ook een belangrijke rol, immers als deelnemer wil je een leuke ervaring hebben. Om dit te bewerkstelligen is ervoor gekozen om evenementen zoveel mogelijk op openbare locaties of neutraal territorium te organiseren, denk bijvoorbeeld aan buurtcentra of in de zomer: een park voor een gezamenlijke barbecue. Na het evenement kunnen deelnemers ervaringen blijven uitwisselen via de website.

Tijdens de start-up en tijdens de looptijd zal het project te maken hebben met een aantal partners. Er zal bijvoorbeeld veel met kleine en startende ondernemers worden samengewerkt. Om het gebruik van verse ingrediënten te stimuleren worden bijvoorbeeld de buurtwinkels aangeduid op de virtuele kaart in de applicatie. Verder is het project ook afhankelijk van sponsoring en wordt er gebruik gemaakt van de diensten van Waag Society.

5.7 Synergie en afhankelijkheden

De functies van de productideeën versterken elkaar en zijn ook soms afhankelijk van elkaar. Neem het digitale verhaal wat door een leerling van het fotomateriaal van een ouder iemand is gemaakt in een *Er was eens ...* activiteit. Het zou fantastisch zijn als, indien gewenst door de verteller, dat verhaal aan een GPS-locatie, bijvoorbeeld de vroegere lagere school, geknoopt kan worden. Op deze manier kunnen anderen die *Tag my street* gebruiken lokale en persoonlijke informatie tegenkomen als ze daar in de buurt zijn. Of neem de *Mystery Guest* die voor zijn medespeler met *Talk to me* kan instellen of het zichtbaar is dat hij of zij in de buurt is. Hetzelfde geldt voor iemand die in de PickUpLines-bus zit. Het zijn maar een aantal voorbeelden van synergie waarbij 'exposure' of nieuwsgierigheid een extra kans krijgt. Deze noties komen terug in alle voorstellen. We hebben de toekomstkaart met functionele synergie en afhankelijkheden hier niet uitputtend uitgewerkt.



Toekomstkaart functionele afhankelijkheden en synergie

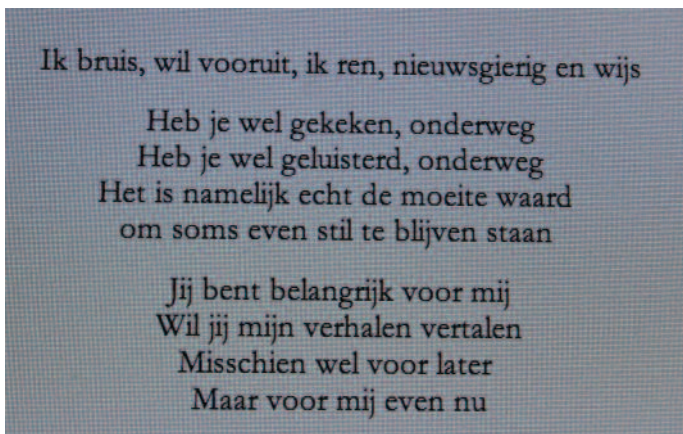


Uit de 'Talk to me'-demo

Daarnaast zijn er een aantal technische architectuurlagen nodig. Bijvoorbeeld voor *Tag my street* is er een stadsbreed 'GPS-kapstok' voor tekst, audio en film nodig, waar iedereen in alle stadsdelen goedkoop gebruik van kan maken. Voor *Talk to me* en *Mystery guest* zou dit ook handig zijn, hoewel dat ook met extreme varianten van Bluetooth zou kunnen. Deze, meer technische, afhankelijkheden zouden ook in een toekomstkaart verwerkt kunnen worden, wat we hier niet gedaan hebben.

De hier geboden schetsen dienen als voorbeeld voor een grootschaliger en nauwkeuriger aanpak met meer toekomstige toepassingen en technologieën. De HvA/UvA gebruiken een vergelijkbare systematiek om het meerjaren informatiebeleid op te stellen. Met een dergelijk uitgebreide toekomstkaart zou hier ook een beter beeld ontstaan van de sociale kracht van interactieve media in de komende tien jaar. In dit kleine voorbeeld passeren al de thema's veiligheid, zorg, sociale communicatie, verkeer, entertainment en cultuur uit het *Sociaal Structuurplan de revue*.

De toekomstkaart



Uit de 'Er was eens...'-demo

Symmetrisch breedband

Zoals eerder opgemerkt in dit boek, verwacht Amsterdam veel van het glasvezelnet. Het symmetrische staat voor net zo snel uploaden als downloaden.

Ondanks een zeer bescheiden toekomstkaart bekijken we de meerwaarde van (super)breedband vanuit een drietal product-ideeën.

- *Er was eens ...* zou gebaat zijn bij breedband, zodat de jongeren de 'digital stories' van de ouderen makkelijk online kunnen zetten en ze ook meteen teruggekeken kunnen worden. De verhalende films kunnen redelijk groot worden, helemaal omdat de kwaliteit in verband met het zicht van de ouderen wellicht van groot belang is. Een grootte van 100 Mb is dan geen uitzondering.
- Met *Tag Your Street* wordt niet alleen tekst getagd, maar ook audio- en videomateriaal. Hier geldt dat mensen met camera's op hun mobiele devices spontaan opgenomen materiaal meteen draadloos aan een GPS-locatie uploaden. Uiteraard is hier een snelle draadloze verbinding voor nodig, die op zijn beurt weer zal leunen



Eén van de publicaties over glasvezel

- op een snelle breedbandverbinding.
- Via *Talk to me* kunnen, naast het de persoonlijke kenmerken, ook persoonlijke audio- en videobestanden gedeeld worden. Waarschijnlijk heeft iedereen thuis op de server zijn archief staan en bestuurt die alleen via de PDA op afstand. Ook hier is de combinatie snel breedband via kabel en draadloze verbinding een vereiste.

Er zijn uiteraard al allerlei diensten die leunen op breedband (zie www.nederlandbreedbandland.nl). Binnen het denken in de minor hebben we ons dan ook niet laten beperken door grenzen aan internetsnelheden. Het blijkt dat wanneer je dit jezelf permiteert er productideeën ontstaan die minimaal afhankelijk zijn van in ieder geval symmetrisch breedband via kabel en draadloze verbinding.

6 Conclusies en aanbevelingen

Het doorlopen van de minor heeft met de scenariomethode als middel zowel inhoudelijk als procesmatig interessante resultaten opgeleverd. In dit hoofdstuk blikken we terug op beide aspecten en doen we aanbevelingen richting de toekomst.

6.1 De methode onder het vergrootglas

De leereffecten van de gevolgde aanpak hangen samen met de scenariomethode en de inhoud van de opdracht, maar er zijn ook een aantal specifieke aanjagende processen te benoemen. De minor kreeg een 8,8 als rapportcijfer van de studenten, maar op een aantal punten zien ze verbeteringen voor zich.

6.1.1 De leereffecten van de scenariomethode

We beschrijven in deze paragraaf vijf vaardigheden uit het minorprogramma, die de belangrijkste leerdoelen waren (Bouwens e.a., 2006). Wij gaan er vanuit dat deze vaardigheden noodzakelijk zijn om de kwaliteit te leveren die de opdrachtgever nodig heeft. Als de studenten zich de vaardigheden onvoldoende eigen hebben gemaakt wacht de docenten de zware taak om alsnog de kwaliteit voor de opdrachtgever waar te maken.

