



Buurt van de Toekomst

Een formule voor zorgzame
en duurzame buurten

Buurt van de Toekomst

Een formule voor zorgzame
en duurzame buurten

Voorwoord

“Impact laat zich natuurlijk niet alleen maar uitdrukken in cijfers. Impact is menselijk, én dus steeds voor interpretatie vatbaar. Het beschrijft wat ons raakt en kraakt. Iets dat mensenlevens inpakt, als het goed uitpakt. We zoeken het vaak heel ver, maar het ligt zo dichtbij. Impact begint bij je vrienden, familie én burens. Streef naar impact op je eigen leefwereld.”

Googel 'smart city' afbeeldingen en je ziet steeds hetzelfde. Een kille skyline met hypergeconnecteerde sensoren en databases in de hoofdrol. De mens is volledig uit het plaatje verdwenen.

Nochtans zou technologie – als middel en niet als doel – in functie moeten staan van de mens. De impact van sociale media en technologie op onze samenleving is onmiskenbaar. Meer dan ooit staan we in verbinding met gelijkgestemden van over de hele wereld, maar tegelijkertijd raken we de voeling kwijt met onze directe omgeving. Bovendien vindt niet iedereen de weg naar digitale toepassingen; denk aan digibeten en kwetsbare groepen. Eenzaamheid wordt stilaan een epidemie.

Lokale overheden en organisaties kunnen het verschil maken. Aan de hand van lokale gemeenschapsvorming stimuleren ze niet alleen ontmoetingen, maar ook informele burenhulp (zorgzaam) en circulaire deeleconomie (duurzaam). Door het sociaal kapitaal te activeren, kunnen buurtbewoners toegang krijgen tot het materiaal, de kennis, de ruimtes en de helpende handen die in de buurt aanwezig zijn.

Hoe meer mensen toegang krijgen tot dat sociaal kapitaal, hoe beter de buurt in staat is om maatschappelijke uitdagingen zelf aan te pakken. De buurt wordt een veerkrachtig ecosysteem, dat beter bestand is tegen externe bedreigingen zoals een pandemie, een voedsel- of energiecrisis, of een natuurramp.

Hoplr wil met haar digitaal buurtnetwerk en tooling voor lokale overheden een voelbare impact maken in de buurt. Daarom werken we aan een formule die het sociaal kapitaal van buurten jaar na jaar in kaart brengt. Op basis daarvan kunnen we buurtinitiatieven (bottom-up) en interventies (top-down) ontwikkelen en evalueren om het immense potentieel van een buurt te ontginnen.

Inhoud

	De waarde van de buurt	7
	1.1 De rol van ons persoonlijk netwerk in de buurt	9
	1.2 Sociaal kapitaal van de buurt	11
	1.3 Uitdaging	15
	Een formule voor zorgzame en duurzame buurten.....	21
	2.1 Formule van het sociaal kapitaal.....	23
	2.2 Potentieel	24
	2.3 Toegang.....	25
	Willen aansluiten op het sociaal kapitaal.....	31
	3.1 Sociale cohesie bepalen	33
	3.2 Dimensies van sociale cohesie	35
	3.2.1 Gemeenschapsgevoel	35
	3.2.2 Vertrouwen	37
	3.2.3 Wederkerigheid	39
	3.2.4 Gedeelde waarden.....	43
	3.2.5 Netwerk.....	45
	Kunnen aansluiten op het sociaal kapitaal	53
	4.1 Fysieke ruimtes.....	57
	4.2 Virtuele ruimtes	59
	Dynamieken van de buurt.....	65
	5.1 De invloed van ruimtes op sociale cohesie	68
	5.2 De invloed van sociale cohesie op ruimtes.....	68
	5.3 Randvoorwaarden	69
	Conclusie	75
	Bonus: Aan de slag met gemeenschapsvorming.....	79
	7.1 Buurtanalyse	81
	7.1.1 Methoden.....	82
	7.1.2 Buurtanalyse ontwikkelen	83
	7.1.3 Input visueel maken	89
	7.2 Buurtprojecten.....	91
	7.2.1 Inventaris.....	92
	Met dank aan	95

De waarde van de buurt

1.



De waarde van de buurt

Ah, de goeie ouwe tijd: gebrad in de oven, vader met de krant in zijn fauteuil en burens die de deur platlopen. Toen zat de lokale gemeenschap nog klaar om je op te vangen in moeilijke tijden. Ja vroeger, toen was alles beter.

Het is een **verleidelijk cliché, het sociaal verval en de teloorgang van het buurtleven**. Zodra we oud genoeg zijn om enige maatschappelijke evolutie waar te nemen – hetzij industrialisering, globalisering, digitalisering, ... – grijpen we terug naar dergelijke doemverhalen.¹

Onze relatie met de buurt is vandaag ongetwijfeld anders dan vroeger, **maar de buurt is in geen geval minder waard**. Zo meteen illustreren we dat de lokale gemeenschap een schat aan potentieel huisvest, misschien meer dan ooit. Maar eerst zoeken we naar de oorzaak van die veranderde relatie met de buurt. Misschien verrassend, gaan we het zoeken bij een **transformatie van onze persoonlijke netwerken**.

1.1 De rol van ons persoonlijk netwerk in de buurt

Genetwerkt individualisme

Rainie & Wellman² spreken van '**genetwerkt individualisme**'. Waar ons netwerk vroeger uit enkele hechte sociale groepen in onze fysieke nabijheid bestond, zouden we vandaag vaker deel uitmaken van een groot aantal diverse groepen met welbepaalde bestaansredenen.

¹ R. Forrest, A. Kearns, Social Cohesion, Social Capital and the Neighbourhood. Urban Stud. 38, 2125–2143 (2001).
D. Schiefer, J. van der Noll, The Essentials of Social Cohesion: A Literature Review. Soc Indic Res. 132, 579–603 (2017).

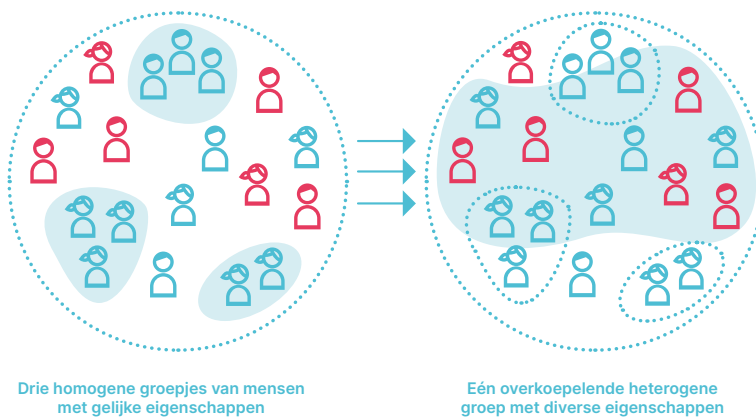
² H. Rainie, B. Wellman, Networked: the new social operating system (MIT Press, Cambridge, Mass, 2012).

Eén groep waarmee we onze muzieksmaak verkennen, een ander die onze politieke voorkeuren deelt. De huidige samenleving biedt zowel online als offline een **immens buffet van community's**, en beantwoordt daarmee aan onze conflicterende honger naar zowel eigenheid als gemeenschapsgevoel.

Diversiteit in de buurt

Doordat onze identiteit en rollen in de samenleving meer gefragmenteerd en niet langer in dezelfde mate verweven zijn met onze lokale gemeenschap, ontstaat ook **lokale diversiteit** zoals nooit tevoren. Mensen met compleet verschillende achtergronden komen naast elkaar te wonen. De buurt vormt een lappendeken van uiteenlopende interesses, talenten en overtuigingen.

Met andere woorden is de lokale gemeenschap onder invloed van globalisering, urbanisatie en internet van een homogene (waar leden veel gemeenschappelijk hebben en gelijkaardig gedrag van elkaar verwachten) naar een **heterogene gemeenschap** (waar veel diversiteit bestaat) geëvolueerd.³



3 1. K. N. Hampton, B. Wellman, Lost and Saved . . . Again: The Moral Panic about the Loss of Community Takes Hold of Social Media. *Contemporary Sociology: A Journal of Reviews*. 47, 643–651 (2018).

1.2 Sociaal kapitaal van de buurt

Sociaal kapitaal

Elk netwerk en elke gemeenschap bevat een zeker sociaal kapitaal. Dat bestaat uit het totaal aan **hulpmiddelen dat kan worden ingezet, louter op basis van sociale relaties**.⁴

Denk aan een familielid die je aan een job helpt, een vriend die tijd vrijmaakt om je te helpen verhuizen of een buur die een volkstuintje aanlegt – **het is alles wat jouw netwerk voor jou kan betekenen (vanuit een individueel perspectief) of de gemeenschap voor elkaar (vanuit een geaggregeerd perspectief)**.

Verbindend versus overbruggend

Zowel een homogene als heterogene gemeenschap bezit sociaal kapitaal, zij het in verschillende vormen.⁵ In geval van een homogene gemeenschap, spreken we van **verbindend sociaal kapitaal**. Dat herbergt belangrijke waarde in de vorm van onder meer geborgenheid en sociale steun.

Toch tonen studies aan dat voornamelijk kapitaal binnen een heterogene gemeenschap, namelijk **overbruggend sociaal kapitaal**, een **positief effect** heeft op niet alleen individuele uitkomsten, maar ook economische groei en tolerantie voor diversiteit.

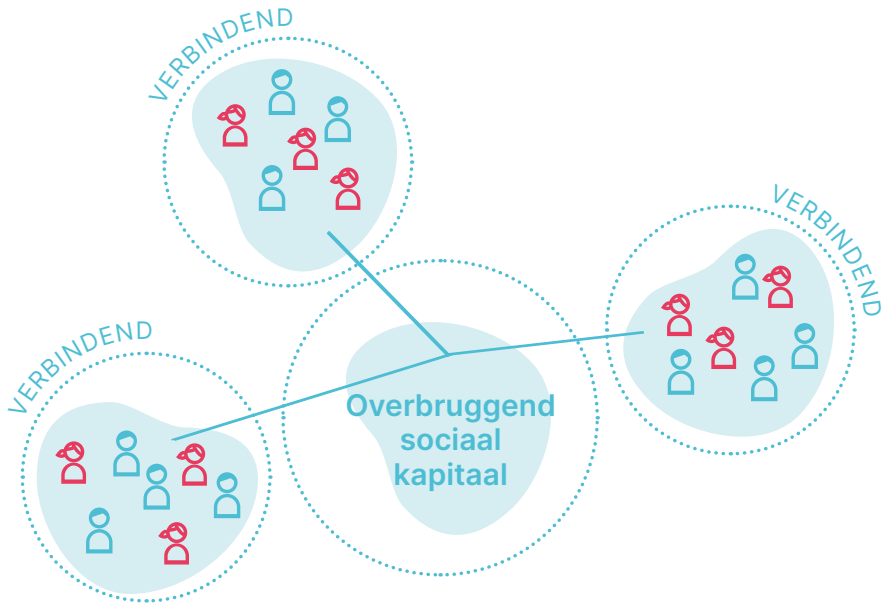
Overbruggend sociaal kapitaal van de buurt

Waar buurtbewoners vroeger als hechte (homogene) gemeenschap op elkaar terugvielen, kan elk lid nu **zijn of haar individuele netwerk aanspreken ter verrijking van de buurt**.

Nadat een woningbrand het leven van enkele bewoners overhoop haalt, steekt de buurt de handen uit de mouwen. Eén bewoner maakt een website waarlangs men online kan doneren. Een andere maakt zeepjes die de burens aan collega's en familieleden verkopen. Nog iemand wint op het werk informatie in rond de verzekering. En heel de buurt zamelt met behulp van vrienden en familie kleding en andere nuttige spullen.

⁴ J. S. Coleman, Social Capital in the Creation of Human Capital. American Journal of Sociology. 94, 95–120 (1988).
N. Lin, Social Capital: A theory of social structure and action (Cambridge university press, 2004).

⁵ R. S. Burt, Brokerage and closure: an introduction to social capital (Oxford University Press, Oxford ; New York, 2005).



Niet alleen huisvest de buurt een schat aan overbruggend kapitaal; haar **fysieke, sociale en civiele context** biedt leden een unieke tweevoudige meerwaarde.

- Enerzijds denken we aan het potentieel voor **kwetsbare en minder mobiele personen**, ouderen in het bijzonder. Voor wie niet kan terugvallen op vrienden of familie, vormt de buurt wellicht een belangrijk netwerk van sociale relaties en steun. En voor wie niet mobiel is, biedt de nabijheid van de buurt ongetwijfeld een belangrijke schakel in het zorgnetwerk.

“Hoe talrijker de draden binnen een sociaal netwerk, hoe kleiner de mazen van het sociale vangnet.”



- Anderzijds is er het uitzonderlijk **gemeenschappelijke belang** met betrekking tot uiteenlopende lokale thema's. Denk aan de initiatieven die buurtbewoners samen opzetten in de nabije, fysieke ruimte: van autodelen tot opruimacties. En zelfs talloze initiatieven die globale uitdagingen op een lokaal niveau aangaan.

Waarom lokale gemeenschapsvorming?

In zorgzame en duurzame buurten waar mensen elkaar kennen, zetten buurtbewoners zich in om gemeentelijke of zelfs globale problematieken kleinschalig aan te pakken. Lokale gemeenschapsvorming is daarom een investering in:

Welzijn

- + Er bestaat een robuust verband tussen de sterkte van het sociaal weefsel, en zowel het psychosociaal als fysiek welzijn.⁶ In buurten van de toekomst zorgen bewoners voor elkaar door een oogje in het zeil te houden, sociale steun te bieden en informele hulp te verlenen. Ook hulpbehoevendenden merken dat ze heel wat te bieden hebben en treden uit hun rol als hulpvrager. Ouderen wonen langer zelfstandig en sociaal isolement wordt actief vanuit de gemeenschap tegengegaan.

