



Een leesbare wijk

De impact van wijktelevisie

Irene Costera Meijer e.a.

Uinde
Wijk



Windesheim 


vrije Universiteit amsterdam

Een leesbare wijk
De impact van wijktelevisie

© Irene Costera Meijer

Tekst: Irene Costera Meijer e.a.

Tekstredactie: Ineke van Arnhem (Montfoort)

Grafische vormgeving: Henriëtte van Asch (Smaak ontwerpers)

ISBN: 978-94-90424-03-9

Zwolle: Lectoraat Media & Civil Society.

Contactadres:

School of Media, Christelijke Hogeschool Windesheim

Kenniscentrum Media: Lectoraat Media & Civil Society

Postbus 10090

8000 GB Zwolle

ISBN: 978-94-90424-03-9

Juni 2010, tweede druk

Een leesbare wijk

De impact van wijktelevisie

Projectleider:

Irene Costera Meijer

Onderzoekers:

Jolien Arendsen, Mariska van der Sluis, Mark Merks

Onderzoeksassistenten:

Eva van Mossevelde, Marloes van Diffelen, Diana Kreemers

Zwolle / Amsterdam juni 2010

Opdrachtgever:

Stichting 'Vrienden van U in de Wijk'

Voorwoord

Voor u ligt het resultaat van een onderzoek naar het Utrechtse mediaproject *U in de Wijk*. Dit is wijktelevisie voor en door bewoners van de Utrechtse 'probleemwijken' Kanaleneiland en Overvecht. *U in de Wijk* zendt sinds september 2009 wekelijks twee programma's van ongeveer vijftien minuten uit op UStad, de televisiezender voor de stad Utrecht: één voor Kanaleneiland en één voor Overvecht.

U in de Wijk is een initiatief van woningcorporatie Mitros, RTV Utrecht en de gemeente Utrecht. Vooraf werden de volgende doelen geformuleerd:

1. Bevorderen van de sociale cohesie in de wijk.
2. Verhalen brengen waarin wijkbewoners zichzelf en de wijk herkennen.
3. *U in de Wijk* als informatiebron voor overheden en woningcorporaties.

Gezamenlijk onderzoek VU en Windesheim

In juni 2009 startte het Kenniscentrum Media van de Hogeschool Windesheim samen met de Leerstoelgroep Journalistiek van de Vrije Universiteit een langlopend onderzoek naar de impact van wijktelevisie in de Utrechtse wijken Kanaleneiland en Overvecht. Het onderzoeksproject past binnen een gezamenlijk onderzoeksprogramma gericht op nieuwe ontwikkelingen in de (lokale) journalistiek, in het bijzonder die ontwikkelingen op journalistiek gebied waarbinnen (ook) burgers participeren.

Onderzoeksteam

Het onderzoek wordt geleid door prof. dr. Irene Costera Meijer en is uitgevoerd door drie assistent-onderzoekers (drs. Jolien Arendsen, drs. Mariska van der Sluis, Mark Merks) en ondersteund door drie student-assistenten (Eva van Mossevelde, Marloes van Duffelen, Diana Kreemers). Daarnaast hebben een aantal studenten van de master en pre-master Journalistiek aan de Vrije Universiteit interviews uitgevoerd en meegewerkt aan het onderzoek naar de berichtgeving. Dit zijn: Annemieke Boogert, Daniel Nokes, Diewertje Kuiper, Ilona de Jong, Irene van Wijhe, Ischa Klaassen, Kim Schoot, Lenneke Arts, Madelon Meester, Marijn de Vries, Marjolein Schurink, Nienke Vos, Reina Louw, Roel Rutjens, Saskia van Gils, Tessy Nelissen, Tineke van der Zwaag. Heel hartelijk bedankt voor jullie inzet!

Ten slotte zijn wij veel dank verschuldigd aan alle mensen die hebben meegewerkt aan dit onderzoek en onze lastige vragen altijd geduldig beantwoordden. De wijkbewoners die onze studenten thuis ontvingen en letterlijk uren vertelden over hun wijk, de wijkjournalisten die nooit te beroerd waren ons deelgenoot te maken van hun soms zeer persoonlijke verhalen, en de professionals die op openhartige wijze hun kennis en ervaringen met ons deelden.

Dit onderzoeksverslag is tot stand gekomen met financiële steun van de stichting Vrienden van U in de Wijk en de Programmadirectie Wijken van het ministerie van Wonen, Wijken en Integratie (VROM).

Samenvatting

In dit onderzoek staat het Utrechtse wijkjournalistieke project *U in de Wijk* centraal. *U in de Wijk* is wijktelevisie voor en door bewoners van Kanaleneiland en Overvecht en in het leven geroepen door woningcorporatie Mitros, RTV Utrecht en de gemeente Utrecht. Het onderzoek naar het bestaansrecht, de impact, de inhoudelijke en de organisatorische dilemma's van *U in de Wijk* is uitgevoerd door het Kenniscentrum Media van de Hogeschool Windesheim en de Leerstoelgroep Journalistiek van de Vrije Universiteit, onder leiding van prof. dr. Irene Costera Meijer.

Media vertekenen stelselmatig de werkelijkheid

Uit een kwantitatieve en kwalitatieve analyse van de berichtgeving over Kanaleneiland en Overvecht gedurende 34 maanden blijkt dat niet alleen de landelijke, maar ook de regionale pers stelselmatig de werkelijkheid vertekenen. De sensationele en eenzijdige berichtgeving werkt stigmatiserend. Journalisten negeren ondermeer de ervaringen en het perspectief van wijkbewoners. Zodra de journalist bewoners aan het woord laat, wordt de berichtgeving realistischer en gelaagder.

Reguliere berichtgeving ondermijnt de leefbaarheid van Kanaleneiland en Overvecht

Buitenstaanders krijgen een vertekend beeld van de wijk. Vrienden en familie komen daarom minder gemakkelijk op bezoek. De reguliere berichtgeving werkt door het uitbaten van vooroordelen onbegrip en irritatie tussen mensen in de hand en versterkt gevoelens van angst, vervreemding en ontheemdheid. Vrijwel alle geïnterviewden uitten daarom de wens dat ook 'andere verhalen' over de wijk worden verteld, bijvoorbeeld via wijktelevisie. Een meer realistische presentatie van de wijk, waarin ruimte is voor 'constructieve' verhalen kan de leefbaarheid van de wijk positief beïnvloeden.

Drie keer bestaansrecht van wijkjournalistiek

1. Bewoners van 'probleemwijken' willen niet met uitsluitend positieve verhalen geconfronteerd worden – 'dat is nep'-, maar hebben grote behoefte aan realistische verhalen uit de wijk. Zij willen hun wijk en de bewoners ervan, inclusief de problemen die er spelen, herkennen in de berichtgeving.
2. Volgens diverse officiële adviesrapporten zou 'de buurt' aangrijpingspunt vormen voor het bevorderen van de democratische gezindheid van burgers. Tot nu toe werd daarbij niet gedacht aan een functie voor de journalistiek. Júst in wijken met veel migratie en veel verschillende bevolkingsgroepen

kan wijkjournalistiek een communicatieve rol vervullen. Door bewoners bij elkaar 'over de heg te laten kijken', kan wijkjournalistiek mensen uitleg geven over elkaars gewoontes. Dat is een voorwaarde voor het daadwerkelijk kunnen 'leven' van democratie.