Naast de beoordeling van de tussenproducten was onze 'vuistregel' dat de studenten meer hadden geleerd naarmate

- hun zelfstandigheid in de laatste periode van de minor groter was,
- wij minder ingrijpende redactie hoefden te plegen op eindproducten om de minimale kwaliteit te waarborgen.

Terugblikkend durven we te zeggen dat we het uiterste van studenten hebben geveerd. Door de aanjagende processen die we hieronder beschrijven zijn we in staat geweest op alle vijf punten de grens op te zoeken van de competenties van de

beginnende professionals. De studenten bevestigen dit in de evaluatie. Zij geven een score van 'precies goed' op alle relevante gebieden: aandacht voor theoretische kennis, beroepspraktijk en actuele ontwikkelingen; moeilijkheidsgraad van de minor en bijdrage aan persoonlijke competentieontwikkeling.

Hieronder vatten we de leerdoelen van de minor samen:

Het vormen van een visie vanuit praktijk en theorie

De studenten bouwen in een half jaar tijd een gedeelde kennisbasis op rondom de sociale kracht van interactieve media. Er wordt voortgebouwd op wat ze individueel al weten en hoe zij zelf denken dat de sociale toekomst van Amsterdam eruit ziet. De studenten leren dit onderbouwen met wetenschappelijke bronnen en actualiteiten. 'Onderweg' verandert hun visie op de toekomst van een algemene naar een meer specifieke en onderbouwde gedeelde visie. Bijzonder is dat de studenten daarnaast ook veel 'snippers' informatie van internet halen, denk aan blogs, filmpjes en artikelen. Zij leren die te integreren in hun visie en publiceren zelf ook weer 'snippers' van die visie in het publieke domein.

Het opsporen en initiëren van maatschappelijke innovaties

De studenten leren te denken volgens het model van waarnemen, verklaren en waarderen. Eerst kijken wat er aan de hand is, daarna proberen te verklaren wat het betekent en dan pas oordelen: 'Wat is het belang van deze maatschappelijke ontwikkeling?' Het 'snelle oordeel' verdwijnt langzamerhand en er komt een genuanceerd idee voor in de plaats. Over deze ideeën leren de studenten gesprekken voeren met experts en *stakeholders* van organisaties die zich bezighouden met sociale innovatie en/of interactieve media. Zij bouwen zo tegelijkertijd een netwerk op rond het onderwerp. Terwijl zij hun kennis over het onderwerp uitbreiden en hun ideeën toetsen, leren de studenten verbanden te leggen tussen meer abstracte maatschappelijke ontwikkelingen, concrete toepassingen en

Conclusies en aanbevelingen



Op het IAM-instituut

kleine anekdotes. Het kleine wordt betekenisvoller, het grote wordt hanteerbaarder.

Het ontwikkelen van een demonstratieproduct

Studenten ontwikkelen met elkaar demo's van de verzonden interactieve media toepassingen, die passen in de uitkomsten van de scenariostudie. Iedereen formuleert hierbij zelf heldere voorwaarden om het doel te bereiken. Tijdens het ontwikkelproces wordt de kracht van het steeds weer opnieuw concretiseren van het productidee duidelijk, onder andere in de vorm van een synopsis, een script, een *storyboard*, een ingesproken tekst, een proefdemo en een demo. Hierbij leren ze de feedback op die tussenresultaten voor zichzelf te organiseren en zo hun keuzes te evalueren en steeds beter te verantwoorden. Daarbij blijven ze denken en werken vanuit de gebruiker, de opdrachtgever en andere *stakeholders*. Hierdoor krijgen de studenten gevoel voor wat de kwaliteit van het eindproduct moet zijn en hoe dat geformuleerd kan worden.

Het interdisciplinair samenwerken

De intensieve samenwerking tussen IAM-studenten en CMV-studenten is uniek voor de beide studies. Studenten leren

elkaars werkwijze en taal kennen en gaan de meerwaarde zien van samenwerken met iemand uit een totaal ander werkveld. Het levert een heuse cultuurschok op, met alle bijkomende emoties. Dit leidt ertoe dat de studenten inhoudelijk naar elkaar toegroeien en een gemeenschappelijke taal opbouwen. Maar tegelijkertijd gaan de studenten ook beter begrijpen waar zij zelf voor opgeleid worden, waarin ze zich onderscheiden en wat hun kwaliteiten zijn.

Het professioneel uitleggen van het productidee aan leken en professionals

Studenten staan een aantal maal voor de opgave om aan toekomstige gebruikers en (beleids)professionals helder uit te leggen wat hun productidee inhoudt. Terwijl ze het product ontwikkelen moeten ze het hoe en waarom ervan meerdere keren aan buitenstaanders presenteren. Hierbij ontstaat een gevoel voor de essenties van hun producten voor verschillende doelgroepen. Ze gaan gedurende dit proces steeds beter de samenhang zien met de producten van hun medestudenten en met de gedeelde visie.

6.1.2 De aanjagende processen

Verdiepende herhaling

Wat deze minor onderscheidt van veel andere programma's is dat er herhaaldelijk verdieping wordt aangebracht in de resultaten van onderzoek en productie. Tijdens de trendanalyse (fase 1) is herhaling al meteen een belangrijke factor. Op basis van essays over de toekomst worden trends geformuleerd, om de trends te onderbouwen worden bronnen onderzocht, de bronnen worden gepresenteerd aan de groep en geaccepteerd of verworpen, waarna er aanvullende bronnen worden gezocht enz. De bronnen en de trends gaan op deze manier 'in het bloed' van de studenten zitten.

Ook worden na elke stap in fase 2 en 3 de gezamenlijke of individuele resultaten (tien tussenproducten) voorgelegd aan critici. Zelfs bij de startconferentie van de minor maken de stu-

denten al kennis met experts die hen bevragen. Aanvankelijk zijn de docenten de grootste critici, later worden experts gevraagd en daarna bekritisieren studenten elkaar. Tenslotte wordt de opdrachtgever een aantal keer gevraagd om zijn mening te geven. Deze iteraties jagen reflectie van studenten op hun professionele ontwikkeling aan.

Herhaling is ook ruimschoots terug te vinden bij de aanscherpende activiteiten die studenten doorlopen in stap acht van fase drie, waarin een projectdefinitie en een promotiedemo wordt gemaakt.

Confrontatie werkveld

Door de persoonlijke confrontatie met opdrachtgevers en experts ontstaat een intrinsieke motivatie die we noodzakelijk achten voor het leerproces. Dit maakt het namelijk voor studenten 'tastbaar' dat hun werk ertoe doet in de 'buitenwereld'. De studenten werken in een hecht team aan hun producten, maar presenteren persoonlijk hun idee. Juist dat laatste levert het besef op dat het ertoe doet wat je doet én dat jij het verschil maakt tegenover de opdrachtgever.



Op het ISCB-instituut

De studenten zijn door de confrontatie met de opdrachtgever in staat om serieus commentaar te geven op elkaar omdat ze als team beseffen welke kwaliteit er verwacht wordt. In die zin verruilen de studenten mentaal al na enkele weken de onderwijssituatie voor een beginnende-professional-situatie. Zeker in de laatste weken van de minor is deze mentaliteit voelbaar. De studenten zijn echt kritisch op elkaar en kunnen elkaars kritiek vruchtbaar inzetten. De studenten beseffen daarbij dat ze afhankelijk zijn van de skills van de anderen. Ze komen erachter dat je ('verdorie!') alleen je doel bereikt als je leert van dat andere werkveld en constructief samenwerkt met die andere discipline. Dat besef bij de studenten is onderscheidend voor de minor.