Veiligheid

- + Verschillende studies⁷ tonen een sterk verband tussen gemeenschapsgevoel en veiligheidsgevoel aan. In buurten van de toekomst houden bewoners een oogje in het zeil. Ze houden elkaar op de hoogte bij verdachte activiteit en schakelen elkaar in bij een noodgeval.

6 P. A. Thoits, Mechanisms Linking Social Ties and Support to Physical and Mental Health. *Journal of Health and Social Behavior*. 52, 145–161 (2011).

A. M. Ziersch, F. E. Baum, C. MacDougall, C. Putland, Neighbourhood life and social capital: the implications for health. *Social Science & Medicine*. 60, 71–86 (2005).

7 C. M. Fourie, in *Collaboration, Communities and Competition: International Perspectives from the Academy*, S. Dent, L. Lane, T. Strike, Eds. (SensePublishers, Rotterdam, 2017).

J. D. Lichterman, A "community as resource" strategy for disaster response. *Public Health Rep.* 115, 262–265 (2000).

R. J. Sampson, S. W. Raudenbush, F. Earls, Neighborhoods and Violent Crime: A Multilevel Study of Collective Efficacy. *Science*. 277, 918–924 (1997).

C. van Eijk, T. Steen, Waarom burgers coproducten willen zijn, 10 (2013).

Burgerparticipatie

- + Kenmerkend voor buurten met een sterk gemeenschapsgevoel is de welwillendheid van bewoners om zich in te zetten voor het collectieve goed van de buurt.⁸ In buurten van de toekomst voelen bewoners zich dan ook betrokken bij de gemeenschap en het lokale beleid. Ze nemen vaker zelf initiatief, bieden zich sneller aan als vrijwilliger en nemen vaker deel aan projecten van burens, organisaties en overheid.

Mobiliteit

- + In duurzame buurten verplaatsen bewoners zich minder vaak met de auto, want in de buurt is van alles te doen en zijn duurzame verplaatsingen de standaard.

Klimaat

- + In duurzame buurten dragen bewoners hun steentje bij voor het klimaat. Ze wisselen maar al te graag spullen uit, doen groepsaankopen en consumeren lokale producten. Samen steken ze de handen uit de mouwen om private en publieke ruimtes te vergroenen.

“Investeren in lokale gemeenschapsvorming betekent investeren in maatschappelijke thema’s zoals mobiliteit, klimaat, welzijn en burgerparticipatie.”

8 A. L. Kavanaugh, D. D. Reese, J. M. Carroll, M. B. Rosson, Weak Ties in Networked Communities. *The Information Society*. 21, 119–131 (2005).
 Y.-C. Kim, S. J. Ball-Rokeach, Civic Engagement From a Communication Infrastructure Perspective. *Communication Theory*. 16, 173–197 (2006).
 J. M. McLeod, D. A. Scheufele, P. Moy, Community, Communication, and Participation: The Role of Mass Media and Interpersonal Discussion in Local Political Participation. *Political Communication*. 16, 315–336 (1999).
 C. Talò, T. Mannarini, A. Rochira, Sense of Community and Community Participation: A Meta-Analytic Review. *Soc Indic Res*. 117, 1–28 (2014).

1.3 Uitdaging

Disconnectie

Als de buurt van vandaag werkelijk zoveel waarde huisvest, waarom merken we daar dan niet altijd evenveel van? Het lijkt soms alsof we de buurt niet langer beoordelen op basis van haar verrijking voor ons leven, maar veeleer op basis van haar **geschiktheid om onze individualiteit te accommoderen**. *'Het zijn stille burenen', 'we laten elkaar met rust' en 'ze komen de planten water geven wanneer we op reis zijn'* lijken wenselijke kwaliteiten voor de moderne buurt.

Is dit de keerzijde van de medaille? Hebben onze vrienden uit Tadzjikistan en online fanclubs ons zodanig verwend dat we **het moeilijk vinden om een connectie te voelen met onze burenen**?

Het sociaal kapitaal van de buurt ontginnen

Het potentieel mag dan immens zijn, dat **betekent niet dat deze waarde zomaar toegankelijk is**. Laat staan voor alle leden in dezelfde mate.

Clichés zoals 'vroeger was het beter' zijn verleidelijk, maar ze zijn hoogstwaarschijnlijk onjuist en op zijn minst niet constructief. Wat als we nu eens de **mooie aspecten van onze huidige realiteit zouden aanwenden om meer met elkaar te connecteren**? Dan worden buurten van de toekomst warme buurten die onze verschillen niet alleen overbruggen, maar zelfs benutten.

"Het geheim van warme buurten van de toekomst? Dat is inzetten op lokale gemeenschapsvorming, hier en nu."

Een formule voor sociaal kapitaal

In deze whitepaper stellen we een **formule** voor die inzicht biedt in de dynamieken van het sociaal kapitaal van een buurt. Op basis daarvan kun je de 'waarde' van een buurt in kaart brengen en vervolgens ontsluiten.



« Onze relatie met de buurt is vandaag anders dan vroeger. In dit boekje illustreren we dat de lokale gemeenschap echter nog steeds een schat aan potentieel huisvest, misschien meer dan ooit. »





« In zorgame en duurzame buurten waar mensen elkaar kennen, zetten buurtbewoners zich in om gemeentelijke of zelfs globale problematieken kleinschalig aan te pakken.»

Wat en wanneer je wil
abonneren!



De Meulekar
• Since 1865 •
Zeeuwse bloem
gemalen meel, brood en bakm



LOKALE PRODUCTEN VIND JE HIER

1 BESTEL ONLINE

Kies uit een ruim aanbod
lokale en verse producten op
boerenburen.be

2 OP DE BUURDERIJ

Ontvang je producten
rechtstreeks van de boer

Een formule voor
zorgzame en
duurzame buurten

2.



Een formule voor zorgzame en duurzame buurten

De buurt heeft dus een onmiskenbare waarde, *in theorie*. Intuïtief voelen we echter aan dat **de ene buurt haar leden meer waarde biedt dan de andere**. Is dat zo? Valt het sociaal kapitaal van een specifieke buurt te berekenen? En wellicht nog interessanter: biedt die formule **draaiknoppen die we kunnen instellen voor een maximaal sociaal kapitaal**?

2.1 Formule van het sociaal kapitaal

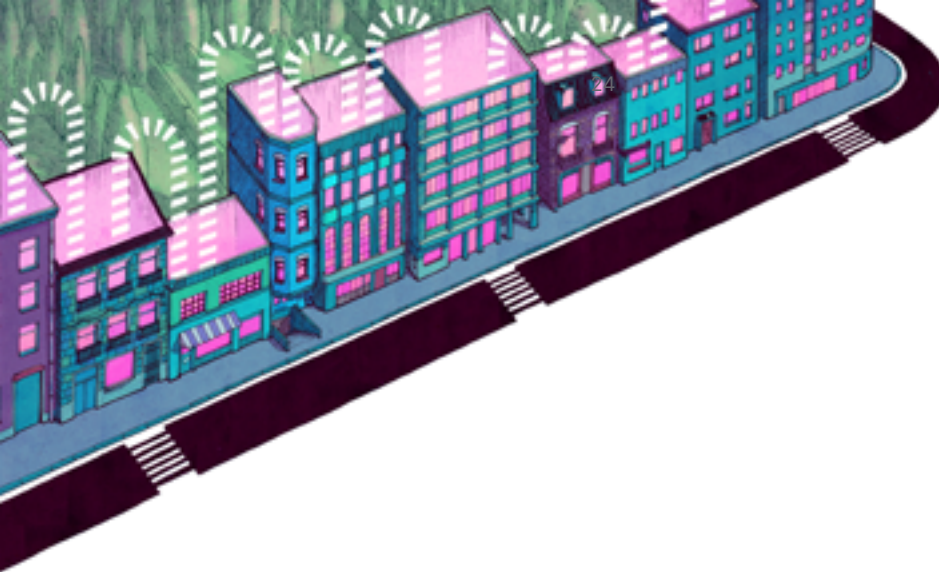
Op individueel niveau wordt iemands sociaal kapitaal meestal omschreven als het totaal aan **hulpmiddelen dat dankzij sociale relaties beschikbaar is**. Denk aan de boormachine die je van je buur leent, de rit die een vriendin je biedt, het advies dat jouw oom de advocaat je geeft, ... Tel alles bij elkaar en daar heb je het: jouw sociaal kapitaal!

Het collectieve niveau is iets ingewikkelder wat dat betreft. Het sociaal kapitaal van de buurt staat namelijk **niet louter gelijk aan het totaal aan middelen van alle bewoners**, zoals we verderop zullen bespreken.

De formule om het sociaal kapitaal van een buurt te bepalen - of beïnvloeden - bestaat naar onze mening uit twee elementen: **enerzijds het potentieel van, en anderzijds de toegang tot de middelen van de buurt**.



Ingewikkelde sociale concepten vallen natuurlijk niet zomaar in een formule uit te drukken ... Maar we doen het toch. Je zult merken dat de formule dankbaar dienst doet als houvast om door de concepten in deze whitepaper te navigeren, en, nog belangrijker, om straks aan de slag te gaan.



2.2 Potentieel

Het **potentieel**, of *urban surplus*, bestaat in eerste instantie uit de som van middelen of *assets* in een buurt. Die kunnen veel vormen aannemen:

- Tijd
- Talenten
- Financiën
- Materiaal
- Kennis
- Ruimte
- Connecties
- Emotionele steun

De mate waarin deze assets aanwezig zijn, wordt grotendeels bepaald door de **demografie en socio-economische status van de buurt**. Hoeveel mensen wonen er? Hoe divers is de buurt? Is er bruisende lokale handel?

Het potentieel wordt daarnaast mee bepaald door de mate waarin de aanwezige assets zich lenen voor **samenwerkingsverbanden** in de buurt. Het geheel is namelijk groter dan de som der delen. Diversiteit is een belangrijke factor voor dit *connectief potentieel*.

Eén buur is misschien een gepensioneerd danser (talent), een andere heeft een grote zaal ter beschikking (ruimte), nog een derde is lid van een lokale ouderenvereniging (connecties). Het zijn elementen die elk op zich weinig betekenen voor de gemeenschap. Maar eens deze drie bewoners **bij elkaar komen**, kunnen danslessen voor senioren voor meer verbinding en welzijn in de buurt zorgen (connectief potentieel).

Het potentieel van een buurt bestaat met andere woorden uit de hulpmiddelen die buurtbewoners met zich meebrengen, plus de **toegevoegde waarde** die uit mogelijke samenwerkingen voortvloeit.



Het kan enorm waardevol zijn om **deze mogelijkheden in kaart te brengen**. Door alle belangrijkste partijen in een buurt op te lijsten, wordt al snel duidelijk hoe samenwerkingen een antwoord kunnen bieden op uiteenlopende uitdagingen. Op het einde van dit boekje staan we stil bij een tool die daarbij helpt, namelijk *Neighbourhood Capacity Mapping*.

2.3 Toegang

Dat leden over bepaalde hulpmiddelen beschikken, betekent echter niet dat ze zomaar vrij in te zetten zijn door de hele gemeenschap. Daarvoor moet er namelijk ook **toegang tot de hulpmiddelen** bestaan.

Deze toegang wordt bepaald door de mate waarin **leden enerzijds kunnen, en anderzijds willen aansluiten op het netwerk van de buurt**. Aansluiten slaat zowel op het aanbieden als afnemen van hulpmiddelen.



De *mogelijkheid* om aan te sluiten op het netwerk van de buurt (kunnen) wordt in grote mate beïnvloed door de **ruimtes** van de buurt, die uitwisselingen tussen bureaus hindert of net stimuleert.

Enkele vereenzaamde buurtbewoners zouden wellicht veel hebben aan elkaars gezelschap. Maar misschien ontbreekt het in de buurt aan **publieke ontmoetingsruimtes**, waardoor deze burgers moeilijk met elkaar in contact komen.

De *welwillendheid* van buurtbewoners om aan te sluiten op het netwerk van de buurt (willen) vormt het laatste puzzelstukje. Die brengen we onder bij de **sociale cohesie van de buurt**.

Een lokale sportvereniging beschikt misschien wel over een ruimte waar jongeren elkaar na openingsuren kunnen ontmoeten. Dat betekent nog niet dat de verantwoordelijken erop **vertrouwen** dat de lokale jeugd zorg zou dragen voor hun infrastructuur.

Hoe sterk zijn de relaties tussen de buurtbewoners? Welke waarden en normen draagt de buurt hoog in het vaandel? Hoe inclusief is de lokale gemeenschap? Deze **sociale dimensies** bepalen in grote mate de toegang tot het sociaal kapitaal van de buurt.

Met de juiste tools kun je deze toegang **niet alleen evalueren, maar ook beïnvloeden**. Dit is wat ons betreft de definitie van gemeenschapsvorming. En daar ligt de sleutel naar het sociaal kapitaal.

De middelen van de buurt zijn wat ze zijn: een overvloed aan potentieel om de buurt en haar leden te verrijken. Maar de mate waarin buurtbewoners gebruik *kunnen en willen* maken van die middelen ... Daar kunnen we het verschil maken.

« In zorgzame buurten
zorgen bewoners voor
elkaar op allerlei manieren.
Zo wonen ouderen langer
zelfstandig en wordt
sociaal isolement actief
vanuit de gemeenschap
tegengegaan. »





« Elke buurt bezit een zeker sociaal kapitaal: hulpmiddelen – zoals kennis, materiaal en tijd – die door de gemeenschap kunnen worden ingezet, op basis van het netwerk dat er aanwezig is. »



Willen aansluiten op het
sociaal kapitaal

3.