3. (Hyper)lokale media blijken inzetbaar om de diverse leefstijlen, alledaagse rituelen en routines en culturele waarden van wijkbewoners in beeld te brengen en te duiden. Mensen willen hun omgeving begrijpen, maar willen ook dat die omgeving hén begrijpt. Bovendien biedt wijktelevisie mensen aanleiding om in gesprek te treden met relatief onbekenden.

Onderzoek naar wijkjournalistiek is van belang om minstens twee redenen

1. Er bestaat nauwelijks beleidsmatige en wetenschappelijke aandacht voor hyperlokale journalistiek en de maatschappelijke impact ervan op bewoners. Onderzoek kan laten zien hoe media juist op buurtniveau een constructieve rol kunnen vervullen bij processen van inburgering en de basis kunnen leggen voor 'het leven van' een democratische cultuur.
2. Veel wijkjournalistieke projecten zijn een kort leven beschoren. Onderzoek naar faal/slaagkansen van wijkjournalistiek is daarom hard nodig.

Wijkjournalistiek kan op drie manieren bijdragen aan een 'leesbare' wijk

Als wijk tv er in slaagt een wijk 'leesbaar' te maken, neemt de voorspelbaarheid toe en daarmee voelt de buurt vertrouwd aan. Dat versterkt het 'thuisgevoel'. Gevoelens van ontheemdheid en vervreemding nemen navenant af.

1. Door grote veranderingen in bepaalde wijken - veel migratie en een uiteenlopende bevolking - zijn bewoners slecht in staat om het gedrag van anderen te interpreteren (waarom zetten onze burens toch steeds hun schoenen op de gang?). Wijk tv kan de wijk 'leesbaar' maken door gewoonten en gebruiken van bewoners in beeld te brengen en te duiden. Mensen willen hun eigen 'mores' terugzien op tv, maar ook de 'mores' van de ander leren kennen en begrijpen.
2. Als mensen anderen niet kennen, dan vertrouwen ze op culturele clichés. Door het persoonlijke en menselijke achter het collectieve vooroordeel te laten zien, worden bepaalde gestigmatiseerde groepen (Marokkaanse jongens, drugsverslaafden, daklozen, ouderen) meer menselijk. Als duidelijker wordt dat hangjongeren zich vervelen en ze er niet op uit zijn om overlast te veroorzaken, wakkeren ze minder angst aan.
3. Wijk tv moet bekende wijkfiguren (zoals de postbode en de eigenaar van de buurtsuper) en centrale plekken op een realistische manier in beeld brengen. Daardoor raken mensen vertrouwd met elkaar en met de buurt.

De Tien Geboden voor succesvolle wijktelevisie

1. Het succes van *U in de Wijk* wordt ondermeer verklaard uit het overeenkomen van de doelen, ambities, motieven en professionele waarden van wijkjournalisten en professionals. Betrokkenen moeten het erover eens zijn dat de kwaliteiten van wijktelevisie niet alleen zijn af te lezen aan de normen van de reguliere journalistiek. Ook, of misschien wel vooral, de uitgangspunten van 'community journalism' doen er toe: belangwekkende verhalen vertellen die de gemeenschap binden door het vergroten van het onderlinge begrip van de wijkbewoners.
2. Van wijkjournalisten wordt verwacht dat ze zich meer als verhalenvertellers, dan als verslaggevers opstellen. De verhalen van *U in de Wijk* moeten inhoudelijke kwaliteit hebben, terwijl technische kwaliteit niet onbelangrijk is, maar er minder toe doet.
3. Wijkjournalisten moeten 'gastvrij' zijn. Dat wil zeggen dat zij zich een werkhouding dienen eigen te maken van onvoorwaardelijke onbevooroordeeldheid, waardoor zij in principe alle vraagstukken van bewoners serieus kunnen nemen.
4. De negatieve nieuwstendens kan worden doorbroken door constructieve verhalen aan te bieden, die (ook) oplossingsgericht zijn. Een overval of inbraak hoeft als onderwerp niet te worden vermeden, mits het bericht vergezeld gaat van praktische adviezen om dergelijke situaties te voorkomen. Op die manier krijgen wijkbewoners het gevoel greep te hebben op hun situatie.
5. Om bewoners sociale en fysieke ijkpunten te bieden, dienen filmpjes verhalen te vertellen over herkenbare 'publieke' wijkpersonages en de locatie goed in beeld te brengen. (Oh, zit die begraafplaats daar.) Mensen kunnen zich hierdoor beter oriënteren in hun buurt, waardoor de vertrouwdheid toeneemt.
6. Door onverwachte invalshoeken en onderwerpen te kiezen (zie bijvoorbeeld het filmpje over de cyste en de reikimeester: www.uindewijk.nl/artikel/98) creëren wijkjournalisten aanleidingen voor bewoners om met elkaar in gesprek te gaan. Daar worden wijk en bewoners beter tastbaar en 'aanraakbaar' van.
7. Verhalen kunnen spannender en realistischer worden als meerdere perspectieven van wijkbewoners met verschillende achtergronden aan bod komen over hetzelfde thema.
8. Wijkbewoners stellen prijs op de agendafunctie van wijktelevisie. Ze willen zowel een aankondiging van het evenement, als een verslag achteraf, zeker als ze er zelf zijn geweest.
9. Als verhalen niet aansluiten op of zelfs lijnrecht ingaan tegen de vooroordelen en clichés van mensen, dient wijktelevisie dit expliciet in het verhaal te verwerken. Doet ze dat niet, dan bestaat het risico dat de andere teneur niet wordt opgepikt door de bewoners.
10. Wijkbewoners waren regelmatig verontwaardigd over de relatieve onbekendheid van *U in de Wijk*. Hun devies: meer reclame maken voor *U in de Wijk*.

Inhoud

| | |
|--|----|
| Voorwoord | 4 |
| Samenvatting | 5 |
| De Tien Geboden voor succesvolle wijktelevisie | 6 |
| 1. Inleiding | 9 |
| 2. Kanaleneiland en Overvecht in de pers: het maken van een 'probleemwijk' | 11 |
| 3. De ervaring van de wijk | 21 |
| 4. De leesbare wijk | 37 |
| 5. Wijkjournalistiek: gewoon hetzelfde of gewoon anders? | 46 |
| 6. Conclusies en aanbevelingen | 58 |
| Geraadpleegde literatuur | 64 |
| Bijlage I: Wat is <i>U in de Wijk</i> ? | 66 |
| Bijlage II: Omschrijving van Kanaleneiland en Overvecht | 67 |
| Bijlage III: Methode | 68 |
| Bijlage IV: Kijk- en leesgedrag van informanten | 74 |



Wijkjournalist Reshma Dewkalia

1. Inleiding

Wat is een probleemwijk?

Probleemwijken doen het goed in het landelijke en regionale nieuws. Het woord is zelfs uitgevonden in de media, namelijk door de makers van de gelijknamige en omstreden serie van SBS6. Volgens de thesaurus Zorg en Welzijn duidt de term probleemwijken op 'wijken waarin de bevolking grotendeels in een sociaaleconomische zwakke positie verkeert; een hoog percentage bewoners heeft een laag inkomen of uitkering, er wonen veel etnische minderheidsgroepen en er komt veel overlast en onveiligheid voor' ¹.