Confrontatie met een andere discipline maakt bewust van eigen kwaliteiten.

Hoewel de eigen studie uitstekend geschikt is om je te verhouden tot gelijken en professionals in je eigen vakgebied, is het erg moeilijk om zicht te krijgen op de kwaliteiten die je zou kunnen inbrengen in een interdisciplinair groter geheel. De vraag 'wat is de meerwaarde van de CMV'er/IAM'er is voor veel studenten tot ze aan het werk gaan vooral een theoretische oefening. Een interdisciplinaire minor is bij uitstek geschikt om het 'andere' van je eigen vakgebied te herkennen, op het gebied van kennis, vaardigheden, houding en, wellicht heel belangrijk: op het gebied van de 'mores', bedrijfscultuur, omgangsvormen, percepties, waarden.

Bronnenonderzoek: argumenteren en kritische vragen stellen

Nieuw voor de studenten is dat zij bronnen niet alleen meer beoordelen op bruikbaarheid. Van hen wordt gevraagd om de argumentatie van de schrijver weer te geven aan de groep, daar vraagtekens bij te plaatsen en verbanden te leggen met de argumentatie in bronnen van medestudenten. Daarnaast maken studenten gebruik van allerlei snippers informatie van internet (zoals korte filmpjes, documentaires, blogs, websites van bedrijven en personen) die ze meenemen bij hun visieontwikkeling.

Conclusies en aanbevelingen

Succespunten volgens de evaluatie

Op een schaal van 1 t/m 5:

1. De verschillende onderdelen in de minor zijn goed op elkaar afgestemd: 4,7.
2. De inhoud van de minor stimuleert mij tot reflectie op mijn professionele houding: 5,0.
3. De minor levert een goede bijdrage aan mijn competentieontwikkeling: 4,8.
4. Als student ontvang je adequate begeleiding bij je leeronderzoek: 4,5.
5. De docenten en begeleiders geven studenten op constructieve manier feedback: 4,7.
6. Over de didactische kwaliteiten van de docenten en begeleiders in de minor ben ik tevreden: 4,8.
7. Over mijn eigen inzet in de minor ben ik tevreden: 4,3.

Leerpunten volgens de evaluatie

Uit de open vragen:

1. 'strakkere deadlines'
2. 'mag gedisciplineerder'
3. 'meer gasten uit het werkveld'
4. 'meer uitleg over technische aspecten als werken met Adobe Photoshop'
5. 'dingen als actieve participatie worden niet beoordeeld, wat ik graag zou willen'
6. 'toetsing toch wat beter onderbouwen'
7. 'meer samenkomen' (in een eigen geschikte werkruimte)

6.1.3 Opgaven voor de toekomst

Technische vaardigheden

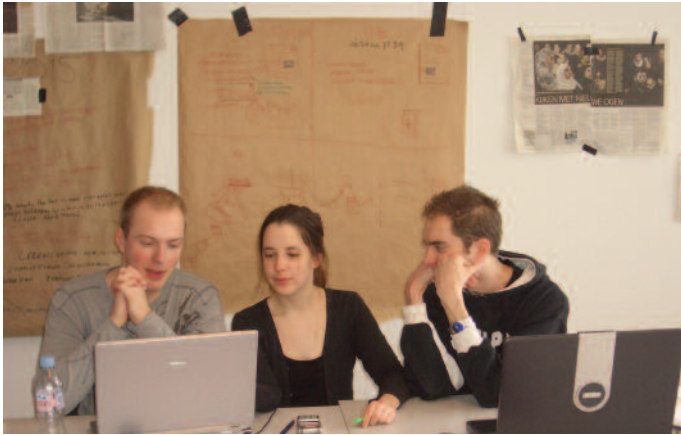
Eén van de verdiepingslagen in de minor is het bedenken van een realistisch idee dat past in het (door studenten) gewenste scenario. Dit idee kan worden uitgewerkt tot *pitch* (presentatie gericht op het verkopen ervan aan een mogelijke opdrachtgever) of tot demo (presentatie als een product) in de breedste zin van het woord. De ontwikkeling van deze presentatie is van belang voor de terugkoppeling naar en confrontatie met de opdrachtgever. Het in elkaar zetten van een pitch of demo is een vaardigheid op zich. Van studenten mag verwacht worden dat zij in de toekomst regelmatig een digitale presentatie maken en geven die een stap verder gaat dan PowerPoint. De docenten kunnen studenten hierbij technisch begeleiden. Studenten hebben ook behoefte aan het aanleren van digitale tools, bijvoorbeeld Flash, Powerpoint en software om beeld en geluid te bewerken.

Duiding door docenten van de (kennis)wereld van de opdracht

Voor zowel de docenten als de studenten geldt dat zij een relatief onbekend gebied betreden. Beiden moeten een flinke honger naar kennis aan de dag leggen. De docenten wijzen studenten op 'plekken' waar kennis gevonden kan worden, het soort kennis dat we zoeken, het abstractieniveau, de zoekmethoden, de manier van verwerking, de kwaliteitseisen. De docenten lopen dus nét voor de troepen uit. Voorwaarde om een 'denktank' te kunnen vormen voor de opdrachtgever is dat de docenten tijd kunnen en willen investeren in het vergroten van hun eigen expertise. Of, met andere woorden: als de docenten de minor met succes afronden zijn zij zelf óók deskundig(er) geworden op een nieuw gebied.

Strakker aansturen op vergaren van kennis en opzoeken van experts

Uit de evaluatie blijkt dat docenten de studenten actiever en gestructureerder op experts en schriftelijke bronnen kunnen



afsturen en hen tools kunnen meegeven om kennis te vergaren. Bij schriftelijke bronnen kunnen we denken aan methodieken om snel door veel informatie te scannen en bij grondiger bestudering het weergeven en vergelijken van argumentaties van verschillende auteurs. Bij interviews aan (journalistische) methoden om snel op hetzelfde kennisniveau te komen als de geïnterviewde. Later in het proces 'vergeten' studenten wel eens dat ze hun scenariopresentaties en demo's opbouwen op basis van bronnen. De docenten moeten dan een ronde invoegeen om de producten te 'herbronnen.'

Van competentieren naar projectwerk

Gedurende zijn studie moet elke student een essentiële omslag maken van dingen doen, omdat dit van je gevraagd (werken voor de ander) wordt, naar dingen doen omdat je wilt bijdragen aan de oplossing van een probleem (werken voor jezelf, bijdragen aan een groter geheel). Competent worden doe je voor jezelf. De onafhankelijkheid die daarvoor nodig is kan niet tot stand komen zonder een situatie waarin jouw bijdrage aan het probleem er dwingend toe doet. Deze situatie hebben we gecreëerd in deze minor. Daardoor ontstaat er in de laatste periode uitdrukkelijk een – leerzame! – werksituatie, waarin de rollen verschuiven van docent naar projectleider en van stu-



dent naar projectmedewerker. Docenten moeten zichzelf en de studenten daarop voorbereiden. Het betekent namelijk dat de taak vóór gaat op het leerproces.

6.2 Breder inhoudelijk perspectief

6.2.1 Nieuwe sociale werkelijkheid?

De productideeën uit hoofdstuk vijf zijn in zekere zin vandaag of morgen al uitvoerbaar en technologisch niet bijzonder revolutionair. Maar ze maken wel de sociale werkelijkheid van morgen zichtbaar die een aantal kleine, maar ook grote vragen oproept.