Willen aansluiten op het sociaal kapitaal

De **sociale cohesie** binnen een buurt bepaalt deels de mate waarin bewoners op het netwerk – en daarmee de middelen – van de buurt willen aansluiten.



De sociale cohesie bepaalt dus **in hoeverre men bereid is om:**

- de eigen middelen **beschikbaar te stellen** aan de gemeenschap;
- zich tot de buurt te richten **wanneer men iets nodig heeft**; en
- **samen te werken** aan een betere buurt.

3.1 Sociale cohesie bepalen

We zijn allemaal eens dat sociale cohesie een goed iets is. Het is een toestand waar een groep zich tot op zekere hoogte in bevindt. De aanwezigheid ervan bevordert in ieder geval **het welzijn van haar leden**.⁹

Verder dan dat is het een **complex, gelaagd en gecontesteerd begrip**, en bestaat er geen eenduidige definitie. Hoe gaan we de sociale cohesie van een buurt dan evalueren?

Sociale cohesie is naar onze mening het **resultaat van talloze dimensies en hun onderlinge dynamieken** die bepalen in welke mate leden deel willen uitmaken van de groep. Bijgevolg kunnen we enkele meetbare dimensies van een buurt in

⁹ D. Schiefer, J. van der Noll, The Essentials of Social Cohesion: A Literature Review. Soc Indic Res. 132, 579–603 (2017).

kaart brengen, om zo goed mogelijk te begrijpen hoe het met de sociale cohesie van een buurt gesteld is.

Zie het als de evaluatie van de algehele gezondheid van een persoon. Er bestaat geen kant-en-klare test die iemands gezondheid in procenten uitdrukt. Maar we kunnen wel de lichaamstemperatuur meten, enkele vragen stellen, een bloedonderzoek doen. Op eenzelfde manier kunnen we **de lokale gemeenschap van verschillende kanten bekijken, en zo een analyse uitvoeren.**

Vervolgens kunnen we ook een 'behandelplan' uitstippelen. Aan de hand van buurtinitiatieven (bottom-up) of -interventies (top-down) proberen we **een positieve impact te maken op enkele van de sociale dimensies**, en zo uiteindelijk de bereidheid om aan te sluiten op het netwerk te stimuleren.

3.2 Dimensies van sociale cohesie

Sociale cohesie staat onder directe invloed van **talloze dimensies, al dan niet meetbaar, al dan niet beïnvloedbaar**. Er bestaan zowat evenveel combinaties van gebruikte dimensies, als gerelateerde sociale studies.

Op basis van de vaakst voorkomende dimensies, alsook onze eigen ervaring, stellen we een kort lijstje van **'meetbare en maakbare' sociale dimensies** als houvast voor. Naar onze mening biedt het een vrij volledig beeld van de sociale cohesie in een buurt, of tenminste een goed vertrekpunt voor een analyse en actieplan:

- Gemeenschapsgevoel
- Vertrouwen
- Wederkerigheid
- Gedeelde waarden
- Netwerken

Hieronder staan we kort stil bij elk van deze dimensies: wat betekenen ze voor de sociale cohesie in een buurt en hoe zou een lokale organisatie of overheid ze kunnen stimuleren richting gemeenschapsvorming? Zoals je zult zien, **onderstreept iedere dimensie het belang van positieve uitwisselingen tussen buurtbewoners**.

3.2.1 Gemeenschapsgevoel

Betekenis

Gemeenschapsgevoel is het beeld dat bewoners over de buurt hebben, en de mate waarin zij zich **met dat beeld (willen) identificeren**.¹⁰

Het draait om het **'wij-gevoel'** dat al dan niet in een buurt aanwezig is, vergelijkbaar met dat van een sportclub. Al heeft een supporter de bal gedurende een wedstrijd niet aangeraakt, zal die het na de match niet nalaten uit te roepen dat 'wij gewonnen zijn'.

¹⁰ D. W. McMillan, D. M. Chavis, Sense of community: A definition and theory. *Journal of community psychology*. 14, 6-23 (1986).

Als bewoners zich in grote mate identificeren met de buurt, vinden zij het belangrijk dat de buurt het goed doet. Hun **persoonlijke identiteit en zelfs trots** zijn er namelijk tot op zekere hoogte mee verweven. Bijgevolg is het waarschijnlijker dat ze mee in de buurt willen investeren.¹¹

Gemeenschapsvorming door het stimuleren van gemeenschapsgevoel

Buurtbewoners krijgen een sterker gemeenschapsgevoel naarmate ze meer **positieve ervaringen** hebben met de lokale gemeenschap.¹² Zoals een leuke activiteit of een buur die een handje helpt. Op basis van deze ervaringen vormen bewoners een positief beeld van de buurt, waardoor men zich sterker met de buurt zal identificeren.

Het hoeven bovendien geen persoonlijke ervaringen te zijn. Een buurtbewoner vormt dat beeld ook als getuige van **uitwisselingen tussen andere bewoners**. Zoals zien dat twee van je burens een gezellig praatje slaan, online lezen hoe een buurtbewoner hulp kreeg bij het sneeuwuimen, of horen dat de buurt enkele jaren voor je intrek een succesvolle inzamelactie heeft georganiseerd.¹³

Als lokale overheid of organisatie kun je gemeenschapsgevoel stimuleren door een (meer inclusief) **podium te bieden voor positieve verhalen over de buurt**.

Denk enerzijds aan **publieke en virtuele ruimtes** waar burens elkaar kunnen ontmoeten voor buurtverbindende uitwisselingen. In het volgende hoofdstuk lichten we deze ruimtes toe.

Anderzijds kun je mooie getuigenissen (die eventueel uit een buurtonderzoek zijn opgedoken) meer naar voren brengen, aan de hand van een **lokale communicatiestrategie**. Dit opnieuw met voldoende aandacht voor inclusiviteit.

11 L. Mahmoudi Farahani, The Value of the Sense of Community and Neighbouring. *Housing, Theory & Society*. 33, 357–376 (2016).

12 E. J. Lawler, S. R. Thye, J. Yoon, Social Commitments in a Depersonalized World (Russell Sage Foundation, New York, 2009).

13 J. D. De Meulenaere, B. Baccarne, C. Courtois, K. Ponnet, Neighborhood hotspot and community awareness: The double role of social network sites in local communities. *Communications*. 1 (2020), doi:10.1515/commun-2019-0135.

Enkele voorbeelden die **uitwisselingen tussen buren stimuleren en bewoners trots maken** om lid te zijn van de buurt:

- + Jaarlijks buurtfeest
- + Nieuwjaarsdrink
- + Goeie-buur-awards
- + Getuigenissen uit de buurt
- + Buddywerking
- + Welkomstmoment voor nieuwe buurtbewoners
- + Barmhartige buurtacties
- + Online buurtnetwerk
- + Buurtslogan

3.2.2 Vertrouwen

Betekenis

Vertrouwen slaat op de **verwachting dat buren zich zullen gedragen** op een manier die voordelig is, of op z'n minst niet nadelig, voor onszelf of de gemeenschap. Zonder wederzijds vertrouwen zijn leden weigerachtig om samen te werken en is het dus onmogelijk om het sociaal kapitaal optimaal te benutten.¹⁴

Het gaat gepaard met een stukje **risico**: 'Ondanks de mogelijkheid dat mijn buur mijn ladder nooit terug zal geven, zal ik die toch uitlenen.'

Vertrouwen speelt een rol op verschillende **niveaus die van belang zijn bij de sociale cohesie** in een buurt:

- Vertrouwen in een **individu**
- Vertrouwen in een groep waarmee we **onzelf identificeren**
- Vertrouwen in een groep waarmee we **onzelf niet identificeren**
- Vertrouwen in een **instelling**

Twee onbekende jongeren bellen aan met de vraag of ze je auto mogen wassen in ruil voor wat zakgeld. In welke mate zou je sneller geneigd zijn de jongeren te vertrouwen als ze in je buurt woonden?

14 R. S. Burt, Brokerage and closure: an introduction to social capital (Oxford University Press, New York, 2005)

Gemeenschapsvorming door het stimuleren van vertrouwen

Wanneer in een buurt systematisch wantrouwen bestaat, is dat doorgaans ofwel een gevolg van **slechte ervaringen, of net een gebrek aan ervaringen.**

Hieronder delen we vijf suggesties om het vertrouwen in een buurt te stimuleren.

- + **Rollen.** Rolambigüiteit speelt een belangrijke rol bij wantrouwen. Het is in dat geval niet duidelijk wat iemand van een andere persoon kan verwachten, en welke protocols aan een uitwisseling vasthangen. Daarom kan het lonen om vertrouwenspersonen of aanspreekpunten in de buurt aan te stellen, zoals een buddy of wijkambassadeur.
- + **Transparantie.** Doe wat je zegt en zeg wat je doet. Tijdig, helder en consistent communiceren, en daar dan ook zo goed mogelijk naar handelen, kan het vertrouwen in het lokale niveau helpen herstellen.

Je kan ook andere lokale organisaties in staat stellen om transparanter te werk te gaan. Denk aan een communicatielij, convenant, of lokale open bedrijvendag.

- + **Omgeving.** Onderzoek toont een verband tussen de staat en tevredenheid van faciliteiten in de buurt enerzijds en het sociale vertrouwen anderzijds.¹⁵ Overweeg even de impact van verloedering zoals vandalisme, hondenpoep of kapotte straatverlichting op veiligheidsgevoel en uiteindelijk vertrouwen. Onderhoud van de openbare ruimte is bijgevolg belangrijk om het vertrouwen in de buurt te stimuleren.
- + **Ontmoetingen.** Wantrouwen stamt vaak uit angst voor het onbekende. Op basis van ontmoetingen kunnen we positieve ervaringen en dus vertrouwen stimuleren. Het creëren van gelegenheden om elkaar te ontmoeten, met aandacht voor diversiteit, wordt daarom des te belangrijker. Denk aan ontmoetingen tussen jong en oud, tussen nieuwkomers en 'oude garde', en tussen verschillende cultureel-etnische groepen.

15 N. Hassan, T. S. Y. Lim, The Quality of Neighbourhood Facilities and Their Effect on Social Trust in Salak Selatan New Village, Kuala Lumpur. Journal of Regional and City Planning. 31, 264–284 (2020).

Geef vertrouwen. Een lokale overheid kan het narratief rond een groep of organisatie veranderen. Dit bijvoorbeeld door hen in staat te stellen om een positieve impact op de buurt te maken. Vraag jongeren bijvoorbeeld een actie tegen zwerfvuil uit te denken.

In ieder geval laat je de buurt weten dat je als lokale overheid of organisatie zelf steevast vertrouwen hebt in de groep of instelling in kwestie. Let daarbij wel op dat je niet net de klemtoon legt op eventuele segregatie in de buurt.

3.2.3 Wederkerigheid

Betekenis

Voor de meeste prestaties, of het nu gaat over het delen van informatie of het uitlenen van een ladder, wordt vroeg of laat een tegenprestatie verwacht. Dit verwachtingspatroon heet **wederkerigheid**. Wederkerigheid komt in verschillende vormen¹⁶ voor, afhankelijk van de aard van een relatie of netwerk.

A. Onderhandelde uitwisseling

Ten eerste kan de norm ‘**onderhandelde uitwisseling**’ gelden. Daarbij zullen twee burens vooraf duidelijk afspreken wie wat gaat doen. De uitwisseling verloopt bilateraal, min of meer tegelijkertijd.

Een oudere dame heeft hulp nodig bij het sneeuwruimen.
Een buurtbewoner wil helpen, maar vraagt daarvoor een **vergoeding**.

Vaak is er in dit geval **niet veel sprake van vertrouwen**, en de kans op succes voor één buur hangt sterk af van diens eigen acties, en dus mogelijkheden. Bovendien lenen deze uitwisselingen zich slechts in beperkte mate tot herhaling.

B. Wederkerige uitwisseling

Daarnaast kan een buur ook middelen delen, zonder meteen iets terug te verwachten. Die weet dan niet wanneer de tegenprestatie komt, en of die wel komt. Dat heet een ‘**wederkerige uitwisseling**’.

¹⁶ L. D. Molm, The Structure of Reciprocity. Social Psychology Quarterly. 73, 119–131 (2010).

Een oudere dame heeft hulp nodig bij het sneeuwruimen. Een buurtbewoner helpt haar en vraagt **niets in ruil**. Wanneer de oudere dame enkele maanden later hoort dat de buurtbewoner vader is geworden, besluit ze een warme maaltijd voor het kersverse gezinnetje te koken.

De uitwisselingen verlopen in dit geval los van elkaar, unilateraal, en vormen gezonde voedingsstoffen voor een **langdurige relatie**.

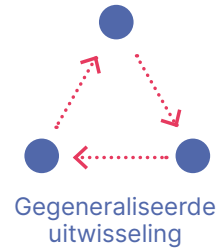
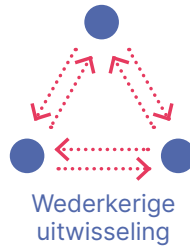
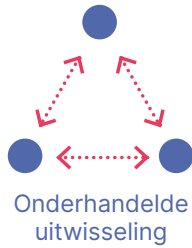
Mocht de tegenprestatie er nooit komen – voornamelijk als die wordt geweigerd in geval van een concrete vraag – zou dat de **reputatie** van de hulpontvanger en de relatie tussen beiden eventueel kunnen schaden. Er ontstaat met andere woorden wel een zekere verwachting.

C. Gegeneraliseerde uitwisseling

Een derde mogelijkheid is de **gegeneraliseerde uitwisseling**, waarbij een buur niet per se een tegenprestatie levert aan de persoon die hem of haar heeft geholpen, maar wel aan een andere buurtbewoner.