Beeldvorming in media

De berichtgeving over probleemwijken zorgde de afgelopen jaren voor heftige debatten (ANP: 12 april 2005)². Het beeld dat geschetst werd, zou sensatiebelust en negatief zijn met een eenzijdige nadruk op overlast, politieoptreden en criminaliteit. Dat er in probleemwijken ook hardwerkende mensen met veel plezier wonen en hun dagelijkse leven leiden, zou bewust buiten beeld worden gelaten.

Er lijkt weinig variatie in de verhalen die in de media over deze 'probleemwijken' worden verteld. Constructieve of positieve media-aandacht is er nauwelijks. De Eindhovense burgemeester Alexander Sakkers uitte zelfs ernstige twijfels aan het waarheidsgehalte van de berichtgeving van SBS van de wijk Woensel-West en haar bewoners: "De bewoners herkennen zich in het geheel niet in de manier waarop u de wijk in beeld hebt gebracht." De burgemeester had het over 'evidente onjuistheden'. Zo stelde hij dat slechts één van de vier hoofdrolspelers daadwerkelijk in de wijk woont. Ook zouden locaties worden getoond die niet in de wijk liggen. "Willens en wetens vermengt u op deze manier feiten en fictie. U pretendeert te informeren, te registreren, maar u biedt plat geregisseerd 'vermaak' dat op een schokkende manier haaks staat op wat deze wijk met veel inzet van de bewoners de laatste jaren voor elkaar heeft gekregen", zo stelde Sakkers ³.

Vier redenen voor wijkjournalistiek

Er zijn vier goede redenen om op een andere manier aandacht te besteden aan probleemwijken. In de eerste plaats bestaat er onder bewoners een grote behoefte aan nieuws over hun wijk. Dat blijkt uit recent onderzoek voor de lokale Amsterdamse omroep AT5 (Costera Meijer, 2008; 2010). Bewoners koesteren bepaalde verwachtingen van het nieuws. Zo willen ze hun stad of buurt herkennen in de manier waarop deze in de media wordt verbeeld. Illustratief is de reactie van bewoners van de Arnhemse probleemwijk Geitenkamp op een uitzending van het landelijke actualiteitenprogramma Zembla. Zij waren ontevreden over de aflevering waarin hun wijk volgens hen op een bevooroordeelde en niet-representatieve manier

was neergezet. Ze klopten aan bij de regionale Omroep Gelderland met de vraag om een genuanceerder beeld van hun wijk te schetsen waarin de bewoners zich wél kunnen vinden (Hietbrink, 2009).

Een tweede reden om aandacht te besteden aan de berichtgeving over wijken is het maatschappelijke belang dat wordt toegekend aan de buurt als aangrijpingspunt voor het bevorderen van de democratische gezindheid van burgers ⁴. Uit diverse rapporten blijkt dat, met name in de grote steden waar mensen met een verschillende taal en cultuur vaak zonder wederzijdse betrokkenheid dicht op elkaar leven, het moeilijk is om democratie ook daadwerkelijk te leven. Als je onbekend bent met elkaars dagelijkse gewoontes, is het niet gemakkelijk om met elkaar rekening te houden of samen te overleggen over de mores en inrichting van de buurt. Dit probleem is vooral kenmerkend voor achterstandswijken, waar bewoners zich door een voortdurende stroom van nieuwkomers en veranderingen in de wijk door sloop en nieuwbouw minder thuis voelen.

Of mensen zich thuis voelen in een buurt hangt af van hun vermogen om de gebruiken en gewoontes van anderen die zich in diezelfde geografische ruimte begeven te kunnen interpreteren (Blokland, 2008:132). Alledaagse korte contacten en interacties op straat zijn onderdeel van de processen waarmee mensen elkaars sociale identiteit kunnen duiden. Verzorgde bloembakken in een straat of rijtjes schoenen voor de voordeur van een islamitisch gezin zijn dat net zo goed. Als het bewoners lukt om zowel de fysieke als de sociale uitingen in een buurt te 'lezen', ongeacht of ze de mensen in die buurt ook daadwerkelijk kennen, dan ervaren ze de omgeving niet snel als 'unheimisch'.

Een derde reden om wijkmedia te onderzoeken is dat tot op heden nauwelijks beleidsmatige en wetenschappelijke aandacht bestaat voor de manieren waarop (hyper)lokale media in Nederland inzetbaar zijn om de diverse leefstijlen en culturele waarden van wijkbewoners in beeld te brengen en te duiden. Toch blijkt dat hier grote behoefte aan is (zie o.a. Clarke & Gaile, 1998; Costera Meijer, 2008; Heider, McCombs & Poindexter, 2005).

1) www.thesauruszorgenwelzijn.nl

2) Burgemeester Sakkers van Eindhoven eiste dat SBS geen beelden meer zou gebruiken van de aflevering over de probleemwijk in zijn gemeente. Hij en burgemeester Rombouts van Den Bosch kondigden eerder aan een schadeclaim in te dienen bij SBS.

3) ANP, 12-04-2005

4) Samenwerken aan de Krachtige Stad (2004) van het ministerie van Binnenlandse Zaken, De staat van de democratie, democratie voorbij de staat (2004) van de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid en Vormen van democratie (2007) van Raad voor de Maatschappelijke Ontwikkeling.

Bewoners stellen lokale media op prijs die hun een blik gunnen 'over de heg' en ze leren wie er bij hen in de wijk wonen en welke gewoontes zij er op na houden. Maar behalve dat mensen hun omgeving willen begrijpen, willen ze ook dat die omgeving hén begrijpt. Naast informatie over anderen verwachten ze van lokale journalistiek een correcte representatie van zichzelf. Ze verlangen dat lokale nieuwsmedia de essentie van hun eigen zorgen en gezichtspunten weet over te brengen aan 'de wijk of stad'. Kort gezegd: ze willen 'zien en gezien worden'. Het serieus nemen van de verhalen van wijkbewoners door de lokale media, of deze nu positief zijn of niet, draagt bij aan het gevoel van wijkbewoners dat zij ertoe doen. Herkenning en erkenning geven nieuwkomers inzicht in hoe de stad werkt en helpt hen op die manier om in te burgeren. (Hyper)lokale media zijn van grote maatschappelijke betekenis als zij kunnen bijdragen aan een herkenbaar en gemeenschappelijk buurt- of stadsgevoel (Costera Meijer, 2010).

De vierde aanleiding is dat in Nederland weinig onderzoek is naar de manier waarop wijk-tv eruit moet zien om succesvol te zijn. Dat dit een belangrijke vraag is, blijkt uit het feit dat eerdere wijkjournalistieke projecten vaak een kort leven beschoren zijn (o.a. Dorpspleinen van Twentsche Courant Tubantia, Boschveld 55 van Omroep Brabant en Studio Geitenkamp van Omroep Gelderland). Op basis van eerder onderzoek (zie Costera Meijer et al., 2009) constateerden we dat een belangrijk obstakel in succesvolle participerende journalistiek bestaat uit de houding en de professionele routines van 'gewone' journalisten en redacteuren. Journalisten hebben moeite om met burgers samen te werken, omdat zij vasthouden aan specifieke werkrouines en opvattingen over kwaliteit en professionaliteit (Chung, 2007; Hermida & Thurman, 2008; O'Sullivan & Heinonen, 2008; Paulussen & Ugille, 2008; Ryfe, 2009). Journalisten willen vasthouden aan hun rol als gatekeeper, onder andere door het nieuws dat burgers aanleveren te filteren en gescheiden te houden van nieuws geproduceerd door professionals. Veel journalisten blijken bovendien slecht in staat om waardering op te brengen voor burgerjournalistiek, omdat ze het beschouwen als inferieur aan 'echte journalistiek' (Costera Meijer et al., 2009).