De toekomstkaart laat zien dat de openbare ruimte steeds meer verweven raakt met interactieve media. Spoedig is deze ruimte gevuld met informatie, die mensen kan binden en scheiden. De techniek van morgen zal mensen overmorgen uitdagen meer van zichzelf te laten zien, elkaar op te zoeken, medestanders en gelijkgestemden te vinden. Dat veel mensen dit willen, staat vast – kijk naar de stormachtige opkomst van *MySpace*, blogs, webcams, *LinkedIn* en profielen bij *MSN* en recentelijk *Twitter*, een soort chat via je mobiele telefoon.

Conclusies en aanbevelingen

Het transparante leven met *Twitter*

Francisco Jole, *de Volkskrant*, 18 juni 2007

Eerst waren er de homepages met informatie over zaken als hobby's. Toen kwamen de weblogs met persoonlijke ontboezemingen, gevolgd door sociale netwerken als *Hyves* waar complete vriendenkringen en voorkeuren in kaart werden gebracht. Nu is er de volgende stap op weg naar het volledig transparante leven. Die heet *Twitter* en is een hulpmiddel om op elk moment van de dag te laten weten wat je doet, waar en met wie. 'Overal' is letterlijk overal: *Twitter* beperkt zich niet tot internet, maar werkt ook met mobieltjes. (...).

Iemand is al een 'vriend' als je het niet erg vindt dat hij weet wat je doet. Veel vrienden in de *Twitter*-wereld hebben elkaar nog nooit ontmoet, zoals vaak op internet (...).

Die golf aan informatie stuit als gebruikelijk op hevige kritiek. Een Amerikaans mediacriticus, Simon Dumenco, constateerde dat de digitale conversatie nu nog lediger en vluchtiger zou worden dan op internet al het geval was.

Het is een reactie die doet denken aan de opkomst van de mobiele telefoon. Toen was er kritiek op en twijfel aan de behoefte aan permanente bereikbaarheid, een klacht waar later nooit meer wat over vernomen werd, omdat bereikbaarheid een keuze bleek.

Datzelfde is het geval bij *Twitter*. Het lijkt een invasie, maar in werkelijkheid is het de meest vrijblijvende persoonlijke communicatievorm die er tot nu toe is. Niemand is verplicht te reageren, zelfs het lezen staat vrij.



Iedere Amsterdammer wordt zendgemachtigde

Caroline Nevejan maakt in dit verband onderscheid tussen aanwezigheid met tussenkomst van technologie: *mediated presence* en aanwezigheid als *natural presence*, waarbij de ander fysiek aanwezig is:

"Mediated omgevingen die zowel informatie als communicatie bieden zijn aantrekkelijk. Hoe meer bewustzijnsniveaus kunnen worden aangesproken, hoe sterker *presence* wordt ervaren (...). Mediated omgevingen dragen bij aan de taxonomieën van gemeenschappen. Als *mediated presence* vitale informatie (en communicatie) genereert kan het aan de *natural presence* elementen toevoegen, die niet oorspronkelijk aan de *natural presence* toebehoorden. Door vitale informatie wordt op overtuigende wijze een brug geslagen tussen *natural* en *mediated presence*." (Nevejan, 2007, pagina 266)

Een aantal productideeën uit deze minor bieden mogelijkheden om de brug te slaan. Elke Amsterdammer wordt 'zendgemachtigde' op het mobiele breedbandnetwerk. Elk gebouw zendt uit, elke lokatie zendt uit en elke voorbijganger zendt uit. En alle zenders zijn 24/7 beschikbaar. Amsterdammers zijn nog overweldigender aanwezig in hun stad dan nu.

We hebben voorlopig de volgende vragen geformuleerd:

1. 'Vitale' informatie

Talk to me faciliteert via *mediated presence* verrassende informatie over mensen in de directe omgeving. Hierdoor zijn mensen zich op een spontane manier bewust van de diversiteit in de samenleving. Maar uit wat voor informatie bestaat de *mediated presence* idealiter in de openbare ruimte? En wat voor (kleine) overeenkomsten zijn leuk?

2. Tijdelijke horeca

Krijgen de restaurants van Amsterdam concurrentie van thuis-restaurants die opduiken en weer verdwijnen door middel van onder andere de logistieke kracht van interactieve media? Spannend, culinair, tijdelijk en – bij mensen thuis mag je nog wel roken.

3. Concentratie

Straffen ouders hun kinderen door ze simpelweg af te sluiten van de vriendjes waar ze voortdurend en overall mee *chatten* en *twitten*? Neemt de concentratieboog van kinderen binnenkort alarmerend af en/of worden er vormen van onderwijs uitgevonden die werken via messenger, chat, twitter en GPS?

4. Lokaal toerisme

De groei van lokatiegebonden informatiebronnen neemt steeds meer toe in de vorm van educatieve games en interactieve wandeltochten. Verbindt de gemeente Amsterdam die bronnen met elkaar met zakelijke partners tot een laag van virtuele zakelijke, geschiedkundige en toeristische virtuele graffiti over de stad? Krijgt elke bezoeker zo zijn persoonlijke toeristische gids? Of vertrouwen we hiervoor helemaal op de markt?

5. Mee kunnen doen

'Vooral de ernst van niet-aangesloten zijn op internet, is groter als meer mensen online zijn' staat er in het rapport *Verzonken technologie* (Damme, 2005, pagina 117). Dit gaat

over achter een pc zitten en dan online kunnen. Maar doen de mensen die straks in de openbare ruimte niks kunnen uitzenden en opvangen, vanwege gebrek aan vaardigheden of geld, niet meer mee? Is het gewenst dat de stad er zorg voor draagt dat iedereen aangesloten kan raken of daadwerkelijk raakt? En waarop dan precies? Wat is de rol van de markt? Faciliteert de markt de stad of de stad de markt?

6. Mediawijsheid

Mediawijsheid is 'het geheel van kennis, vaardigheden en mentaliteit waarover mensen moeten beschikken om zich bewust, kritisch en actief te bewegen in een complexe, veranderlijke en essentieel gemedialiseerde wereld.' (Raad van Cultuur, 2005). Halen Amsterdammers de 'mediawijsheid' (www.mediawijsheid.org) van de straat en/of faciliteert de overheid deze via basis-, middelbaar, hoger en wetenschappelijk onderwijs? Wordt mediawijsheid vast onderdeel van opvoedingsondersteuning van het welzijnswerk?

7. (Sociale) controle

Hoe voorkomen we dat meisjes huilend thuiskomen omdat ze via *Talk to me* gespamd worden in de metro door onbekenden? Wat doen we met een virtuele stalker die keurig gekleed tegenover iemand zit? Verbieden we toepassingen als *Talk to me* op onveilig geachte plekken? Feestjes per SMS worden hebben een 'nu-daar' karakter: ze worden in een oogwenk georganiseerd. Kunnen rellen op dezelfde manier georganiseerd worden? Krijgen we meer blauw op (mobiel) internet? Of verzinnen we nieuwe manieren van sociale controle? In online communities wordt al gebruikt gemaakt van rode vlaggetjes om duidelijk te maken dat iemand onwenselijk gedrag vertoont. Hoe geven we dat in het gebied vorm waar fysieke aanwezigheid in de openbare ruimte verrijkt wordt met via technologie bemiddelde aanwezigheid?