Een oudere dame heeft hulp nodig bij het sneeuwruimen. Een buurtbewoner helpt haar en vraagt niets in ruil. Wanneer de oudere dame die dag online ziet dat een **andere buurtbewoner** aanbevelingen zoekt om een nieuwe broek te laten inkorten, stelt zij zich meteen kandidaat om het werk gratis te doen.





Bij dit soort 'indirecte' uitwisseling zijn buurtbewoners niet afhankelijk van één andere persoon, maar van **alle leden die bijdragen aan het netwerk**.

Deze vorm van wederkerigheid brengt belangrijke voordelen voor de buurt met zich mee. Zo kunnen de uitwisselingen zich ook uiten in **acties van goed nabuurschap**. In een buurt met gegeneraliseerde uitwisselingen als norm, zullen bewoners wellicht zonder nadenken elkaars omgewaaide vuilbakken rechtzetten of een oogje in het zeil houden.

Daarnaast geldt een belangrijk voordeel voor buurtbewoners die minder middelen (zoals materiaal of vaardigheden) te bieden hebben. De kans dat ze iemand uit de buurt kunnen helpen is per slot van rekening groter dan dat ze één specifieke buur kunnen helpen. Kwetsbare bewoners kunnen zo **uit hun rol van hulpbehoevende treden**. Want werkelijk iedereen heeft de buurt iets te bieden.

De mate en vorm waarin wederkerigheid aanwezig is, bepaalt in hoeverre bewoners graag **hun steentje willen bijdragen, of hulp durven vragen**.

Gemeenschapsvorming door het in beeld brengen van wederkerigheid

Het is lastig om een structuur van gegeneraliseerde uitwisselingen op te zetten zonder sterke sociale cohesie. Wel kan een lokale overheid of organisatie het gemak en de motivatie om middelen uit te wisselen vergroten.

Het **zichtbaar maken van de uitwisselingen** speelt daarbij een belangrijke rol. Dit om drie redenen:

- het maakt duidelijk dat het in de buurt de **norm** is om buren zonder directe tegenprestatie te helpen;
- de hulpvragen in de buurt zijn **overzichtelijk**, wat de kans dat iemand iets ziet waarmee die kan helpen vergroot; en

- als iemands behulpzame acties zichtbaar zijn voor de buurt, is dat heel positief voor diens **reputatie**, wat een uitzonderlijk sterke motivator kan zijn.

Hieronder delen we enkele suggesties om de uitwisselingen in een buurt beter zichtbaar te maken.

- + **Een digitaal buurtnetwerk** laat buurtbewoners toe om hun hulpvragen en -aanbiedingen gedurende lange tijd zichtbaar te maken. Ook reacties en dus uitwisselingen zijn voor alle leden zichtbaar.
- + **Een deelfrigo of buurtbibliotheek** is een fysiek bewijs van mooie, nuttige uitwisselingen in de lokale gemeenschap.
- + **Een buurtgerichte communicatiecampagne** brengt bijzonder mooie uitwisselingen in beeld. Denk ook hier aan buurtprojecten zoals goede-buur-awards en getuigenissen uit de buurt.

3.2.4 Gedeelde waarden

Betekenis

Waarden zijn abstracte, emotionele **overtuigingen** die langs een continuüm bestaan. Ze vormen de drijfveer voor specifieke attitudes en gedrag.¹⁷

Simpeler gesteld; er bestaan veel verschillende waarden waar mensen **in variërende mate belang aan hechten**. Integriteit, productiviteit, respect, succes, toewijding, gelijkheid, ... Deze vertalen zich naar normen – gedragsregels – die dicteren welke handelingen in welke situaties gepast zijn.

Onze persoonlijke waarden en normen bepalen niet alleen ons eigen gedrag, maar ook **hoe we het gedrag en uiteindelijk de inborst van anderen evalueren**. Als het gedrag van een buur indruist tegen onze eigen waarden en normen, zal dat onze mening over hem of haar wellicht negatief beïnvloeden.

Een buurtbewoner hecht heel erg veel belang aan orde en netheid. Dat vertaalt zich naar een voortuintje dat altijd perfect gemaaid is en een vuilnisbak die nooit te lang op de stoep blijft staan. Zijn overbuur ligt niet wakker van dat soort zaken. Zij hecht meer waarde aan vrijheid en flexibiliteit. De eerste bewoner ergert zich in haar en heeft niet de neiging een gezellig praatje met haar te maken.

Een gevoel van gedeelde waarden heeft een grote impact op een dimensie die we al eerder bespraken: vertrouwen. Als we **verwachten dat iemand dezelfde waarden deelt**, vertrouwen we er gemakkelijker op dat we richting een gemeenschappelijk doel werken, met respect voor dezelfde regels.

Gemeenschapsvorming door het benadrukken van gedeelde waarden

Een disconnectie op basis van waarden is een belangrijke oorzaak van wrijvingen tussen groepen, zoals verschillende culturen en generaties. Conflicterende waarden hebben daarom de capaciteit om voor verdeeldheid in een gemeenschap te zorgen. Aan de andere kant hebben gedeelde waarden net het **potentieel om mensen samen te brengen**.

¹⁷ L. Wray-Lake, B. D. Christens, C. A. Flanagan, in Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research, A. C. Michalos, Ed. (Springer Netherlands, Dordrecht, 2014), pp. 1102–1107.

Elke twee partijen in een buurt hebben zeker één gedeelde waarde. Het komt erop aan **deze te benadrukken**, want uiteindelijk hebben we als mensen meer gelijkenissen dan verschillen.

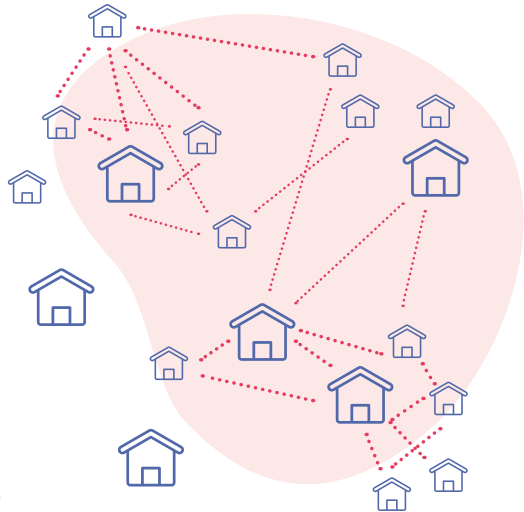
Hieronder delen we een actieplan van vijf stappen om de gedeelde waarden in een buurt te ondersteunen.

1. Achterhaal aan de hand van een **buurtbevraging** welke waarden en normen de partijen van een buurt (bewoners, organisaties, ...) vooropstellen, op persoonlijk, maatschappelijk en buurtniveau.
2. Ga in alle input **op zoek naar de gedeelde waarden**, die bovendien zo inclusief mogelijk zijn. Denk aan waarden zoals respect, behulpzaamheid en verdraagzaamheid.
3. Giet de gedeelde waarden van de buurt in een soort **buurtmanifest**. Denk aan een slagzin, of een reeks geboden.
4. Maak de gedeelde waarden **zichtbaar** in de buurt. Dat kan fysiek in de buurt zijn, maar ook via een folder of website. Ook nieuwkomers weten zo meteen waar de buurt voor staat.
5. Probeer tot slot ook **diverse partijen en rond gemeenschappelijke maatschappelijke waarden** te verbinden om sociale cohesie te verhogen. Verbind jeugd en een lokale vzw rond milieu, of ouders met verschillende etnisch-culturele achtergronden rond opvoeden.



3.2.5 Netwerk

Bovenstaande vier dimensies (gevoel van toebehoren, vertrouwen, wederkerigheid en gedeelde waarden) zijn cognitieve dimensies, ze bestaan voornamelijk in de hoofden van buurtbewoners en zijn dus sterk subjectief. Netwerk is daarentegen een **structurele dimensie** die ons veeleer iets vertelt over de samenstelling van de buurt, en is dus min of meer objectief.



Als we alle bewoners en organisaties in de buurt visueel in kaart zouden brengen, zouden we

lijnen kunnen trekken tussen elke twee partijen waar een relatie bestaat. Deze lijnen zouden ons vertellen hoe goed individuen en organisaties genetwerkt zijn binnen de buurt.

Er zouden wellicht clusters van homogene groepen tevoorschijn komen, en misschien eerder spaarzame bruggen tussen de clusters onderling. Deze verwijzen terug naar het **verbindend en overbruggend sociaal kapitaal** waarover we het aan het begin van dit boekje hadden.

Daarnaast zouden we hier en daar een link zien tussen groepen en organisaties, hetgeen vervat zit in het **schakelende sociaal kapitaal**.

Hoe beter een individu of organisatie genetwerkt is in de buurt, **hoe sneller iemand geneigd zal zijn om aan te sluiten op het algehele buurtnetwerk**, waar ook vreemden deel van uitmaken.

En ook; **hoe sterker het buurtnetwerk** op vandaag al is, hoe interessanter het voor een individu of organisatie wordt om er mee op aan te sluiten.

..... Iemand verhuist terug naar de buurt waar ze als jong meisje al woonde. Er wonen vooral nieuwe gezichten, maar haar ouders en oud buurmeisje wonen er nog. Ze weet dat de buurt een gemeenschap is die erg aan elkaar hangt en vaak op elkaar terugvalt. Ze staat bijgevolg te popelen om ook in de gemeenschap te worden opgenomen, en gaat met veel plezier in op een ontvangstmoment voor nieuwe inwoners.

Gemeenschapsvorming door het uitbreiden van bestaande netwerken

Door **nieuwe relaties tussen individuen, groepen en organisaties in de buurt te stimuleren**, raken partijen beter genetwerkt in de buurt en wordt de sociale cohesie hoger. Op die manier voelen steeds meer mensen zich bereid om mid-delen te bieden aan, en te vragen van, de lokale gemeenschap.

Hieronder delen we enkele ideeën om de netwerken binnen de buurt te versterken.

- + **Brugfiguren.** Zij kunnen een belangrijke rol spelen door verschillende partijen met elkaar in contact te brengen. Denk aan buurtwerkers, buddy's of een Buurtconciërge.
- + **Ontmoetingen.** Organiseer welkomstmomenten of andere 'netwerkmomenten' waar buurtbewoners elkaar kunnen ontmoeten.
- + **Acties.** Ook activiteiten rond thema's waar burgers van wakker liggen, bieden een ideale omgeving waar relaties kunnen ontstaan. Denk aan een infosessie of beurs.
- + **Fysieke en virtuele ruimtes.** Alleen door de aanwezigheid van kwaliteitsvolle ruimtes, zowel fysiek (zoals een park) als virtueel (zoals een digitaal buurtnetwerk), kunnen spontaan uitwisselingen ontstaan.
- + **Bekendmaking organisaties.** Door lokale organisaties, en hun aanbod en werking bekend te maken, kunnen sneller relaties tussen organisaties en burgers, en organisaties onderling ontstaan. Denk aan een gids van lokale handelaars of open bedrijvendag.





« Gemeenschapsgevoel draait om het 'wij-gevoel' dat buuren al dan niet ervaren. Als bewoners zich sterk identificeren met de buurt, vinden zij het belangrijk dat de buurt het goed doet. »





« Door nieuwe relaties tussen individuen, groepen en organisaties in de buurt te stimuleren, raken partijen beter genetwerkt in de buurt en wordt de sociale cohesie hoger. »

« Het zichtbaar maken
van gedeelde waarden,
zoals netheid en aandacht
voor het klimaat,
kan buurtbewoners
samenbrengen en
activeren. »





«Wantrouwen stamt vaak uit angst voor het onbekende. Op basis van ontmoetingen kunnen we positieve ervaringen en dus vertrouwen in de buurt stimuleren.»

Kunnen aansluiten
op het sociaal kapitaal

4.



Kunnen aansluiten op het sociaal kapitaal

Even opfrissen!

Herinner je je nog de twee elementen die de toegang tot het sociaal kapitaal bepalen?



Tot nu toe hebben we voornamelijk gekeken naar het willen aansluiten, hetgeen in grote mate wordt bepaald door de sociaal cohesie. Nu gaan we kijken naar de **mogelijkheid**, de mate waarin men kan aansluiten, op de middelen van de buurt.

Communicatie-infrastructuur

De communicatie-infrastructuur behandelt de **fysieke en virtuele ruimtes** waarbinnen buurtbewoners al dan niet met elkaar in contact komen.

Het is in grote mate de kwaliteit van deze **communicatie-infrastructuur** die bepaalt in hoeverre de buurt in staat is om:

- eigen middelen **beschikbaar te stellen** aan de gemeenschap;
- zich tot de buurt te richten **wanneer men iets nodig heeft**; en
- **samen te werken** aan een betere buurt.

Het belang van ruimtes

Zonder de aanwezigheid van kwaliteitsvolle, toegankelijke ruimtes waar buurtbewoners systematisch met elkaar in contact kunnen komen, wordt het vanzelfsprekend **moeilijk om het sociaal kapitaal van de buurt te benutten**.

Want hoe zou men **zonder fysieke of virtuele ruimte** bijvoorbeeld:

- weten **wie** in de buurt woont;
- weten welke **middelen** in de buurt aanwezig zijn;
- om hulp of materiaal **vragen**;
- hulp of materiaal **bieden**;
- praten over **uitdagingen en oplossingen**; of
- de **handen in elkaar slaan**.

Rol van een overheid

Vaak komt het bieden van ruimte waar burens met elkaar in contact kunnen komen neer op een investering van tijd, geld en energie. De **rol van een lokale overheid** is wat dat betreft drievoudig:

- begrijpen waar de **nood** ligt (wat voor ruimte gewenst is, maar ook hoe de ruimte moet worden ingevuld);
- de nodige ruimtes **voorzien**; en
- de bestaande ruimtes **onderhouden**.

Het betrekken van buurtbewoners bij deze processen is zeker en vast bevorderlijk voor het **eindresultaat, de betrokkenheid bij het project en de sociale cohesie in de buurt**.