Onderzoek naar *U in de Wijk*

Om bovenstaande redenen startte het Kenniscentrum Media in juni 2009 met een langlopend onderzoek naar het wijkjournalistieke project *U in de Wijk*. In de lente van 2009 werd *U in de Wijk* in het leven geroepen door drie Utrechtse partijen: woningcorporatie Mitros, RTV Utrecht en de gemeente Utrecht. *U in de Wijk* wordt sinds september 2009 als wekelijks magazine uitgezonden bij UStad op RTV Utrecht. Door RTV Utrecht getrainde bewoners maken zelf, gesteund door professionals, filmpjes over hun wijk waarin ze op zoek gaan naar kleine en persoonlijke verhalen.

De initiatiefnemers willen met *U in de Wijk* op een nieuwe manier journalistiek mogelijk maken die recht doet aan de wijze waarop de Utrechtse probleemwijken Overvecht en Kanaleneiland door bewoners wordt beleefd. Bovendien hopen ze met wijktelevisie de sociale cohesie in deze wijken te vergroten. Bij *U in de Wijk* vertellen bewoners hun eigen verhaal en kiezen hun eigen manier om dat verhaal te vertellen (Projectplan *U in de Wijk*, 2009). De directe aanleiding voor het onderzoek was dan ook het verzoek van de initiatiefnemers om na te gaan of en hoe *U in de Wijk* erin slaagt om 'andere' verhalen uit de wijk los te krijgen en andere vormen van communicatie op gang te brengen tussen de bewoners onderling en tussen de instanties en de bewoners.

Opbouw verslag

Centrale onderzoeksvraag is welke verwachtingen bewoners koesteren ten aanzien van wijktelevisie en in hoeverre de verhalen van *U in de Wijk* aan die verwachtingen voldoen. Daartoe worden in de volgende vier hoofdstukken een aantal deelvragen beantwoord.

In hoofdstuk 2 komt de vraag aan bod welk nieuws de landelijke en regionale pers over beide wijken brengen. In hoeverre vormen de aard en omvang van het reguliere nieuws een verklaring voor het ongenoegen van bewoners over de berichtgeving? Een derde vraag die wordt beantwoord, is in hoeverre het reguliere nieuws aanwijzingen geeft over de manier waarop wijktelevisie zich zou kunnen onderscheiden.

In hoofdstuk 3 staan de ervaring en beleving van de bewoners van hun wijk en de berichtgeving erover centraal. In zowel de wijk Kanaleneiland als Overvecht zijn bewoners op verschillende momenten hierover geïnterviewd. De informatie uit de interviews zal direct gekoppeld worden aan algemene suggesties voor wijktelevisie.

Ook in hoofdstuk 4 staan de wijkbewoners centraal. Hier gaat het om de (mogelijke) betekenis die *U in de Wijk* voor hen kan hebben. Daarnaast wordt gekeken hoe zij *U in de Wijk* waarderen en wat voor wensen zij hebben waar het wijktelevisie betreft.

In hoofdstuk 5 is aandacht voor de organisatorische opzet en inbedding van *U in de Wijk*. Om de faal- en succesfactoren op het spoor te komen, zijn zowel de professionals als de wijkjournalisten die betrokken zijn bij *U in de Wijk* diepgaand ondervraagd over hun motieven, ambities en ervaringen met het maken van *U in de Wijk*.

In hoofdstuk 6 trekken we op basis van bovenstaande analyse conclusies en doen we aanbevelingen.

2. Kanaleneiland & Overvecht in de pers: het maken van een ‘probleemwijk’

Als Kanaleneiland in het nieuws is, belooft dat weinig goeds, aldus de bewoners. Mensen van buiten de wijk durven 's avonds niet op visite te komen. Nieuwe bewoners ervaren gevoelens van angst en onveiligheid. En er is vrijwel niemand die recent uit overtuiging gekozen heeft om in de wijk te gaan wonen. Vrijwel alle geïnterviewde bewoners vinden de berichtgeving stigmatiserend en eenzijdig negatief, en hebben daar last van.

“Ja, en ik erger me er kapot aan. Toen met het samenscholingsverbod waar ik dus dolblij mee was en iedereen met mij hier in de buurt. Fantastisch. Toen dat dus ingevoerd werd, hadden we dus werkelijk televisieploegen hier over de stoep lopen. (...) Op vrijdagochtend filmde ze in het winkelcentrum, dan werd het beeld gegeven van enorme hoeveelheden vuilnis die er staan en iedereen denkt: zo wat een rotzooi op Kanaleneiland. Maar het was wel een kwartier voordat de vuilnisman kwam. Het is zo vertekend wat ze laten zien.” (Monique, 66)

Ook bewoners uit de wijk Overvecht herkennen zichzelf en hun wijk zelden in het mediaprofiel en verwijten de regionale en landelijke media dat zij actief bijdragen aan het vestigen van een slechte reputatie. De reputatie van Kanaleneiland en Overvecht is zo slecht dat het voor de initiatiefnemers van *U in de Wijk* aanleiding vormt om met wijktelevisie enig tegenwicht te bieden.

Centraal in dit hoofdstuk staat de vraag of de berichtgeving over de twee Utrechtse ‘probleemwijken’ Kanaleneiland en Overvecht wel zo negatief is als bewoners geloven. En, als dat zo is, in hoeverre geldt dat niet ook voor de ‘betere’ wijken? Nieuws is toch meestal negatief gekleurd?

2.1 Aanpak van het onderzoek naar de aard en omvang van de berichtgeving over Kanaleneiland en Overvecht

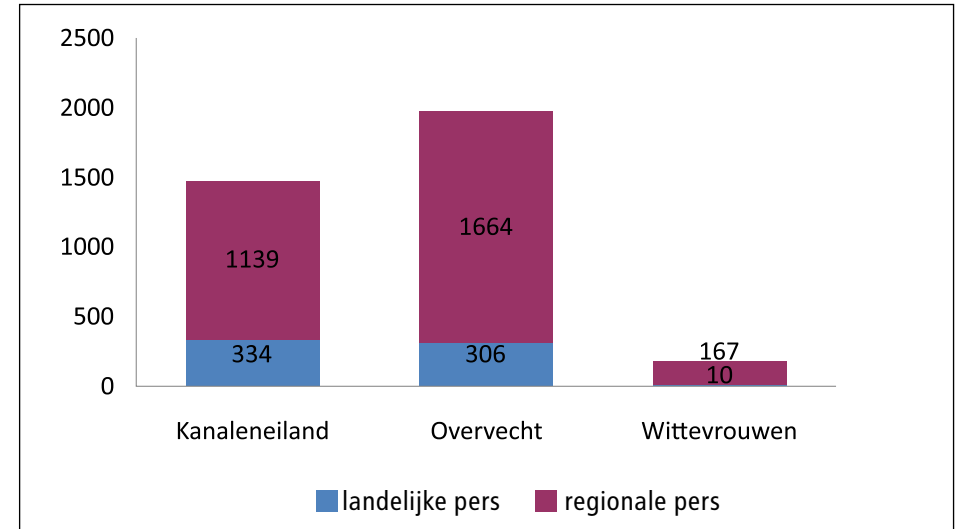
Via het digitale archief van databank LexisNexis zijn krantenartikelen geselecteerd die verschenen zijn tussen 1 januari 2007 en 30 oktober 2009 waarin Kanaleneiland of Overvecht minimaal eenmaal in de lopende tekst als onderwerp of plaats van handeling werden opgevoerd. Vervolgens is de berichtgeving over de ‘betere’ wijk

Wittevrouwen gekozen als vergelijkingsmateriaal, omdat deze wijk in 2008 te boek stond als de veiligste buurt van Utrecht (Utrecht Monitor, 2008).