Conclusies en aanbevelingen

8. Sociale nieuwsgierigheid of verslaafd aan onbekenden

Interactieve mobiele media roepen echter nieuw gedrag op. 'Social exposure' en sociale nieuwsgierigheid groeien. De openbare ruimte groeit daardoor mee. Interactieve media zijn middelen om relaties op te bouwen en te onderhouden met goede vrienden, familie en kennissen én maken een nieuwe categorie relaties mogelijk – een grote tot zeer grote groep mensen die je kent zonder dat je ze kent. Je hebt ze nog nooit ontmoet en bent deel van een zeer klein deel van hun leven. Bemiddeling en uitwisseling vindt plaats tussen software die voor jou opdrachten vervult en software die voor hen aan het werk is.

Denk aan een virtueel radiostation, zoals *LastFM*, dat jou verast met voor jou onbekende liedjes waar mensen naar luisteren die deels dezelfde muzieksmaak hebben. Maar het is ook niet ondenkbaar dat je thuiskomt en op je laptop opzoekt wie je vandaag allemaal hebt ontmoet. Jouw *Talk to me* heeft gedurende de dag kennis gemaakt met andere *Talk to me* omdat de eigenaren wellicht iets voor elkaar konden betekenen. Dat gebeurde ongemerkt, want jijzelf had belangrijker dingen te doen.

Afhankelijk van je intentie kun je deze middelen inzetten om anderen te begrijpen, je te verbinden met anderen en te participeren in een groter geheel. Dit sluit goed aan op de toename aan zwakkere verbindingen die mensen aangaan (Schabel, 2004). Maar hoe groot wordt de afhankelijkheid van (de input van) het sociale netwerk van 'onbekenden'?

Ook is het steeds beter mogelijk om informatie te vinden en te delen over mensen waar je 'tegen' bent. Je zou in dat laatste geval kunnen spreken van negatieve sociale nieuwsgierigheid of de antisociale kracht van interactieve media. Het vinden van bevestiging van en medestanders voor vrijwel elk idee is gemakkelijker dan ooit geworden met hulp van interactieve media, ook ad hoc in de openbare ruimte. De intentie waarmee middelen worden ingezet is doorslaggevend voor de

effecten. Met wat voor regelgeving en beleid kunnen deze mechanismen doorbroken worden? Ligt het aangrijpingspunt hiervoor binnen het domein van interactieve media of meer binnen het domein van opvoeding, veiligheid, onderwijs en welzijn?

Vragen in kaart

Ook deze vragen zijn in een toekomstkaart te zetten met een inschatting van de complexiteit en van het moment dat de vraag idealiter opgepakt zou moeten worden. Bij elke vraag zouden ook de gerelateerde toepassingen uit de toekomstkaart van hoofdstuk vijf geplaatst kunnen worden.

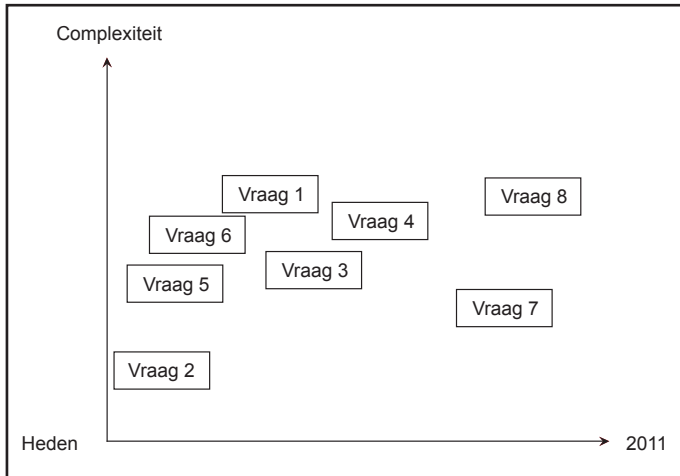
Bellen en e-mailen maken dom

Daan van Seventer, *de Volkskrant*, 19 januari 2007

(...)een onverzadigbare honger naar informatie via communicatie.(...)

'Veel mensen houden de mailbox de hele dag open. Dan word je continue gestoord. Om de haverklap hoor je zo'n geluidje. Ping: nieuwe post.'

Hoogleraar arbeids- en organisatiepsychologie Fred Zijlstra, van de Universiteit van Maastricht, heeft onderzocht hoe mensen reageren als ze veel worden gestoord tijdens hun werk. 'Het verstoort het werkproces. Hoe ingewikkelder je werk, hoe lastiger het is om weer verder te gaan en hoe langer het duurt om van de verstoring te herstellen. Stel je moet een stuk schrijven, je houdt de grote lijnen in de gaten, gaat in op details. Dan word je onderbroken. Als je weer verder wilt, moet je eerst het punt terugvinden. Wat wilde ik doen? Wat heb ik al gedaan? Hoe ga ik verder?'



Een voorbeeld van de vragen in kaart gebracht

6.2.2 Kennis bundelen

Met de komst van nieuwe toepassingen komen er blijkbaar veel onderzoeksvragen op. In ieder geval krijgt het woord mediabeleid in een gemedialiseerde wereld een heel andere betekenis. Het gaat niet meer over *Salto* en *AT5*, maar is het onderdeel van een groter maatschappelijk geheel.

Gemeentelijk beleid heeft direct en vaak indirect invloed op de ontwikkelingen geschetst in dit boek via integratie van cultuurbeleid, sociaal beleid, mediabeleid, ruimtelijk beleid en onderwijs. Dat is ook gebleken door de ondersteunende rol bij de glasvezelplannen binnen Amsterdam. Hoe vullen de stad, het onderwijs, de kennisinstellingen en de markt in de toekomst hun rol in?

Toepassingen in kaart

Onderwijsinstellingen uit het hbo en wo brengen samen met kennisinstellingen in kaart wat voor toepassingen en technologieën er op de middellange termijn mogelijk worden. Hierbij is van belang dat duidelijk wordt wat de afhankelijkheden zijn

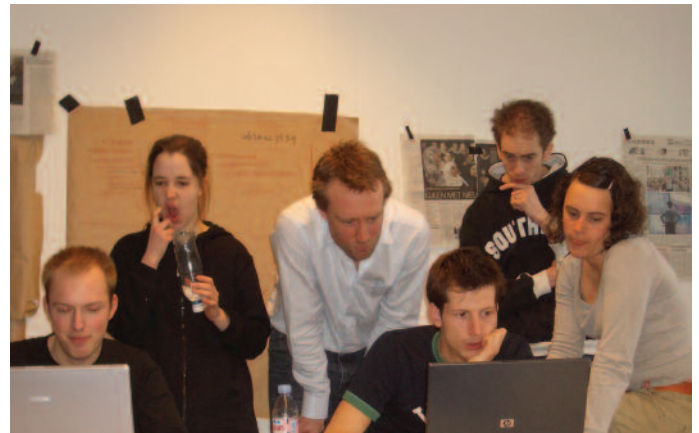
en op welke manieren verschillende ideeën elkaar kunnen versterken. De relevante onderzoeksvragen worden hierbij ook al geïnventariseerd. Hiervoor heeft de scenariomethode, zoals gehanteerd in de minor, zich bewezen als een productief mechanisme. Een vergroting van de groep deelnemers en van de deelnemende disciplines levert hierbij een nog rijkere toekomstkaart op.

Uitproberen

Ontwikkellaboratoria, zoals Waag Society, Mediamatic, het MediaLab van de HvA, de CAVE bij Sara van de Universiteit van Amsterdam, het Digital Life Center van de HvA, ontwerpen en onderzoeken nu al op kleine schaal, vaak samen met studenten, via prototypes de werking van allerlei nieuwe toepassingen op maatschappelijk gebied. Deze prototypes gaan regelmatig de markt op doordat een commerciële partij het product wil exploiteren.