Uit een bevraging blijkt dat er draagvlak bestaat voor de ontwikkeling van een nieuw speelplein. Als de buurt haar eigen talenten kan gebruiken om het speelplein in te richten (tuin aanleggen, kunstwerk maken, naam verzinnen, ...) zullen bewoners zich zeker trots voelen. Dat is bevorderend voor het buurtgevoel én de kans dat men zich later zal inzetten voor het onderhoud.

4.1 Fysieke ruimtes

Third places

Met fysieke ruimtes doelen we op alle plekjes in de buurt die bewoners de gelegenheid bieden om met elkaar te interageren (zoals een wandelpad), maar nog meer op de **plekken die interactie zelfs stimuleren**. Denk aan een lokaal café, buurthuis of park.

Ray Oldenburg heeft het over **third places**.¹⁸ Waar je thuis dienst doet als *first place* en je werkomgeving als *second place*, zijn *third places*:

- **toegankelijk** voor iedereen;
- gericht op **informele** conversaties in een comfortabele setting;
- **vertrouwd**, bijvoorbeeld doordat er vaak bekende gezichten zijn; en
- geen verplichte stop, bezoekers zijn er **omdat ze dat willen**.

Third places zijn **belangrijk voor het sociale leven in de buurt**. Ze bieden bewoners de gelegenheid om buurtkwesties te bespreken, opinies uit te wisselen, van elkaar te leren, ... waardoor relaties en acties kunnen ontstaan.

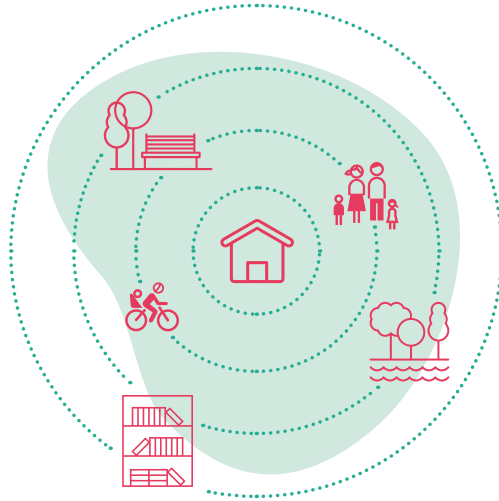
Parochiale ruimte

Buurtbewoners kunnen deze plekken mettertijd gaan **parochialiseren**.¹⁹ De parochiale ruimte is een laag tussen de private en publieke ruimte. In de parochiale ruimte gedraagt men zich net iets anders ten opzichte van elkaar. Uitwisselingen die hier plaatsvinden, hebben niet het intieme karakter van een vriendenrelatie, maar ook weer niet de afstandelijkheid die tussen vreemden bestaat. De parochiale ruimte nodigt uit tot **vriendelijke herkenning, luchtige conversatie en andere uitingen van nabuurschap**.

In een buurt in het centrum van de stad, bevinden zich enkele drukke winkelstraten. Passanten mijden er elkaars blik. Slechts een steenworp verder, vind je een parkje. Bewoners zien dit als een plek voor de buurt. Hier groeten passanten elkaar bijna altijd, en men stopt er vaak om een praatje te slaan.

18 R. Oldenburg, *The great good place: cafés, coffee shops, bookstores, bars, hair salons, and other hangouts at the heart of a community* (Marlowe, New York, 1999).

19 M. Kusenbach, *Patterns of Neighboring: Practicing Community in the Parochial Realm*. *Symbolic Interaction*. 29, 279–306 (2006).
L. H. Lofland, *The public realm: exploring the city's quintessential social territory* (Aldine de Gruyter, Hawthorne, N.Y., 1998), *Communication and social order*.



Subjectief

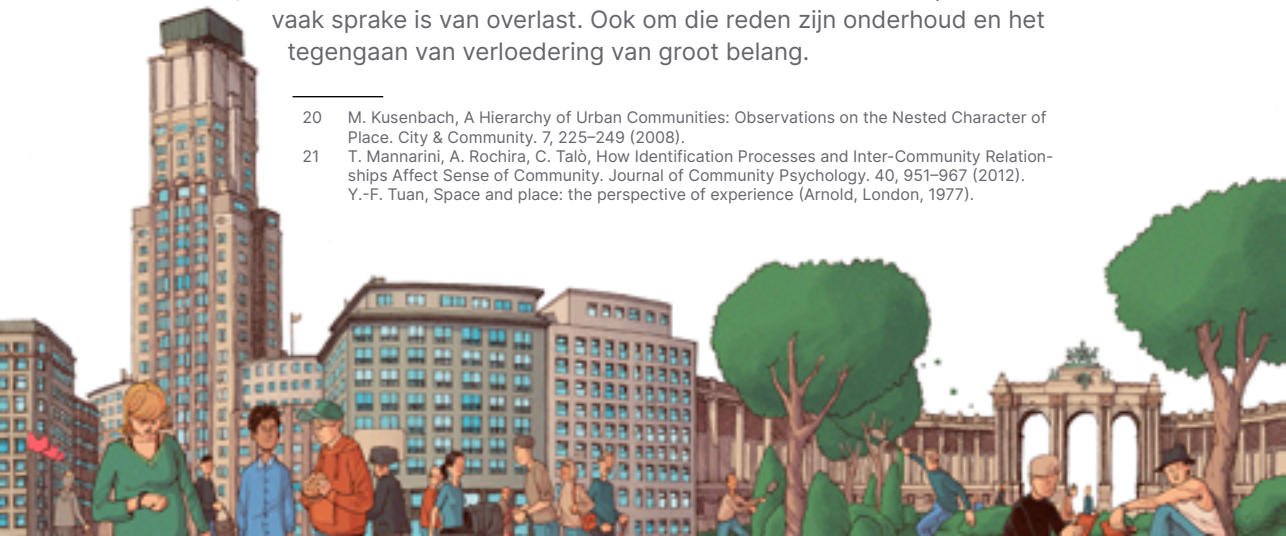
Of een ruimte publiek of parochiaal is, **hangt af van de toeschouwer**. Een café-bezoeker die niet in de buurt woont, zal het café als publieke ruimte aanschouwen en zich daar ook naar gedragen. Een buurtbewoner zou daarentegen bijvoorbeeld sneller geneigd kunnen zijn andere klanten aan te spreken. De betekenis die een ruimte draagt, verschilt ook **onder buurtbewoners**. De fysieke buurt kan worden opgedeeld in concentrische cirkels rond iemands woning.²⁰ Hoe dichterbij een plek, hoe meer betekenis die draagt. Zo zou iemand alleen al door uit het raam te kijken een heleboel kunnen leren over diens onmiddellijke burens.

Een buurtbankje kan veel waard zijn voor iemand die er op enkele passen vandaan woont, terwijl dat voor een bewoner van de andere kant van de buurt veel minder het geval zal zijn. Het **strategisch aanbrengen van dergelijke ontmoetingsplekjes** kan bijgevolg een impact maken.

Ook de **geschiedenis en associaties** die aan een plek hangen zijn van belang.²¹ Een park waar in het verleden al veel leuke buurtactiviteiten hebben plaatsgevonden, heeft wellicht meer waarde voor de buurtbewoners dan een park waar vaak sprake is van overlast. Ook om die reden zijn onderhoud en het tegengaan van verloedering van groot belang.

20 M. Kusenbach, A Hierarchy of Urban Communities: Observations on the Nested Character of Place. *City & Community*. 7, 225–249 (2008).

21 T. Mannarini, A. Rochira, C. Talò, How Identification Processes and Inter-Community Relationships Affect Sense of Community. *Journal of Community Psychology*. 40, 951–967 (2012).
Y.-F. Tuan, *Space and place: the perspective of experience* (Arnold, London, 1977).





4.2 Virtuele ruimtes

De betekenis van een virtuele ruimte

Elke ruimte die uitwisselingen tussen buurtbewoners toelaat, biedt tot op zekere hoogte toegang tot het sociaal kapitaal. Dat kan naast ontmoetingsplekken in de buurt over een prikbord met zoekertjes gaan, of een **digitaal buurtnetwerk** zoals Hoplr.

Ook virtuele ruimtes bieden **inzicht in de identiteit, middelen en uitdagingen van de buurt**. Net als in de fysieke ruimtes kunnen bewoners er hulpvragen stellen en beantwoorden, informatie uitwisselen, en samenwerkingen aangaan.²²

Persistentie, repliceerbaarheid, schaalbaarheid en doorzoekbaarheid

Virtuele uitwisselingen zijn doorgaans minder geschikt om sterke relaties verder uit te diepen. In de context van gemeenschapsvorming brengen ze aan de andere kant wel enkele **bijzondere eigenschappen** met zich mee.

Online uitwisselingen (zoals buurtberichten op Hoplr) worden geregistreerd en bewaard, waardoor ze ook door andere buurtbewoners kunnen worden **geraadpleegd en gedeeld, nu of in de toekomst**.

Met andere woorden hebben de uitwisselingen die online plaatsvinden een groot, zo niet groter, potentieel om een impact te maken op **bewoners die niet direct bij de initiële interactie betrokken waren**.

²² J. De Meulenaere, C. Courtois, K. Ponnet, in Routledge Companion to Local News and Journalism, A. Gulyas, D. Baines, Eds. (Routledge, Oxford, UK, 2020), pp. 398–407.
C. López, R. Farzan, in Proceedings of the 7th International Conference on Communities and Technologies (ACM, New York, NY, 2015), C&T '15, pp. 59–67.

Dat heeft dan weer een **exponentieel effect** met betrekking tot:

- de ontwikkeling van de **buurtidentiteit**;²³
- de kans dat leden met de **juiste middelen** in contact komen (bv. een uitnodiging voor een buurtactiviteit, relevante informatie, hulp, ...); en
- **observerend leren** (men leert de regels van de buurt steeds beter kennen en het wordt gemakkelijker om hulpvragen te stellen).

Bovendien kan het buurtcontact in de virtuele ruimte voor sommige buurtbewoners als **laagdrempeliger** worden ervaren dan in de fysieke ruimte.

23 De Meulenaere, J. D., Baccarne, B., Courtois, C., & Ponnet, K. (2020). Neighborhood hotspot and community awareness: The double role of social network sites in local communities. *Communications*, 1(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1515/commun-2019-0135>



« Het betrekken van
buurtbewoners bij de
ontwikkeling van fysieke
ruimtes, is bevorderlijk
voor het eindresultaat,
de betrokkenheid bij
het project en de sociale
cohesie in de buurt. »

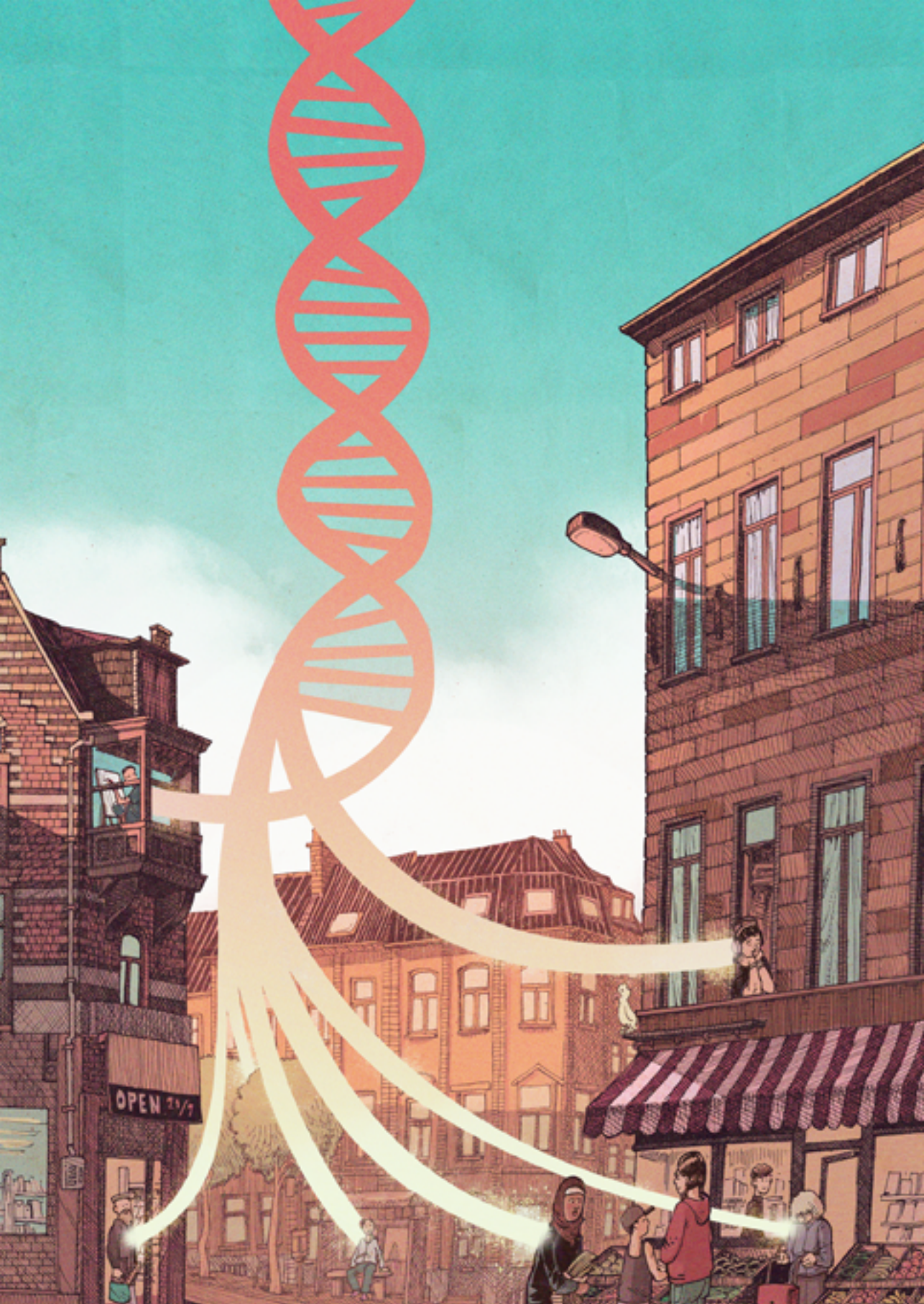


**« Virtuele ruimtes bieden
inzicht in de identiteit,
middelen en uitdagingen
van de buurt. Net als in
de fysieke ruimte kunnen
bewoners er samenwerken
en informatie uitwisselen. »**



Dynamieken van de buurt

5.