Met een automatische inhoudsanalyse is gekeken hoe vaak de termen ‘Kanaleneiland’, ‘Overvecht’ en ‘Wittevrouwen’ binnen de onderzoeksperiode van bijna drie jaar voorkwamen in zes dagbladen: Algemeen Dagblad, De Telegraaf, De Volkskrant, NRC Handelsblad, Trouw (allen landelijk) en AD/Utrechts Nieuwsblad (regio-editie).

De wijken Kanaleneiland en Overvecht haalden veel vaker het nieuws dan Wittevrouwen (zie grafiek 2.1). De landelijke en regionale berichtgeving noemden gezamenlijk Kanaleneiland 1473 keer, Overvecht 1970 keer en Wittevrouwen 177 keer. Dat is zeker voor wat betreft Kanaleneiland relatief gezien erg vaak, als je het afzet tegen de omvang van de wijk en de hoeveelheid inwoners: Kanaleneiland heeft 15.566 inwoners, terwijl Overvecht er met 31.570 inwoners ruim tweemaal zoveel heeft (Utrecht Buurtmonitor, 2010).

Grafiek 2.1 Aantal keer dat de wijken genoemd worden, uitgesplitst naar wijk en landelijke/regionale berichtgeving.



Vervolgens is met een kwalitatieve inhoudsanalyse gekeken welke berichten daadwerkelijk over gebeurtenissen gaan in de betreffende wijken. Uitgesloten zijn serviceberichten, terloopse verwijzingen, brieven door lezers, eenkolomsberichten en artikelen waar de wijk in een opsomming voorkomt.

Gezien de hoeveelheid artikelen in het regionale dagblad waarin Overvecht voorkwam, is besloten om niet alle artikelen te bekijken, maar een representatieve steekproef te nemen. In totaal is de berichtgeving over elf kalendermaanden verdeeld over 2007, 2008 en 2009 geanalyseerd, wat neer kwam op 140 berichten. Om de resultaten niet alleen qua percentages, maar ook qua absolute aantallen vergelijkbaar te maken, zijn de regionale data van Overvecht geëxtrapoleerd naar de volledige periode van 34 maanden. In totaal kwam het neer op 434 artikelen voor Overvecht, 270 voor Kanaleneiland en 60 voor Wittevrouwen.

De derde stap bestond uit het rangschikken van de berichten: op datum en krant van plaatsing; op thema; op aanwezigheid van de journalist in de wijk; op omschrijving van de wijk (als probleemwijk, Vogelaarwijk, kracht- of prachtwijk); op het gebruik van bronnen (komen in het artikel buurtbewoners aan het woord?); en op het beschrijven van een positieve of negatieve ontwikkeling.

Als vierde stap zijn de volgende vragen beantwoord:

- Was het aantal nieuwsberichten over Kanaleneiland en Overvecht inderdaad buitensporig groot in vergelijking met een rustigere wijk als Wittevrouwen? Als dat zo is, dan kan aan media inderdaad een zelfstandige invloed worden toegekend.
- Hoe was de onderwerpselectie in de zes dagbladen? Hoe laten de berichten zich rubriceren?
- Welke onderwerpen (de rubrieken) komen het vaakst voor in de artikelen over Kanaleneiland en Overvecht? Is er vergelijkbare interesse voor dezelfde onderwerpen in artikelen over Wittevrouwen?
- Hoe worden Kanaleneiland en Overvecht getypeerd? Als probleemwijk / krachtwijk / Vogelaarwijk o.i.d.?
- Wat is de verhouding tussen positieve en negatieve berichtgeving over de wijken? Is de balans positief/negatief voor Kanaleneiland vergelijkbaar met Overvecht, en hoe valt die balans uit voor Wittevrouwen?

In de vijfde plaats is gekeken of journalisten daadwerkelijk de wijk in zijn gegaan voor hun nieuwsgaring of dat zij zich beperkt hebben tot bureauwerk. Ook is het gebruik van bronnen vergeleken, vooral als het gaat om wijkbewoners⁵. Voor een uitgebreide beschrijving van de methode en operationalisering, zie bijlage 3.

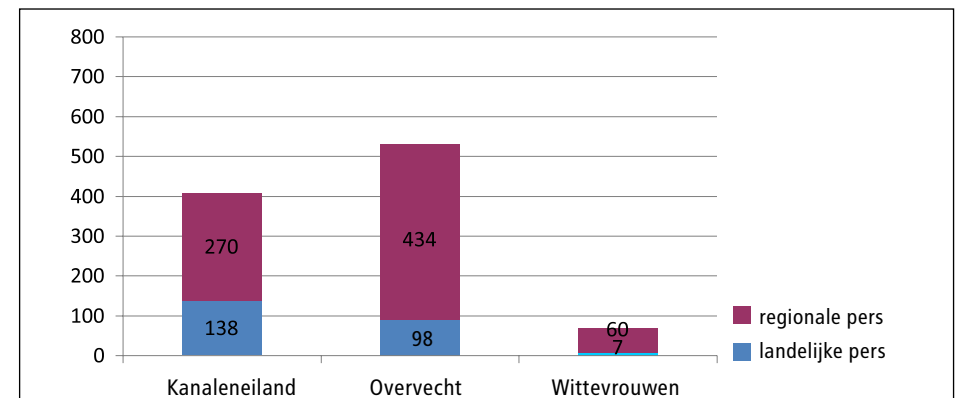
2.2 Omvang en teneur van de berichtgeving over Kanaleneiland en Overvecht

Veel media-aandacht voor een wijk betekent dat de reputatie van de wijk meer dan die van andere wijken gevoed wordt door nieuwsberichten. De selectie en toonzetting van die berichten bepaalt vervolgens welke richting de reputatie opgaat: veel negatieve berichtgeving draagt bij aan een negatief imago. Wordt over Kanaleneiland en Overvecht met een andere teneur bericht dan over een 'neutrale' wijk als Wittevrouwen en hoe verschillen de wijken Kanaleneiland en Overvecht onderling? Bovendien is het de vraag of en hoe de landelijke respectievelijk de regionale dagbladen hierin een zelfde rol vervullen.

2.2.1 Omvang van de berichtgeving over Kanaleneiland en Overvecht

Uitgesplitst naar regionale versus landelijke berichtgeving besteedt de regionale krant AD/UN in de onderzoeksperiode 270 keer aandacht aan Kanaleneiland en 434 keer aan Overvecht, en de landelijke dagbladen in respectievelijk 138 en 302 artikelen⁶. Daarbij vergeleken is de aandacht van zowel de landelijke als regionale dagbladen voor de gegoede Utrechtse wijk Wittevrouwen zeer gering. In de vijf landelijke dagbladen verschenen in een periode van drie jaar slechts zeven artikelen waarin Wittevrouwen een rol speelde, en in het AD/UN 60 artikelen.

Grafiek 2.2 Hoeveelheid geanalyseerde artikelen, uitgesplitst naar wijk en landelijke/regionale media.