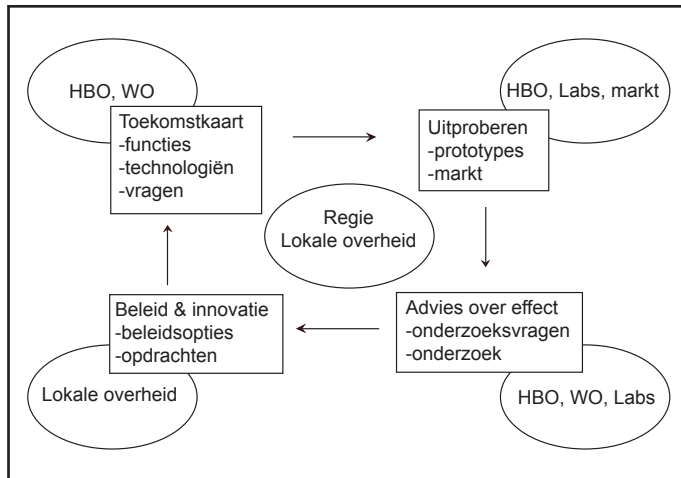
Advies over effect

De toekomstkaart, de prototypes en belangstelling vanuit de markt geven aanleiding om vanuit maatschappelijk oogpunt verder te identificeren wat voor 'sociale' onderzoeksvragen en



Veel concentratie...

Conclusies en aanbevelingen



Indruk van de ketenregie

ontwerpbeslissingen relevant zijn. Ook hier zijn de wo, hbo en ontwikkellaboratoria de aangewezen partijen voor het bepalen en beantwoorden van de onderzoeksvragen. Op de middellange termijn kan zo maximale sociale kracht van interactieve media worden gesorteerd en kan de kans op de anti-sociale kracht worden geminimaliseerd.

Regie

Om alle partijen in hun rol te begeleiden en op de juiste momenten door te kunnen verwijzen is de gemeente de aangewezen partij. De gemeente fungeert daarnaast als motor door opdrachten te formuleren. Dit lijkt enigszins op wat in het actieprogramma *Maatschappelijke sectoren en ICT*, (EZ, 2005) *ketenregie* wordt genoemd. Wenselijk hierbij is een aantrekkelijk Amsterdams platform waar de dialoog gevoerd kan worden over mediabeleid en de sociale kracht van interactieve media. Een dergelijk platform past zeer goed in de uitkomsten van de verkenning *ICT en nieuwe Media in Amsterdam* (Hoogland, 2006) waarin gepleit wordt voor een sterke samenwerking, onder andere rondom innovatiebeleid, tussen de eerder genoemde partijen:

‘De enorme sprong in bandbreedte die met glasvezel wordt gemaakt, betekent meer dan een simpele extrapolatie van de huidige mogelijkheden van internet. De uitdaging zal zijn om de perspectieven die het biedt in een vroeg stadium te onderkennen en tijdig daarvoor de economisch en/of maatschappelijk relevante toepassingen daarvoor te ontwikkelen.’ (Hoogland, 2006, pagina 9)



Ik wou dat ik twee hondjes was...

Stel, je bent een gemeente met ambitie, zoals de stad Amsterdam, die stevig investeert in de aanleg van een glasvezelnet en zich realiseert dat ze initiatieven moet ondersteunen, waardoor wordt nagedacht over applicaties en content die in de toekomst met behulp van dit netwerk kunnen worden gerealiseerd.

Stel, je bent een hogeschool met ambitie, zoals de Hogeschool van Amsterdam, die graag ziet dat studenten al voor de start van hun loopbaan leren samenwerken met mensen uit andere disciplines.

Stel, je bent twee instituutdirecteuren, die vrijwel meteen na hun eerste kennismaking zinnen op manieren om de studenten uit hun beider disciplines, met elkaar samen te laten werken om zo beter voorbereid te zijn op hun beroepsuitoefening.

Wat ben je dan blij als er na een jaar hard werken - een half jaar voor de voorbereidingen en een half jaar voor de uitvoering van het onderwijsprogramma - een verzameling demo's en publicaties liggen die hout snijden!

Als er een breedband infrastructuur is, welke sociale toepassingen zijn dan mogelijk in de toekomst? Dat is een belangrijke vraag, want een technologie zonder relevante toepassingen voor gebruikers is ten dode opgeschreven. Rond die vraag vormden docenten en studenten van de Hogeschool van Amsterdam en medewerkers van de gemeente Amsterdam een denktank met de opdracht om "out of the box" te denken.

Om te waarborgen dat de denktank ook daadwerkelijk buiten de gebaande paden trad, werden met behulp van de scenario-methode vier scenario's ontwikkeld voor de toekomst van de stad Amsterdam. Nu weet iedereen die zich met de toekomst

bezighoudt, dat het voorspellen ervan een heikele zaak is. Het aardige van deze voor het hbo uitgewerkte toepassing van de scenariomethode is dat je uit vier positief geformuleerde scenario's het meest gewenste kiest en daardoor een lonkend perspectief hebt, waar je bij in de buurt probeert te komen en te blijven.

Het scenario *heterogene sociale mobiliteit* vormde vervolgens de basis voor het denken over realistische en nuttige applicaties die een verschil maken voor de stad en haar bewoners. De resultaten werden krachtig verbeeld in demo's, die veel beter dan een rapport een beeld geven van wat er allemaal kan met een applicatie en hoe dat in zijn werk gaat. Met een goede demo kun je een idee daadwerkelijk toetsen bij de gebruikers en in dat proces veel ideeën opdoen over hoe het nog beter en spannender kan.

Voor goede, krachtige en innovatieve ontwerpen voor interactieve media toepassingen is het doen van onderzoek cruciaal. Voor makers is het echter vaak een problematische fase. Er zijn immers veel verschillende soorten onderzoek en het is ontzettend lastig om een goede onderzoeksvraag te formuleren. Voor ontwerpers is het belangrijk om te kunnen laten zien wat ze bedoelen, en dan vertelt één goede demo meer dan duizend pagina's tekst. Voor onderzoekers is juist de tekst met de probleemstelling, de onderzoeksvragen, de bronnen en de conclusies belangrijk. De ontwerpers leerden in dit programma waar te nemen, te verklaren en te waarderen en op basis hiervan een uiteindelijke mening bij een reeks van belanghebbenden te toetsen. De onderzoekers leerden dat nieuwe media manieren bieden om de toekomst op een krachtige manier te verbeelden.

Om daadwerkelijk beslissingen te kunnen nemen is de combinatie - demo's ondersteund door onderzoek en een publicatie

Nawoord

- cruciaal. Na lezing van deze publicatie kan ik als een van de initiatiefnemers niet anders dan concluderen dat het Michiel Bouwens en Mike de Kreek, alle betrokken docenten en studenten en de mensen die namens de gemeente Amsterdam bij dit project betrokken waren, uiteindelijk gelukt is om de brug te slaan tussen het levensmotto van de maker - demo or die - en dat van de onderzoeker - publish or perish. En dat niet alleen, ze ontwikkelden en passant een didactische methode voor hbo-onderzoek. Dat maakt dat ik uitzie naar de resultaten van het volgende jaar. En dan maken we misschien wel demo's voor alle vier scenario's!