Dynamieken van de buurt

We stelden bij het begin van deze whitepaper een **formule** voor, die we in de vorige hoofdstukken hebben uitgediept. Deze formule schoven we naar voor als handvat om met het sociaal kapitaal van een buurt aan de slag te gaan.



Het is natuurlijk niet zo zwart-wit. Er zijn namelijk talloze factoren die in variërende mate een invloed hebben op zowel het willen als kunnen aansluiten. **Veel van die factoren liggen buiten onze controle.** Deze factoren noemen we de randvoorwaarden. We bespreken de randvoorwaarden verderop.

Bovendien **staan ook de sociale cohesie en ruimtes in een buurt alles behalve los van elkaar.** We noemen ze de 'yin en yang van de buurt'. Ook hierbij staan we kort stil.

De dynamieken van een buurt zijn ontelbaar, en dat is goed nieuws. Ze bieden **ingrediënten die elk mogelijk een exponentieel effect hebben op de toegang tot de middelen van de buurt.** Talloze mogelijkheden om het sociaal kapitaal van de lokale gemeenschap te vergroten.

5.1 De invloed van ruimtes op sociale cohesie

De ruimtes van een buurt geven in grote mate **mee vorm aan de sociale cohesie** in een buurt.

Enkele voorbeelden:

- + In een schone buurt, waar men zelden vandalisme of zwerfafval aantreft, zal het **gevoel van vertrouwen** wellicht groter zijn.
- + Buurtkunst, standbeelden of andere herkenbare symbolen maken deel uit van het beeld van de buurt en helpen bij het vormen van een gedeelde **identiteit**.
- + De aanwezigheid van lokale horeca en handelszaken maakt het smeden van **burenrelaties** gemakkelijker.
- + Een virtuele ruimte waar buren met elkaar kunnen discussiëren over buurtgerelateerde onderwerpen, maakt gemakkelijker zichtbaar welke **waarden** buren hoog in het vaandel dragen.

5.2 De invloed van sociale cohesie op ruimtes

Het omgekeerde geldt evengoed. Sociale cohesie zal zich **vertalen naar de ruimtes** van de buurt.

Enkele voorbeelden:

- + Een buurt met een sterk **gemeenschapsgevoel**, steunt met plezier de lokale handel.
- + In een lokale gemeenschap waar bewoners elkaar **vertrouwen**, zullen gemakkelijker burgerinitiatieven in de fysieke ruimte opduiken.

- + Buurtbewoners die hun gedeelde appreciatie voor een nette buurt uitspreken, zullen de ruimtes van de buurt sneller mee onderhouden.
- + In een buurt met een sterk gevoel van wederkerigheid zal het gebruik en dus succes van een **digitaal buurtnetwerk** groter zijn.

5.3 Randvoorwaarden

De *communicatieomgeving* van de buurt omvat de ontastbare factoren, of de **randvoorwaarden**, waaraan de ruimtes, relaties en uitwisselingen binnen de buurt onderhevig zijn. Die omgeving kan eerder gunstig of ongunstig zijn, en beïnvloedt verschillende demografische groepen op andere manieren.

We onderscheiden **zes soorten voorwaarden** die de communicatieomgeving bepalen:²⁴

Socioculturele voorwaarden

Bestaat er ongelijkheid in de buurt? Welk narratief leeft er over bepaalde groepen? Zijn bewoners van nature eerder individualistisch of op de gemeenschap gericht?

Psychologische voorwaarden

Voelen bewoners zich veilig in de buurt? Zijn de bewoners van nature eerder vertrouwend of argwanend? Zijn de bewoners geneigd om veel belang aan hun woonplaats en lokale gemeenschap te hechten?

Economische voorwaarden

Kunnen bewoners voorzien in hun basisbehoeften? Bezitten ze persoonlijke middelen om met de buurt in contact te komen? Hebben ze voldoende tijd om zich om de buurt te bekommeren?

24 1. S. J. Ball-Rokeach, Y.-C. Kim, S. Matei, Storytelling Neighborhood Paths to Belonging in Diverse Urban Environments. *Communication Research*. 28, 392-428 (2001).

Technologische voorwaarden

Is er betrouwbaar internet in de buurt aanwezig?

Fysieke voorwaarden

Waar is de buurt gelegen? Eerder ruraal of stedelijk? Wordt de buurt doorkruist door een drukke baan? Is de buurt toegankelijk voor personen met een rolstoel?

Bovenlokale voorwaarden

Welke rol vervult de buurt voor niet-buren? Is er veel toerisme? Zijn er bepaalde voorzieningen zoals een zwembad of treinstation waardoor inwoners van de hele gemeenten naar de buurt afzakken?

De rol van een overheid

De communicatieomgeving en de bijbehorende voorwaarden zijn vrij **consistent** binnen een buurt. Dat maakt het moeilijk om er als overheid of organisatie een relevante impact op te maken.

Wel is het belangrijk zich **bewust te zijn** over deze voorwaarden, en er rekening mee te houden, bijvoorbeeld bij de ontwikkeling van buurtverbindende initiatieven.

Het is dus in ieder geval waardevol om deze **factoren binnen een buurtanalyse in kaart te brengen**. Dan kan er nog worden geëvalueerd of bepaalde acties met betrekking tot de communicatieomgeving mogelijk en aangewezen zijn.

« In een buurt waar bewoners elkaar vertrouwen, zullen sneller burgerinitiatieven in de fysieke ruimte opduiken. Omgekeerd brengen deze projecten burens vaak dichterbij elkaar. »



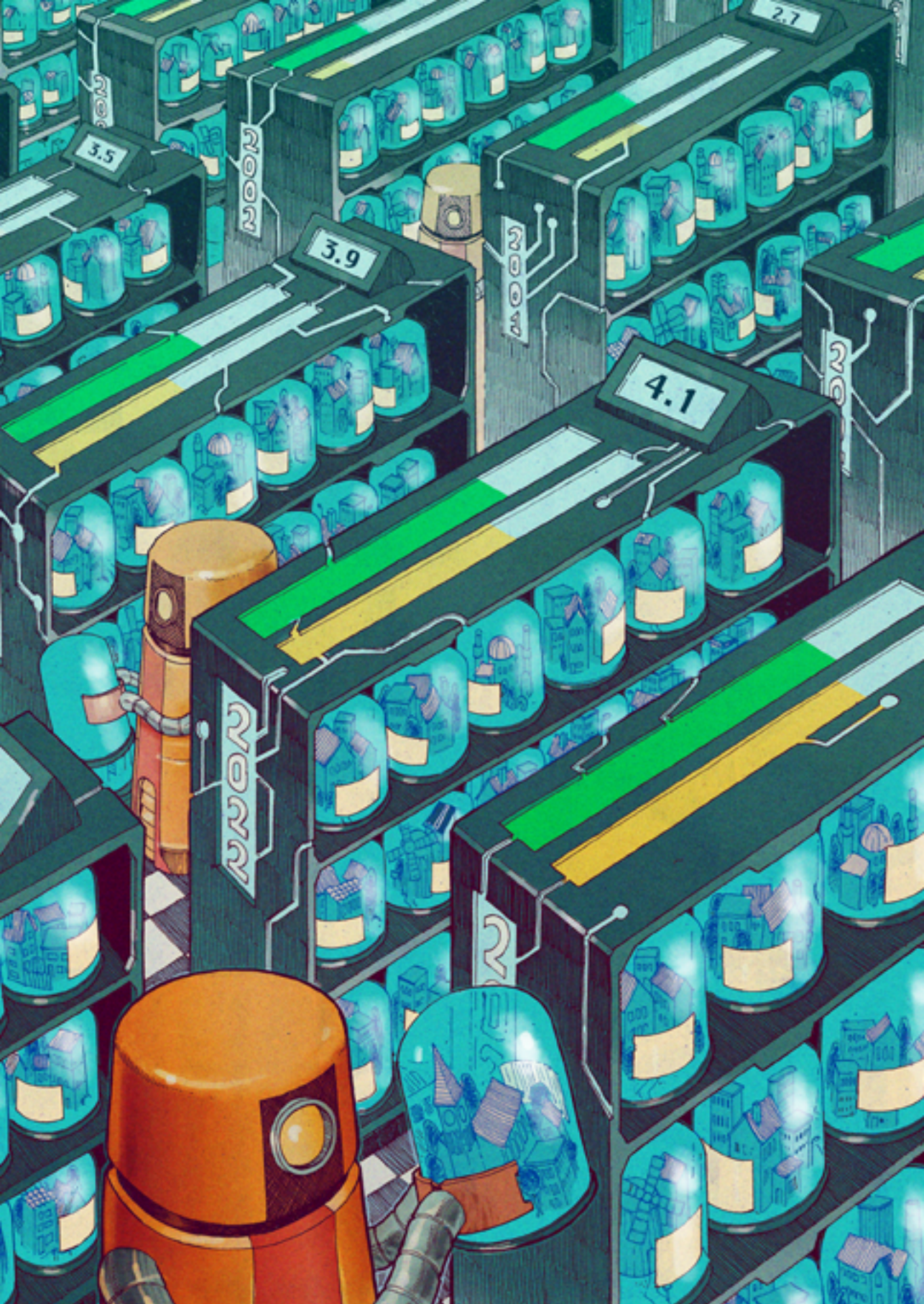


« De aanwezigheid van lokale horeca en handelszaken maakt het smeden van burenerelaties gemakkelijker. En omgekeerd: een buurt met een sterk gemeenschapsgevoel, steunt met plezier de lokale handel. »



Conclusie

6.



Conclusie

De buurt herbergt een enorme waarde voor alle bewoners, samengevat in het **sociaal kapitaal**. Die waarde breidt zich uit naar de hele maatschappij, binnen thema's als veiligheid, mobiliteit en zorg - *think global, act local*.

Dat sociaal kapitaal lijkt echter niet binnen elke lokale gemeenschap even aanwezig te zijn. Overheden worden zich bewust van het potentieel van het lokale niveau en vragen zich dus af **hoe ze betrokkenheid bij de buurt kunnen stimuleren**. In dit boekje schoven we een formule naar voren.



Het is niet evident om als lokale overheid een impact te maken op het potentieel, de middelen van een buurt. Wij geloven echter steevast dat **alle benodigheden om een uitdaging aan te pakken al aanwezig zijn in iedere buurt**.

Op de toegang tot de middelen van een buurt kan een lokale overheid of organisatie wel een aanzienlijke impact maken. Dit aan de hand van **gemeenschapsvorming**. Daarmee beïnvloeden we de mate waarin bewoners op het netwerk van de buurt kunnen en willen aansluiten.

Dat *willen aansluiten* koppelden we aan de sociale cohesie van een lokale gemeenschap. Die is uit een heleboel **sociale dimensies opgebouwd die een lokale overheid of organisatie in variërende mate kan stimuleren**.

Het *kunnen aansluiten* brachten we in verband met de ruimtes waarbinnen burens met elkaar in contact kunnen komen. De overheid kan zo inzetten op **plekken en kanalen die ontmoetingen en uitwisselingen stimuleren**.

Het is de rol van de lokale overheid om op een weldoordachte en geïnspireerde manier **als facilitator op te treden**, en zo te investeren in gemeenschapsvorming.

Dit door eerst te **begrijpen waar de pijnpunten, uitdagingen en kansen liggen, en vervolgens buurtprojecten en ruimtes te creëren** die buurtbewoners in staat stellen en bereid maken om aan te sluiten op het netwerk van de buurt.

Hoplr wil als digitaal buurtnetwerk en kenniscentrum voor buurten haar steentje bijdragen. Wij werken momenteel aan de **Buurtscore** die aan de hand van een automatische buurtscan verschillende dimensies van een buurt jaar na jaar blootlegt, gebaseerd op de formules die we in dit boekje hebben besproken. Met behulp van deze score zul je acties en interventies doelgerichter kunnen ontwikkelen en evalueren.

De Buurtscore doet dienst als laag bovenop onze **bestaande digitale buurt-netwerken**, waar honderdduizenden bureaus vandaag al in een positieve context informatie, hulp en spullen uitwisselen.

Daarnaast is er ook onze **Buurtconciërge**, waarmee we de kracht van een lokale vertrouwenspersoon combineren met een digitaal dashboard dat vraag en aanbod op elkaar afstemt.

Bonus:
Aan de slag met
gemeenschapsvorming

7.

Bonus:

Aan de slag met gemeenschapsvorming

Wie wil werken aan het sociaal kapitaal van een buurt gaat idealiter in twee fases te werk: **meten (buurtanalyse)** en **beïnvloeden (buurtproject)**.

- Ten eerste loont het om de bijzonderheden van een buurt te onderzoeken, onder meer door **bij de buurtbewoners te gaan luisteren**. Zo weten we welke ingrepen het grootste potentieel hebben.
- Vervolgens is het tijd voor actie. Op basis van de vastgestelde uitdagingen ontwikkel je, al dan niet samen met de buurt, één of enkele buurtprojecten die zo'n groot mogelijke **positieve impact op de gemeenschap maken**.