5) Een beschrijving van locatie en sfeer of het aanduiden van een bron als 'toevallige passant' zijn aanwijzingen dat de journalist ter plekke is geweest. Wanneer dergelijke aanwijzingen ontbreken, is het artikel gecodeerd als 'onduidelijk of de journalist in de wijk is geweest'.

6) Aangetekend moet worden dat ruim een derde van de artikelen in de landelijke kranten over Kanaleneiland is geproduceerd door De Volkskrant. Dat kan wellicht worden verklaard door de aanwezigheid van een eigen correspondent in Utrecht: Charlotte Huisman.

De indruk van bewoners dat Kanaleneiland en Overvecht vaak in het nieuws zijn klopt. Dat betekent dat het aannemelijk is dat de reputatie van de wijk meer dan die van andere wijken gevoed is door nieuwsberichten. Om de mogelijke impact daarvan te bepalen zijn de inhoud en de teneur van de berichten onderzocht.

2.2.2 Teneur van de berichtgeving: positief of negatief?

In de landelijke dagbladen is voor zowel Kanaleneiland als Overvecht in iets meer dan de helft van alle artikelen (54% en 56%) een negatieve ontwikkeling bepalend voor de toon van het bericht.

De negatieve inkleuring is geregeld sterk. Als voorbeeld over Kanaleneiland geldt een artikel onder de kop 'WE SNIJDEN JE DE STROT AF!' (De Telegraaf, 15-01-2008). Ander voorbeeld is 'Twee incidenten binnen een week op Kanaleneiland – Utrechtse jongeren mishandelen politie' (AD, 10-01-2008).

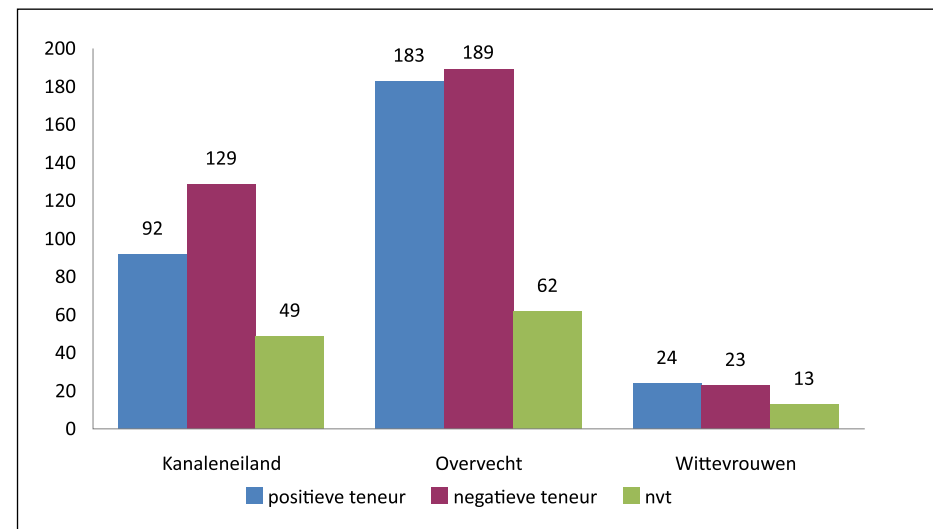
In 21% van de berichten over Kanaleneiland en 35% van de artikelen over Overvecht wordt een positieve ontwikkeling beschreven. Een voorbeeld is het artikel 'De weelde van een eigen huis' (De Volkskrant, 1 juli 2009), waarin uitgebreid wordt verhaald over een particulier huisvestingproject dat de buurt een positieve impuls moet geven.

Tenslotte zijn er ook artikelen waarin een bepaalde toonzetting ontbreekt. Voor Kanaleneiland is dit het geval in 25% van de artikelen, voor Overvecht 9%. Meestal betreft dit artikelen waarin de wijken als voorbeeld fungeren. Zo brengt Trouw op 28 maart 2008 een artikel over de verschijning van de film Fitna, waarvoor de verslaggever verschillende wijken bezocht, waaronder Kanaleneiland.

De teneur in de regionale berichtgeving over de verschillende wijken is vergelijkbaar met de landelijke. Voor beide wijken is bijna de helft van de artikelen in het AD/UN negatief van toon (respectievelijk 48% en 44%). Als het gaat om artikelen met een positieve toonzetting is de verdeling 34% voor Kanaleneiland en 42% voor Overvecht, en qua neutrale berichtgeving komen we op 18% en 14% van de regionale artikelen. Opvallend voor een wijk met zo'n goede reputatie als Wittevrouwen is dat onze telling uitwijst dat maar liefst 38% (23 artikelen) van de berichten een negatieve trend of gebeurtenis beschrijft, tegenover 40% positief (24 artikelen).

Een vergelijking met het nieuws over Wittevrouwen laat zien dat de verdeling tussen positieve en negatieve berichtgeving over Kanaleneiland en Overvecht niet systematisch afwijkt van een 'gewone' wijk⁷. Dat bewoners van Kanaleneiland zich beklagen over de negatieve berichtgeving over hun wijk, vraagt dan ook om een nadere verklaring. Verhoudingsgewijs is de verhouding positief/negatief in

Grafiek 2.3 Teneur van de artikelen in regionale dagbladen in absolute aantallen, uitgesplitst naar wijk.



beide gevallen aanzienlijk meer in balans dan we op voorhand hadden verwacht en verschilt dat maar weinig van de gegoede wijk Wittevrouwen. Toch raakt het nieuws de bewoners van de probleemwijken veel sterker. Om te achterhalen hoe dat komt is een nadere blik op de inhoud van de berichtgeving vereist.

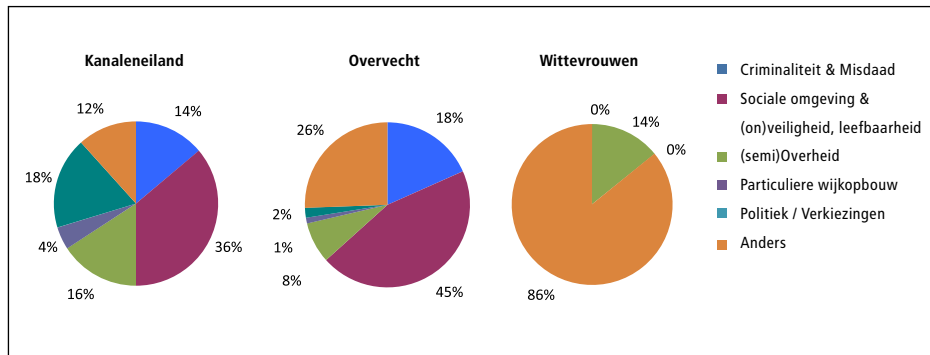
2.3 De selectie van thema's waarover wordt bericht is beperkt

Hoewel we geen extreme verschillen signaleren tussen de wijken als het gaat om de teneur van de berichten, kan de ontevredenheid van de bewoners van Kanaleneiland en Overvecht misschien worden verklaard door de specifieke onderwerpselectie. Een positieve toonzetting kan teniet worden gedaan door het nieuwsonderwerp, zoals misdaad of verloedering. Als er veel wordt geschreven over misdaad, zelfs als het op een positieve manier gebeurt (bijvoorbeeld 'veel misdaden worden opgelost'), dan versterkt dat nog steeds de associatie tussen de wijk en misdaad. Het is daarom van belang om te kijken welke thema's aan bod komen in de berichtgeving over Kanaleneiland en Overvecht. Hiervoor zijn zes themacategorieën opgesteld: criminaliteit & misdaad, sociale omgeving & (on)veiligheid, wijkopbouw op publiek initiatief, wijkopbouw op particulier initiatief, politiek/verkiezingen.