Emilie Randoe

Directeur

Instituut voor Informatica

Instituut voor Interactieve Media

Media Lab Amsterdam

- **Benammar**, Karim; Snoek, Marco; Dale, Liz; Juist, Nico; Meeder, Sanne; Poortinga, Janke; Schaik, Marieke van; Schwab, Huib (2006) *Leren met toekomstscenario's – scenarioleren voor het hoger onderwijs*, Stichting Digitale Universiteit, www.scenarioleren.nl.
- **Boer**, Nico de (2007) *De maatschappelijke en cultureel ondernemende professional*, concept, CMV, Amsterdam.
- **Bouwens**, Michiel; Kreek, Mike de; (2006) *Programma minor sociale kracht van interactieve media* (op aanvraag verkrijgbaar)
- **Broek**, Andries van den; Breedveld, Koen; Haan, Jos de; Huysmans, Frank (2004) Vrijtijdsbesteding, in *In het zicht van de toekomst: Sociaal en Cultureel Rapport 2004*, Hoofdstuk 12, Sociaal Cultureel Planbureau, <http://www.scp.nl>.
- **Berg**, Triks van den; Verbunt, Mea. (1999) *CMV Alert en ondernemend – Opleidingsprofiel Culturele en Maatschappelijke Vorming*, Landelijk Opleidingsoverleg CMV, Hogeschool Arnhem Nijmegen, Nijmegen.
- **Boomen**, Marianne (2004) *Virtuele Bindingen en Netwerkeffecten*, in Jan Willem Duijvendak en Menno Hurenkamp (red) *Kiezen voor de Kudde- lichte gemeenschappen en de nieuwe meerderheid*, Van Gennep, Amsterdam.
- **Bouwman**, Harry; Hes, Ronald; La Porte, Todd; Westerveld, Rudi (2000) *ICT in huis - De magnetron als informatiebron*, Technische Universiteit Delft.
- **Breedveld**, Koen & Broek, Andries van den (red.) (2001) *Trends in de tijd - Een schets van recente ontwikkelingen in tijdsbesteding en tijdsordering*, Sociaal en Cultureel Planbureau, Den Haag.
- **Cousins**, Karlene C ; Robey, Daniel (2003) *Patterns of Use within Nomadic Computing Environments: An Agency Perspective on Access - Anytime, Anywhere*, Georgia State University.
- **Dagevos**, Jaco (2005), *Arbeidsmarkt* in *In het zicht van de toekomst: Sociaal en Cultureel Rapport 2004*, Hoofdstuk 12, Sociaal Cultureel Planbureau, <http://www.scp.nl>.
- **Damme**, Maike; Haan, Jos de e.a. (2005) *Verzonken tech-nologie – ICT en de arbeidsmarkt*, Sociaal en Cultureel Planbureau, Den Haag.
- **DMO** (2004) *Wat Amsterdam beweegt – Sociaal Structuurplan 2004-2015*, www.ssp.amsterdam.nl.
- **DMO** (2006) *Basis voor het sociaal structuurplan*, www.ssp.amsterdam.nl.
- **Erf**, Rob van der (2003) *Vergrijzing in de EU – proces onomkeerbaar*, Demos, Nederlands Interdisciplinair Demografisch Instituut, jaargang 19, oktober 2003
- **EZ** (2005), *ICT in de maatschappelijke sectoren – beter benutten, meer kwaliteit*, Economische Zaken, Den Haag.
- **Friedman**, Thomas (2005), *The world is flat – a brief history of the 21st century*, Farrar, Straus; Giroux, New York.
- **Gemeente Amsterdam** (2006), *Mensen maken Amsterdam – Het programakkoord 2006-2010*, College Amsterdam, www.amsterdam.nl.
- **Graaff**, Rick de ; Nekkes, Jan ; Berg, Ineke van den (2005) *(On)voorstelbaar (on)voorspelbaar – leerpraktijken voor het hoger onderwijs in 2020*, Stichting Surf, www.surf.nl.
- **Gijsberts** (2004) *Minderheden en integratie*, in *In het zicht van de toekomst: Sociaal en Cultureel Rapport 2004*, Hoofdstuk 3, Sociaal Cultureel Planbureau, <http://www.scp.nl>.
- **Haaster**, Kees van (2006) *Kleine verhalen – narrativiteit met multimedia in sociale beroepen*, Bussum, Coutinho.
- **Heijden**, Kees van der (1997) *Scenarios, Strategy, and the Strategy Process*, Emeryville, Global Business Network.
- **Hurenkamp**, Menno (2006), *Lichte gemeenschappen, wat we doen maar niet geteld wordt*, de Volkskrant, 10 april 2006, www.lichtegemeenschappen.nl.
- **Jagt**, Hans van der (2006), *Is de burger al los, of moet hij nog op gang komen?* Rapportage studiebijeenkomst Kennisnetwerk Amsterdam, www.kennisnetwerk-amsterdam.nl.
- **Koops**, Bert-Jaap; Poels, Rachel; Leenes, Ronald; Lips, Miriam; Prins, Corien; Vedder, Anton; Groenhuijsen, Marc (2005) *Veiligheid en privacy in 2030: twee toekomstscenari'o's*, TILT – Centrum voor Recht, Technologie en Samenleving, Universiteit van Tilburg.

Bibliografie

- **Korthals**, Michiel (2002), *Voor het eten: filosofie en ethiek van voeding*, Boom, Amsterdam.
- **Kuiper**, Else; Mulder, Bert; e.a. (2006) *Vit@al Society: The new social use of ICT*, Riga, www.vitalsociety.info.
- **Leurdijk**, Andra e.a. (2006) *Reclame 2.0 De toekomst van reclame in een digitaal Televisielandschap*, TNO, Delft.
- **Paulos**, Eric ; Goodman Elizabeth (2004) *The Familiar Stranger: An Aspect of Urban Anonymity*, Intel Research, Berkely, in Conference on Human Factors and Computing Systems (CHI 2004). Vienna: ACM, April 24-29, 2004.
- **Meerman**, Karina (2005) *Draagbaar als kleren*, Freenovation, <http://www.freeband.nl/freenovation/>.
- **MINOC&W** (2004) *Cultuurnota 2005-2008 – meer dan de som*, Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschappen, Den Haag, www.cultuurnota.nl.
- **Nevejan**, Caroline (2007), *Pressence and the design of trust*, proefschrift, Faculteit der Maatschappij en Gedragwetenschappen, Universiteit van Amsterdam.
- **Nieuwegeers**, I.G. (2005) *The Invisible Network*, inaugural speech, Faculty of Electrical Engineering, Mathematics and Computer Science of Delft University of Technology.
- **Nonaka**, I.; Takeuchi, H. (1995), *The knowledge creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation*, Oxford University Press, New York
- **Oosterbaan**, Warna (2007) *Het wonder van het Web*, in NRC magazine Internet special, 06 januari 2007, http://www.nikhef.nl/pub/services/biblio/bib_KR/NRC20070131.html.
- **Putnam**, Robert (2000) *Bowling Alone – The Collapse and Revival of American Community*, Simon & Schuster, New York.
- **Raad van Cultuur** (2005), *Mediawijsheid, de ontwikkeling van nieuw burgerschap*, Onderwijs, Cultuur & Wetenschap, Den Haag.
- **Randoe**, Emilie (2005), *Het beroepsprofiel voor de Interactieve Media Professional*, Interactieve Media, Hogeschool van Amsterdam.
- **Remarque**, Philippe (2005) *Effect van referendum smaakt naar meer; Europese Grondwet*, 15 mei 2005, de Volkskrant.
- **Schuurman**, Krijn ; Vandeberg, Rens (2003) *De rol van WiFi-netwerken voor burgers en bedrijven*, Dialogic innovatie & interactie, Utrecht.
- **Steyaert**, Jan. (2003), *Je chat met de hele wereld, maar kent je buurman niet meer*, in J. de Haan ; J. Steyaert (Eds.), *ICT en samenleving, jaarboek 2003*, Amsterdam, Boom.
- **Rafferty**, J., ; Steyaert, J. (2007), *Social work in a digital society*, In M. Lymbery ; K. Postle (Eds.), *Social work: a companion to learning*, pp. 165-175, SAGE Publications.
- **Schabel**, P. (2004), *Individualisering en sociale integratie*, Den Haag , Sociaal en Cultureel Planbureau.
- **Vygotsky**, Lev (1986), *Thought and Language*, Massachusetts Institute of Technology.
- **Whitney**, Diana; Trosten-Bloom, Amanda (2003) *The Power of Appreciative Inquiry – A practical guide to positive change*, Berretr-Koehler Publishers, inc., San Francisco.