7.1 Buurtanalyse

Uitdagingen en opportuniteiten van een buurt brengen we in kaart aan de hand van een **buurtanalyse**. Daarvoor baseren we ons op drie onderdelen:

- De **middelen** van de buurt (potentieel)
- Enkele **sociale dimensies** binnen de buurt (toegang)
- De **ruimtes** van de buurt (toegang)

Misschien voel je al vrij goed aan hoe het met een buurt is gesteld op vlak van middelen, sociale cohesie en ruimte. Maar het kan **voorbarig zijn om op basis van buikgevoel conclusies te trekken**. In ieder geval omdat je je hoogstwaarschijnlijk niet identificeert met sommige socio-demografische groepen in de buurt.

Daarom gaan we op zoek naar zowel kwantitatieve als kwalitatieve gegevens, minstens ten dele **bij de buurtbewoners zelf**. Hieronder bespreken we kort de vier belangrijkste methoden om deze gegevens te verzamelen.

7.1.1 Methoden

Raadpleging gegevens

Bij de stad of gemeente is er zeker al heel wat **nuttige informatie voorhanden**. Denk onder meer aan:

- **Socio-demografische** gegevens uit het bevolkingsregister
- Gegevens over **lokale handel, lokale organisaties**, ...
- **Resultaten** uit vorige onderzoeken
- **Andere** bekende informatie zoals een buurtkaart, werkloosheidscijfers, aantal buurtinitiatieven, aantal bezoekers buurtevenementen, ...

Enquête

Aan de hand van een online, papieren en/of telefonische vragenlijst kun je relatief gemakkelijk een **heleboel anonieme, kwantitatieve data** verzamelen.

De grootste uitdaging bij het opstellen van een enquête bestaat erin je **vragen zorgvuldig uit te kiezen**. De vragen moeten in staat zijn de nodige informatie te verzamelen, en toch goed verteerbaar zijn.

Interviews

Bij een interview zullen de behandelde thema's en gegevensverzameling beperkt zijn, maar aan de andere kant laat het je wel toe om heel **diepgaande, kwalitatieve data** te verzamelen. Daarom is het een goede manier om informatie in te winnen die zich niet zomaar in cijfers laat uitdrukken.

Je neemt je interviews best af bij enkele sleutelfiguren in de buurt. Dat zijn personen die heel **veel over de buurt weten, of die een bepaalde gemeenschap binnen de buurt kunnen representeren**.

Groepsgesprek

Binnen een groepsgesprek worden buurtbewoners uitgenodigd om **met elkaar in dialoog te gaan**. Dat kan in de vorm van een workshop, focusgroep, buurtpanel, buurtwandeling, ...

Hier is vanzelfsprekend in grote mate sprake van **kruisbestuiving**. Dat is net de sterkte van een groepsgesprek. Ook hier bestaat voldoende ruimte voor het bespreken van uitdagingen, die eventueel door de groep worden genuanceerd.

Combinatie

Elk van bovenstaande methoden brengt specifieke voordelen en uitdagingen met zich mee. Net daarom is het zo waardevol om binnen een buurtanalyse, als daar de middelen voor zijn, een **combinatie** te voorzien:

- Een buurtanalyse start doorgaans met een **vooronderzoek**
- Dan volgt een fase met een **enquête en interviews**
- De resultaten vormen tot slot uitstekende gespreksstof voor een **groepsgesprek**

7.1.2 Buurtanalyse ontwikkelen

In overeenstemming met de gekozen methodes, zul je **vragen** nodig hebben. Vragen die je in je enquête of interview gaat opnemen - maar evengoed onderzoeksvragen waarop je een antwoord wil vinden. Idealiter begin je met één of meerdere onderzoeksvragen die de focus helpen behouden. Hieronder delen we wat inspiratie.

Samenstelling van de buurt

Officiële administratieve gegevens kunnen al heel wat inzicht bieden in de samenstelling van een buurt. Zo'n raadpleging is onmisbaar om een steekproef uit te voeren en representativiteit te optimaliseren.

Om die reden is het ook bij andere methoden essentieel om enkele **socio-demografische vragen** op te nemen.

Enkele voorbeeldvragen.

Onderzoeksvraag: Hoe ligt de verdeling van de steekproef op vlak van geslacht, leeftijd, anciënniteit in de buurt, migratie-achtergrond en moedertaal?

- + Wat is jouw geslacht?
- + Wat is jouw leeftijd?
- + Hoe lang woon je al in deze wijk?
- + Ben je zelf in België geboren?
- + Is jouw moeder in België geboren?
- + Is jouw vader in België geboren?
- + Welke taal spreek je thuis het meest?

Diversiteit

Voornamelijk tijdens mondelinge **gesprekken** – hetzij één op één, hetzij in groep – kunnen buurtbewoners vervolgens betekenis geven aan de samenstelling van de buurt, bijvoorbeeld met het oog op diversiteit.

Enkele voorbeeldvragen.

Onderzoeksvraag: Hoe tolerant is de buurt ten opzichte van diversiteit onder bewoners?

- + 'Mensen met een verschillende afkomst leven goed samen in de buurt'
- + 'Mensen uit een verschillende generatie leven goed samen in de buurt'
- + 'Nieuwkomers en mensen die hier al lang wonen leven goed samen in de buurt'
- + 'Diversiteit zorgt voor een verrijking van deze buurt'

Gemeenschapsgevoel

Gemeenschapsgevoel kan **sterk variëren binnen eenzelfde buurt**. Onderzoek toont aan dat voornamelijk jonge gezinnen, bewoners die veel tijd in de buurt spenderen, en personen die al lang in de buurt wonen een sterker gemeenschapsgevoel ervaren. Jongeren en bewoners die met een taalbarrière worden geconfronteerd, ervaren doorgaans een lager gevoel van toebehoren.

Omdat gemeenschapsgevoel erg subjectief is, wordt het belangrijk om voldoende meningen te verzamelen, met **bijzondere aandacht voor relevante groepen binnen de buurt**.

Enkele voorbeeldvragen.

Onderzoeksvraag: In welke mate ervaren buurtbewoners een sterk gemeenschapsgevoel?

- + 'Als er iets te doen is in de buurt waarvoor ik zelf niet verantwoordelijk ben, heb ik toch het gevoel dat 'wij' iets organiseren, eerder dan dat 'zij' iets organiseren'
- + 'Ik voel me verbonden met de buurt'
- + 'Ik hoop lang in deze buurt te kunnen wonen'
- + 'Ik vind het belangrijk dat buurtbewoners mij een goede buur vinden'
- + 'Als er een probleem in de buurt is, slagen de bewoners erin om het aan te pakken'

Vertrouwen

Onderzoek toont een omgekeerd evenredig verband aan tussen vertrouwen en **diversiteit**. Vertrouwen zal dus niet alleen anders ervaren worden door, maar ook vóór verschillende gemeenschappen in de buurt.

Tegelijkertijd mogen we vanzelfsprekend geen gemeenschappen viseren. We houden de **vragen met andere woorden zo algemeen mogelijk**, gericht op de buurt eerder dan de buurtbewoner.

Enkele voorbeeldvragen.

Onderzoeksvraag: In welke mate hebben buurtbewoners vertrouwen in hun buurt en burens?

- + 'Ik zou mij onveilig voelen als ik na zonsondergang alleen door de buurt zou moeten lopen'
- + 'Als ik mijn portefeuille in de buurt zou kwijtraken, is de kans groot dat ik die met originele inhoud terugkrijg'
- + 'Ik zou bereid zijn om de stoelen die in mijn eetkamer staan uit te lenen voor een buurtfeest'
- + 'Ik vertrouw erop dat de lokale overheid het beste met mij voor heeft'
- + 'Als ik een kind onder mijn hoede zou hebben en er was plots een noodgeval waardoor ik weg moest, zou ik mijn burens vertrouwen om even op het kind te letten'

Het kan bijzonder relevant zijn om kwantitatieve gegevens verder **aan te vullen met data uit bijvoorbeeld interviews**. Op die manier krijgen we een meer diepgaand beeld van eventuele spanningsvelden op vlak van vertrouwen.

Wederkerigheid

Weten of een netwerk met gegeneraliseerde uitwisselingen al dan niet in een buurt aanwezig is, biedt een waardevolle indicatie van het **gemak waarmee bewoners aansluiten op het sociaal kapitaal**.

Doordat wederkerigheid voor een stuk samenhangt met iemands reputatie in de buurt, kunnen vragen omtrent deze dimensie beter **anoniem** worden gesteld.

Enkele voorbeeldvragen.

Onderzoeksvraag: In hoeverre helpen burens elkaar zonder meteen iets terug te verwachten?

- + 'Als een buur mij zou helpen met computerproblemen, zou ik die waarschijnlijk meteen vergoeden'

- + 'De meeste bewoners van deze buurt helpen elkaar automatisch, zonder dat dat gevraagd hoeft te worden'
- + 'Als ik een boormachine aan een buur zou uitlenen, zou ik een tegenprestatie verwachten'
- + 'Als ik zwerfafval op straat zie liggen in onze buurt, gooi ik het weg, al is het niet van mij'
- + Heb jij een buur in het laatste jaar gratis geholpen?

Gedeelde waarden

Eenzijds wil je wellicht te weten komen of buurtbewoners vandaag het **gevoel hebben dat ze waarden delen** met hun burens. Dit bevroeg je het best in een anonieme enquête.

Anderzijds, als je sociale cohesie in de buurt wil stimuleren, kan het nuttig zijn om na te gaan **welke waarden en normen buurtbewoners dan mogelijk delen**. Ook in een anonieme enquête kan je enkele waarden of normen opsommen, waarvan bewoners dan aangeven hoe belangrijk ze die vinden.

Welke waarden je in zo'n vragenlijst opneemt, kan je op basis van buikgevoel bepalen, of je kan in een **groepsgesprek** al tot een shortlist komen.

Enkele voorbeeldvragen.

Onderzoeksvraag: Welke waarden delen de meeste buurtbewoners?

- + In welke mate vind jij het belangrijk dat buurtbewoners elkaar spontaan helpen?
- + In welke mate vind jij het belangrijk dat buurtbewoners niet roddelen over elkaar?
- + In welke mate denk jij dat anderen in de buurt het belangrijk vinden dat de buurt stil is na 22 uur?
- + In welke mate denk jij dat anderen in de buurt het belangrijk vinden dat buurtbewoners hun voortuin en stoep onderhouden?

Netwerk

We krijgen een beter beeld van de netwerken in de buurt, enerzijds door de netwerken rond buurtbewoners te bevragen in een **anonieme enquête, en anderzijds door in dialoog te gaan** met de meest voorname groepen en organisaties in de buurt.

Enkele voorbeeldvragen.

Onderzoeksvraag: Hoe goed zijn buurtbewoners, groepen en organisaties genetwerkt in de buurt?

- + Bij hoeveel van je burens kan je terecht voor een praatje?
- + Bij hoeveel van je burens kan je terecht voor een hulpvraag?
- + Hoeveel van de burens waarbij je terecht kan voor een gesprek of hulp zou jij omschrijven als 'van een andere generatie'?
- + Hoeveel van de burens waarbij je terecht kan voor een gesprek of hulp zou jij omschrijven als 'van een andere cultuur of nationaliteit'?
- + Op hoeveel organisaties of handelszaken in de buurt heb jij in het verleden al beroep gedaan?

Ruimtes

De **nood aan meer ontmoetingsplekken** in de buurt en hun invulling, kan je gemakkelijk bevragen aan de hand van een anonieme enquête.

Welke plekken vandaag al een ontmoetingsfunctie vervullen, zijn mogelijk te uitgebreid en vereisen wat nuancering. Daarom worden ze beter besproken binnen interviews en/of een groepsgesprek.

Enkele voorbeeldvragen.

Onderzoeksvraag: Welke ruimtes in de buurt dragen het potentieel om contact tussen buurtbewoners te stimuleren?

- + Vind jij dat er genoeg ontmoetingsplekken in de buurt zijn?
- + Vind jij dat de publieke ruimtes in jouw buurt goed onderhouden worden?
- + Waar kom jij vandaag het vaakst in contact met buurtbewoners?
- + Als jij hulp uit de buurt nodig zou hebben, waar zou jij met je burens in contact komen?

- + Welke plekken in de buurt stimuleren een babbel met een buur?
- + Welke plekken hebben een belangrijke betekenis in jouw buurt?

Middelen

Aan de hand van een enquête kan je tot op zekere hoogte een **beeld vormen van de middelen die buurtbewoners bereid zijn met de buurt te delen**.

Welke organisaties en groepen in de buurt aanwezig zijn, en **hoe zij de buurt mogelijk vooruit kunnen helpen**, breng je beter in kaart door een dialoog aan te gaan.

Enkele voorbeeldvragen.

Onderzoeksvraag: Welke middelen zijn op vandaag aanwezig in de buurt die kunnen worden ingezet voor gemeenschapsvorming of om andere uitdagingen in de buurt aan te pakken?

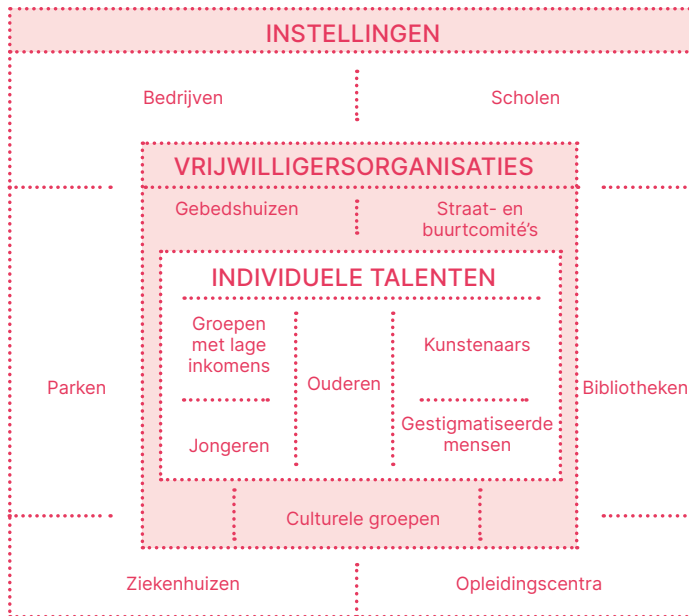
- + Met welke hulpvragen zou jij kunnen helpen?
- + Heb jij talenten die de hulp vooruit zouden kunnen helpen?
- + Hoeveel tijd zou jij kunnen vrijmaken om een buur of de buurt te helpen?
- + Heb jij veel kennis over een onderwerp waarmee de buurt gebaat zou kunnen zijn?