7) Zowel de teneur in de berichtgeving over Kanaleneiland ($M = 1.91$, $SE = .04$) als die over Overvecht ($M = 1.73$, $SE = .04$), verschillen niet significant van de teneur in de berichtgeving over Wittevrouwen ($M = 1.79$, $SE = .09$, $p = ns$).

Het nieuws over Kanaleneiland en Overvecht in de landelijke dagbladen laat zich gemakkelijk rubriceren: overeenkomstig het beeld van de bewoners focust de landelijke pers zich met name op onderwerpen die met criminaliteit en (on)leefbaarheid te maken hebben. Voor Kanaleneiland geldt dat bijna de helft van de berichten over deze thema's gaat, voor Overvecht is dit zelfs 63%, terwijl in de weinige artikelen die over Wittevrouwen verschenen hier helemaal geen aandacht aan werd besteed (zie grafiek 2.4).

Grafiek 2.4 Thema's die aanbod komen in de landelijke berichtgeving, uitgesplitst per wijk.

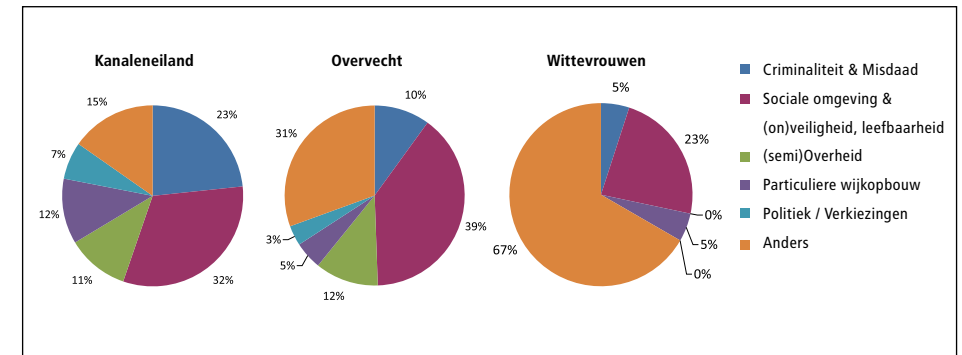


De labels roepen zowel afzonderlijk als in samenhang met elkaar een eenduidig beeld op van Kanaleneiland en Overvecht als probleemwijken. Zelfs de berichten in de categorie politiek/verkiezingen hebben veelal te maken met het thema onveiligheid en leefbaarheid. Tijdens de strijd om het burgemeesterschap tussen Aleid Wolfsen en Ralf Pans speelde de (aanpak van) onveiligheid op Kanaleneiland een grote rol. Zie bijvoorbeeld het artikel 'Aleid Wolfsen wil Utrecht vooral veiliger maken' op 3 januari 2008 in Trouw, dat als volgt begint:

Utrecht heeft met de rellen in de wijk Ondiep en jongerenoverlast in Kanaleneiland een onrustig jaar achter de rug. Wolfsen merkte zelf tijdens zijn verkiezingscampagne dat jongens van acht jaar rond middernacht nog op straat zwerven. Het moet wat hem betreft 'standaard werkwijze' worden dat de politie zulke kinderen naar huis brengt en de ouders op hun verantwoordelijkheid wijst.

Daar waar de landelijke dagbladen op afstand zitten van de Utrechtse wijken, zit het AD/UN er dicht op. In theorie zou zich dat moeten vertalen in een meer gevarieerd aanbod van thema's. Dit is nauwelijks het geval: ook bij het regionale dagblad laat de berichtgeving over Kanaleneiland en Overvecht zich eenvoudig rangschikken naar de zes verschillende thema's. Tegelijkertijd blijken deze thema's volstrekt ongeschikt om de werkelijkheid van Wittevrouwen te vatten: tweederde van het Wittevrouwen-nieuws valt in de restcategorie 'anders' (zie grafiek 2.5).

Grafiek 2.5 Thema's die aanbod komen in de regionale berichtgeving, uitgesplitst per wijk.



Toch is de berichtgeving in de regionale krant iets evenwichtiger dan in de landelijke pers. AD/UN besteedt meer aandacht aan verbeterinitiatieven vanuit de publieke en particuliere sector.

In de berichtgeving over Kanaleneiland en Overvecht worden wel verschillende accenten gelegd. Het belangrijkste en meest consequente verschil is dat berichten over Overvecht vaker dan over Kanaleneiland in de categorie 'anders' vallen. Een verklaring hiervoor zijn de specifieke onderwerpen van de artikelen. Zo is er jaarlijks veel aandacht voor de hardloophwedstrijd over 10.000 meter georganiseerd op de atletiekbaan in Overvecht⁸. En ook over de muzikale verrichtingen van de in Overvecht opgegroeide muzikant Kytman⁹ wordt vaak bericht. Dat er binnen Overvecht over een brede selectie onderwerpen wordt gesproken is niet zo raar, gezien de schaal: Overvecht is een stuk groter dan Kanaleneiland en er wonen twee keer zoveel mensen als in Kanaleneiland¹⁰.

8) o.a. AD/UN op 31 oktober 2007, 29 mei 2008, 14 & 15 mei 2009

9) o.a. AD/UN op 30 mei 2007, 23 oktober 2008, 19 februari 2009, 11 maart 2009, 9 oktober 2009

10) Utrechtmonitor, 2008

Hoewel er verschillen in berichtgeving tussen de landelijke en regionale media bestaan, zijn deze niet zo groot als op voorhand verwacht. Het AD/UN besteedt evenals de landelijke media onevenredig veel aandacht aan de thema's 'criminaliteit & misdaad' en 'sociale omgeving, (on)veiligheid, leefbaarheid'. Wat Kanaleneiland betreft besteedt het AD/UN zelfs meer aandacht aan deze thema's dan de landelijke media.

2.4 De problemen waarover wordt bericht zijn ernstige problemen

Het is van belang dat we kijken hoe de thema's worden ingevuld. De zwaarte van de problemen en gebeurtenissen waarover wordt geschreven doet er immers toe. Zo kan binnen de categorie 'criminaliteit & misdaad' geschreven worden over een gestolen fiets, maar ook over een jeugdbende die de wijk terroriseert.

„Het is vaak al moeilijk hier een plekje voor een fiets te vinden, laat staan voor een bakfiets,” verzucht Hilde Scheffer. Ze parkeert haar bakfiets met daarin twee kinderen bij de Montessorischool in de wijk Buiten Wittevrouwen. „Niet alleen hier bij het schoolplein is het zoeken, je moet al helemaal niet bij de Albert Heijn in de Burgemeester Reigerstraat zijn. Dat is een ramp.” De bakfiets is populair onder trendy dertigers in deze Utrechtse wijk. Rond het schoolplein staan er deze middag een stuk of acht. (AD/UN, 19-12-2008, Wijkraad wil parkeerplek voor bakfiets)

De wijk Wittevrouwen kent eigenlijk maar twee (hardnekkige) problemen. De verkeerssituatie is onoverzichtelijk, en leidt op sommige plekken tot gevaarlijke situaties. Ook zijn er te weinig parkeerplaatsen, zowel voor de auto als de (bak)fiets.