Veel van de begrippen staan uitgelegd in de projectdefinities. Hier hebben we alleen de belangrijkste opgenomen.

- **Sociaal kapitaal:**
De hulpmiddelen die in een gemeenschap aanwezig zijn om de gezins- en sociale organisatie vorm te geven. Deze hulpmiddelen vinden hun voedingsbodem in acties zoals gemeenschapsactiviteiten, sociale steun en participatie (bron: Wikipedia)
- **Sociale cohesie:**
Datgene waar sociaal kapitaal toe kan leiden: 'kleefkracht', ook wel verbondenheid en samenhang (bron: Wikipedia)
- **Sociale mobiliteit:**
We mogelijkheid voor een individu, familie of groep mensen om een maatschappelijk hogere positie te bereiken (bron: Wikipedia)
- **Actief burgerschap:**
Het (leren) deelnemen aan en verantwoordelijkheid dragen voor de publieke zaak (bron: www.actiefburgerschap.nl)
- **Interactieve media:**
Technologieën die interactie tussen mensen, dingen, bedrijven, instanties en overheid mogelijk maken
- **PDA:**
Personal digital assistant, een draagbaar apparaatje met steeds meer functies.
- **RFID:**
Radio frequency identification. Een label met informatie wat op korte afstand is uit te lezen door bijvoorbeeld een mobiel of PDA
- **Taggen:**
Het toekennen van relevante sleutelwoorden aan een stuk informatie (zoals plaatjes, teksten of videoclips), zodat het item op sleutelwoorden te classificeren en te doorzoeken is. Kan ook aan lokatie of mens
- **POI:**
Point of Interest, een bezienswaardigheid, informatiepunt, voorziening met één duidelijke lokatie

- **GPS:**
Global Positioning System: satelietplaatsbepalings-systeem waarmee een gps-ontvanger (bijvoorbeeld een mobieltje of PDA) zijn positie op aarde kan bepalen.
- **Lokatieve media:**
Communicatiemediën die gebonden zijn aan een locatie, met de nadruk op het veroorzaken van sociale interacties (bron: Wikipedia)
- **Matchen:**
Automatisch identificeren van overeenkomsten of verschillen tussen profielen van tags. Werkt ook als filter
- **Ambient intelligence:**
Uit het zicht verdwenen technologie in een registrerende en zendende omgeving, 'goed voor de mens'

Met dank aan

Maarten den Dulk, adviseur ICT Stad en Samenleving, gemeente Amsterdam

Jeroen Slot, medewerker Onderzoek & Statistiek, gemeente Amsterdam

Dirk van de Woude, projectmanager Glasvezel, gemeente Amsterdam

Emilie Randoe, directeur IAM, HvA

Pieter van Vliet, beleidsmedewerker CMV

Willem Baumfalk, directeur ISCB, HvA

Norbert Krijnen, adjunct directeur DMO

Minouche Mangnus, Adviseur Organisatie & Informatisering

Else Rose Kuijper, Brekend Vaatwerk

Ronald Lenz, de Waag Society

Bert Mulder, de informatiewerkplaats

Wilfred Diekman, hoofd Karthuizer

Wilma Kannegieter, coördinator ICT in het onderwijs

Saskia Swart, organisatie ISCB-Karthuizer

Pieter Rotteveel, coördinator MediaLab

Ingrid Smit, docent IAM

Emer Beamer, docent IAM

Colofon

Uitgave Instituut voor Sociale en Culturele Beroepen - praktijk- en onderzoekscentrum de Karthuizer, 2007

Redactie Mike de Kreek, Michiel Bouwens, Ella Gal, Joris Hulbosch, Roald van Luijk, Remco Krams,
Yara van der Putte en Rick van der Valk

Eindredactie Mike de Kreek, Michiel Bouwens en Ditte Veerman

Opmaak Vlieghe Media, Amsterdam

Fotografie Mike de Kreek

Druk Drukkerij Hub. Tonnaer Weert

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/nl/>

De gebruiksvoorwaarden van dit document vallen onder de creative commons licentie
naamsvermelding - niet commercieel - gelijk delen

Deze uitgave is mede mogelijk gemaakt door de gemeente Amsterdam.

De gegevens in deze brochure zijn louter bedoeld voor algemene informatiedoeleinden over het minorprogramma *De sociale kracht van interactieve media* van het praktijk- en onderzoekscentrum ISCB-Karthuizer (onderdeel van de Hogeschool van Amsterdam). De gemeente Amsterdam kan dan ook niet verantwoordelijk worden gesteld voor eventuele fouten in de tekst en aanvaardt daarom geen enkele aansprakelijkheid voor de inhoud van deze brochure en voor eventueel (in)directe schade, binnen de wettelijk grenzen. Aan de inhoud van deze brochure, in het bijzonder betreffende de bijdrage en het beleid van de gemeente Amsterdam, kunnen geen rechten worden ontleend door derden.

De Karthuiser is onderdeel van het Instituut voor Sociale en Culturele Beroepen van de Hogeschool van Amsterdam. De Karthuiser kent de volgende programma's:

- **Empowerment voor jongeren en hun ouders in (achterstands)buurten en scholen**
Programmameider: Leonie van der Valk
- **Emotive: sociale cohesie en actief burgerschap bevorderen door cultuur**
Programmameider: Kit Wachelder
- **Youth Spot: Onderzoeks- en praktijkcentrum jongeren en jongerenwerk**
Programmameider: Marcel Spierts
- **Sociale toepassingen van ICT en nieuwe media**
Programmameider: Mike de Kreek
- **Preventie en outreachend werken**
Programmameider: Martin Stam
- **Mantelzorg**
Programmameider: Hans Malschaert
- **Normatieve professionaliteit**
Programmameider: Victor van den Bersselaar
- **Diversiteit in de hulpverlening**
Programmameider: Arnoud Simonis
- **Vernieuwingen in de jeugdzorg**
Programmameider: Siemen Spinder
- **Kinderopvang**
Programmameider: Louis Tavecchio

Meer informatie en contactmogelijkheden: www.hva.nl/karthuiser

ISCB-Karthuiser bevindt zich op de Wibautstraat 80-86, 1091 GP Amsterdam

Telefoon: 020 - 548 81 90

Presentexemplaar opvragen of meerdere exemplaren (12,50 euro per stuk) bestellen?

Neem contact op met Mike de Kreek, m.de.kreek@hva.nl

Gemeente Amsterdam
Bestuursdienst



Hogeschool van Amsterdam
Instituut voor Sociale en Culturele Beroepen



Hogeschool van Amsterdam
Instituut voor Interactieve Media



ISBN/EAN: 978-90-79071-01-2