7.1.3 Input visueel maken

Om de input van bewoners op een zinvolle manier in kaart te brengen, wordt best gebruik gemaakt van een geschikt **referentiekader**. Hieronder delen we twee methodes. Die kunnen in samenwerking met inwoners worden ingevuld of geëvalueerd.

Neighbourhood Capacity Mapping

Onderstaand schema wordt vaak toegepast in Asset Based Community Development. Daarbij trachten we alle **lokale instellingen, vrijwillige organisaties en groepen visueel weer te geven**. Een wandeling door de buurt is daarvoor uitermate geschikt.



Vervolgens vullen we per partij of groep in welke **waardevolle middelen (zoals ruimtes, kennis, helpende handen) die zou kunnen inzetten** om de buurt vooruit te helpen. Op die manier wordt visueel zichtbaar welke samenwerkingsverbanden veel potentieel hebben om uitdagingen vanuit de buurt aan te pakken.

Deins er niet voor terug om net **groepen of instellingen waarrond spanningen bestaan** uitdrukkelijk op te nemen in dit kader. Echt iedereen heeft de buurt iets te bieden. Een vruchtbare samenwerking geeft zo'n partij bovendien de kans om met een mooi verhaal naar buiten te komen.

Buurtlens

De mate waarin bewoners hun buurt appreciëren, kunnen we weergeven in de buurtlens. De buurtlens bestaat uit vier domeinen, namelijk **ruimtes, mensen, toegangen en activiteiten**. Elk brengen die nog eens drie subdomeinen met zich mee.

Je kunt de buurtlens zelf invullen op basis van gegevens uit een enquête en/of interviews, en de **scores vervolgens laten evalueren binnen een groepsge-sprek**. Alternatief kun je de puzzel samen met de aanwezigen van een workshop invullen.

De buurtlens is een uitstekend **vertrekpunt voor een dialoog** over de buurt. Bovendien maakt die gemakkelijker zichtbaar bij welke hoofd- en subdomeinen het meeste ruimte voor verbetering bestaat.



7.2 Buurtprojecten

Vervolgens gaan we de gevonden uitdagingen en opportuniteiten van een buurt in actie omzetten binnen één of enkele **buurtprojecten**. We willen de toegang tot het sociaal kapitaal vergroten door:

- de **sociaal cohesie** in de buurt te versterken; en/of
- de **ruimtes** van de buurt te optimaliseren.

Zoveel als mogelijk willen we de **buurt zelf in staat stellen** om met de uitdagingen aan de slag te gaan. Dit in lijn met ABCD, ofwel *Asset Based Community Development*.

Dan komen we uiteindelijk aan bij het hoogtepunt: één of meerdere **buurtprojecten die lokale gemeenschapsvorming een duwtje in de rug geven**, door de sociale cohesie en ruimtes van de buurt te beïnvloeden. Hoe dat buurtproject er concreet uit moet zien? Dat hangt af van een aantal zaken:

- Welke **uitdagingen** zijn uit de buurtanalyse naar voor gekomen?
- Waaraan willen de overheid of buurtbewoners **prioritair** werken?
- Wat is er **nodig** om de situatie te verbeteren?
- Wat kunnen **buurtbewoners** zelf doen?
- Welke **instellingen, organisaties en groepen** willen zich mee inzetten voor het buurtproject?
- Wat voor ondersteuning hebben de buurtbewoners eventueel van de **overheid** nodig?

Uit een enquête en interviews is onder meer naar voren gekomen dat de buurt **niet zo'n sterk gemeenschapsgevoel** ervaart. Niemand lijkt echt wakker te liggen van het buurtleven. Daar willen we aan werken.

Om burens elkaar **meer te laten ontmoeten en trots op hun buurt te laten zijn**, zijn we tijdens een workshop op zoek gegaan naar gedeelde interesses en wensen. Uit een workshop bleek dat bij alle groepen draagvlak bestond om volkstuinjes in te richten.

Ook hebben we gekeken naar de aanwezige **middelen**. Heel wat buurtbewoners hebben groene vingers, nog meer bewoners zijn enthousiast om wat bij te leren en tijd te spenderen aan het onderhoud, en enkele organisaties in de buurt

kunnen hun expertise over het telen van groenten en fruit delen. Daarnaast hebben we besloten een 'buurtbord' centraal tussen de volkstuinjes neer te planten. Het wordt mooi vormgegeven, met een gloednieuw buurtlogo, ontwikkeld door enkele creatieve geesten uit de buurt. Op het bord komen vijf belangrijke kernwaarden van de buurt te staan, die we samen formuleren. Bovendien wordt er op het bord een plekje voorzien om zoekertjes of nieuwtjes uit de buurt op te hangen.

De **gemeente** voorziet de nodige ruimte, gaat luisteren bij andere gemeenten waar volkstuinjes succesvol zijn uitgepakt, en zorgt voor financiële ondersteuning.

7.2.1 Inventaris

Hieronder delen we om af te sluiten een alles behalve complete **inventaris met mogelijke buurtprojecten of ingrepen**, klein of groot, met variërende inmenging van de lokale overheid.

Buurtinitiatieven

Buurtbewoners bedenken en voeren een project uit, al dan niet met beperkte ondersteuning van de overheid.

Bijvoorbeeld: *Opruimactie, volkstuinjes, buurtbibliotheek, danslessen voor senioren, buurtbarbecue, buurtfrigo, inzamelactie, bedankbriefjes, ...*

Checklist inclusieve communicatie

Checklist van de Vlaamse Gemeenschapscommissie waarmee je nagaat of je communicatie inclusief verloopt.

Bijvoorbeeld: Laagdrempelige taal, representatief voor alle relevante groepen, ondersteunend beeldmateriaal, respect naar alle groepen, ...

Convenant

Twee of meer partijen uit de buurt ondertekenen een contract waarmee ze elkaar iets beloven.

Bijvoorbeeld: Lokale voetbalclub laat jeugd gebruikmaken van hun pleinen op voorwaarde dat ze er zorg voor dragen, bedrijf belooft de buurt lokaal producten aan te kopen, ...

Digitaal buurtnetwerk

Online netwerk waar burens met elkaar in contact staan om hulpvragen en middelen uit te wisselen.

Bijvoorbeeld: Hoplr, Whatsapp, Facebook-groep, ...

Evenementen

Verschillende partijen uit de buurt komen in een georganiseerde setting samen.

Bijvoorbeeld: Nieuwjaarsdrink, welkomstmoment voor nieuwe inwoners, pop-up cinema, rommelmarkt, lokale open bedrijvendag, ...

Fysieke ruimte

De lokale overheid voert een ingreep in de fysieke ruimte van de buurt uit, of laat anderen toe dat te doen.

Bijvoorbeeld: Nieuw park, herinrichting speelplein, buurtbankjes, kunstwerk, prikbord voor zoekertjes, school stelt speelplaats open voor de buurt, burens brengen gevelbankjes aan, ...

Identiteit van de buurt

Samen bepalen waar de buurt voor staat en dat op een toegankelijke manier uitdragen.

Bijvoorbeeld: Buurtlogo, -slogan, -manifest, -kunstwerk, ...

Macro-communicatie

Buurtcommunicatie vanuit de lokale overheid of andere relevante instelling.

Bijvoorbeeld: Hindercommunicatie, buurtnieuws, sensibilisering omtrent buurtgerelateerde onderwerpen, aankondiging aankomende activiteiten, buurtinspraak, dialoog, ...

Netwerk van sleutelfiguren en intermediairs

Database met contactgegevens van personen waarlangs je uiteenlopende (voornamelijk kwetsbare of anders moeilijk bereikbare) groepen kan bereiken.

Bijvoorbeeld: Zorgverstrekkers, buurtwerkers, wijkagenten, onthaalmedewerkers, verenigingen, lokale handelaars, geloofsgemeenschappen, ...

Participatieproject

De overheid biedt inwoners inspraak in de vorm van feedback, advies, meningen, ideeën of actie.

Bijvoorbeeld: Feedback op plannen herinrichting speelplein, burgerbudget, wijkagenda, opruimactie, verzamelen van ideeën omtrent gemeenschapsvorming, ...

Sociaal project

De lokale overheid nodigt buurtbewoners uit om mee de schouders te zetten onder een project dat in teken staat van inclusie binnen of buiten de buurt.

Bijvoorbeeld: Buddywerking, babbelbox, vrijwilligerswerking, inzamelactie, solidaire acties, ...

Subsidies

De lokale overheid biedt een financiële vergoeding voor acties die voordelig zijn voor het sociaal weefsel van de buurt.

Bijvoorbeeld: Buurtbudget, subsidie buurtfeest, groepsaankoop geveltuintjes, terugbetaling straatversiering, ...

Met dank aan ...

De auteurs

Enkele *diehard* voorvechters van lokale gemeenschappen die deze whitepaper samen tot leven wekten.

Laura Geerts

Expert buurtcommunicatie bij Hoplr

dr. Jonas De Meulenaere

Expert buurtinspraak bij Hoplr

Jennick Scheerlinck

CEO en Founder van Hoplr

En per extensie heel het Hoplr-team dat dagelijks onze visie vormgeeft en uitdraagt.

Onze illustrator

Miel Vandepitte

Wij zeggen het, hij toont het.

Onze proeflezers

Stuk voor stuk knappe koppen die waardevolle bijdragen leverden om deze whitepaper leven in te blazen. Over sociaal kapitaal gesproken!

Luc Galoppin, Cato Waeterloos, Bastiaan Baccarne, Jeroen Vandevelde

Onze klanten

Meer dan 120 lokale besturen in België, Nederland en Luxemburg die ons telkens weer verrassen en inspireren om meer en betere buurtnetwerken op te bouwen.

Onze gebruikers

Meer dan 600.000 burens die Hoplr gebruiken en van onze job de mooiste in de wereld maken: burens samenbrengen.

Jou!

Bedankt om deze whitepaper uit te lezen, tot aan het dankwoord toe! Heb je opmerkingen, vragen, of ben je benieuwd naar wat we kunnen betekenen? Neem contact met ons op via <https://services.hoplr.com/nl/contact>.

“Ik was erg onder de indruk van de whitepaper, omdat het complexe vraagstukken en concepten op een behapbare manier presenteert aan de lezer. Bovendien werd voor mij een heel overtuigende visie gebracht over hoe we, als burgers, onderzoekers en overheden, sociaal kapitaal op buurtniveau kunnen begrijpen en bestuderen, maar ook hoe we er constructief op kunnen inzetten.”

Dr Cato Waeterloos, Senior researcher imec-mict-UGent

Geschreven door Hoplr

Laura Geerts

Expert buurtcommunicatie bij Hoplr

dr. Jonas De Meulenaere

Expert buurtinspraak bij Hoplr

Jennick Scheerlinck

CEO en Founder van Hoplr

Vormgeving

www.gestalte.be

Illustraties

Miel Vandepitte

Huisfotograaf

Joachim van Belleghem

Uitgegeven door Hoplr

Digitaal buurtnetwerk en kenniscentrum voor inclusieve burgerparticipatie.
services.hoplr.com



De buurt huisvest een immens potentieel voor iedereen!

In theorie. Intuïtief voelen we echter aan dat de ene buurt meer te bieden heeft dan de andere. Is dat zo? Valt het sociaal kapitaal van een specifieke buurt te berekenen? En wellicht nog interessanter: biedt die formule draaiknoppen die we kunnen instellen voor een maximaal sociaal kapitaal?

Deze booklet over de 'Buurt van de Toekomst' werd uitgedacht en geschreven door het kenniscentrum van Hoplr. We breien inzichten uit de literatuur aan elkaar in een simpele formule, bedoeld om het sociaal kapitaal van een buurt in kaart te brengen, en zelfs te maximaliseren.

Waarom? De dynamieken van een lokale gemeenschap zijn complex, maar we mogen ons niet laten verlammen door angst voor imperfectie. Onze buurten hebben actie nodig! Verbindende plekken, zorgzame buurtprojecten, positieve ontmoetingen, ... We bieden je een heleboel leuke voorbeelden en ideeën.

Dit boekje biedt je een nieuwe manier om naar de buurt te kijken, geworteld in Asset Based Community Development. Mooi vormgegeven en aangevuld met soms confronterende illustraties; dit boekje leest snel weg en zal je goesting geven om te werken aan een meer zorgzame en duurzame buurt.

"Deze publicatie biedt een waardevolle en onderbouwde basis om de plaats van technologie in buurtgerichte gemeenschapsvorming beter te begrijpen."

Dr. Bas Baccarne, Senior researcher imec-mict-UGent

"Ik was erg onder de indruk van de whitepaper, omdat het complexe vraagstukken en concepten op een behapbare manier presenteert aan de lezer. Bovendien werd voor mij een heel overtuigende visie gebracht over hoe we, als burgers, onderzoekers en overheden, sociaal kapitaal op buurniveau kunnen begrijpen en bestuderen, maar ook hoe we er constructief op kunnen inzetten."

Dr. Cato Waeterloos, Senior researcher imec-mict-UGent

Uitgegeven en
geschreven door