De problemen in Kanaleneiland en Overvecht zijn van een geheel andere orde. Als voorbeeld geldt het artikel over Kanaleneiland onder de kop 'WE SNIJDEN JE DE STROT AF!' (Telegraaf, 15-01-2008) met de volgende lead:

UTRECHT, dinsdag 'Onze ouderen achter een hek en het schorem los op straat'. Zo karakteriseerde Geert Wilders in september de toestand in de Utrechtse wijk Kanaleneiland, en dan in het bijzonder rond het seniorencomplex aan de Gasperilaan. De politiehekken, bedoeld om scootercrimi's het vluchten te beletten, werden groot nieuws. Maar inmiddels is het al zover dat het 'schorem' ook áchter het hek de dienst uitmaakt: de toegangsdeur is tot twee keer toe ingetrapt en een bejaarde bewoner is bedreigd. "De politie? Die wordt hier voor je ogen in elkaar geslagen."

Dit voorbeeld is kenmerkend voor de problemen die in artikelen over Kanaleneiland worden besproken. Ook in Overvecht spelen problemen als deze, zoals blijkt in het artikel 'Permanente politieursurveillance op winkelcentrum in Overvecht' uit het AD/UN van 21 januari 2009.

Twintig seconden. Langer zijn de twee overvallers niet in de winkel geweest. Met een mes en een pistool wilden ze geld zien, maar in een reflex schreeuwt de winkelier naar achter dat de politie gebeld moet worden. De daders nemen daarop zonder buit de benen. De overval blijft bij een poging, maar de schrik zit er goed in bij de winkelier, die liever anoniem wil blijven. „Dat mes was heel beangstigend. Je weet dat dit echt is. Een pistool kan nog nep zijn.” De overval was niet de eerste in winkelcentrum De Klop. Vlak voor kerst hadden overvallers ook al een keer toegeslagen en kort na nieuwjaar was het opnieuw raak. Ook de Super de Boer, aan nabij gelegen Franciscusdreef, was in diezelfde periode doelwit van een overval.

Daar waar problemen die aan de orde komen in de berichtgeving over Wittevrouwen enigszins futiel lijken, zijn de problemen van Kanaleneiland en Overvecht ernstig. Het is geen wonder dat Kanaleneiland en Overvecht te boek staan als wijken waar het slecht toeven is, terwijl Wittevrouwen veel weg heeft van het paradijs op aarde.

2.5 Het nieuws is, ongeacht de teneur, probleemgericht

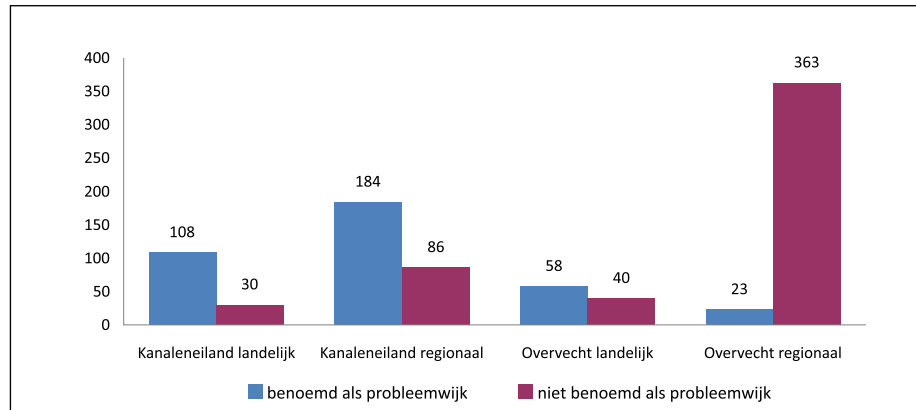
Als we kijken naar de inhoud van de berichtgeving over Kanaleneiland en Overvecht blijkt dat, ondanks een geregelde keuze voor een positieve invalshoek, de negatieve associaties over de wijk de boventoon voeren. Een voorbeeld is een lead in De Telegraaf op 10 juni 2008 over de aanpak van jeugdoverlast in Kanaleneiland:

De aanpak van overlastgevende kinderen in de Utrechtse probleemwijk Kanaleneiland, door ze 's avonds naar huis te sturen, werkt boven verwachting, al is er nog een lange weg te gaan.

De negatieve ondertoon van het bericht blijkt bijvoorbeeld uit het 'boven verwachting' werken van de maatregel. De toon wordt nog versterkt doordat verderop in het artikel zal blijken dat het ruim vierhonderd kinderen betreft. Tenslotte wordt opgemerkt dat het nog lang zal duren voordat Kanaleneiland van zijn problemen zal zijn verlost. Door dit type berichtgeving blijft de associatie van Kanaleneiland met de thema's criminaliteit en onveiligheid hardnekkig. Zo ontstaat een consistent beeld van de wijk als 'probleemwijk'.

Dat wordt nog eens benadrukt doordat de wijk in het meeste nieuws aangeduid wordt met de term 'probleemwijk' of woorden van vergelijkbare strekking. In 292 van de 408 artikelen wordt aan de wijk gerefereerd als probleemwijk, achterstandswijk, 'prachtwijk' of Vogelaarwijk. Grafiek 2.6 laat zien hoe vaak de wijken Overvecht en Kanaleneiland in de landelijke en regionale media worden aangemerkt als 'probleemwijken'.

Grafiek 2.6 Benoeming als 'probleemwijk' in absolute (voor Overvecht geëxtrapoleerde) aantallen, uitgesplitst naar wijk en landelijk/regionaal niveau.



Opvallend is dat, zoals ook te zien is in bovenstaande grafiek, de berichtgeving over Kanaleneiland en Overvecht op dit punt van elkaar verschillen. Terwijl het merendeel van het landelijke nieuws (78%) Kanaleneiland aanduidt als probleemwijk, gebeurt dit voor Overvecht 'slechts' in 59% van de berichten. Het regionale AD/UN refereert respectievelijk aan Kanaleneiland en Overvecht als 'probleemwijk' in 68% en 16% van de berichten. Illustratief voor dit verschil in nieuwsframing uit Overvecht is bijvoorbeeld het artikel 'Wijkproject krijgt prijs van Vogelaar' op 28 november 2007 in het AD/UN, dat als volgt begint:

Het project 'Van binnen naar buiten' in de Utrechtse wijk Overvecht heeft de prijs 'Parel van Integratie 2007' gekregen van minister Vogelaar. In dit project werken woningcorporatie Mitros, Cumulus Welzijn, Milieupunt Utrecht en de gemeente samen. Doel: problemen in de wijk oplossen. In de aanpak staat een persoonlijke aanpak centraal, waardoor een sociaal isolement kan worden voorkomen.

Hoewel het gaat om een wijkproject dat een integratieprijs wint die wordt uitgereikt door minister Vogelaar en duidelijk wordt gemaakt dat er problemen zijn in de wijk,

wordt niet één keer aan Overvecht gerefereerd als 'probleemwijk, achterstandswijk, of Vogelaarwijk'. Voor dit verschil hebben we geen goede verklaring. De media-aandacht voor met name Kanaleneiland vindt voor het grootste deel plaats binnen het kader van de probleemwijk. Het biedt een goede verklaring voor de - vergeleken met de Overvechters - nog grotere verontwaardiging van bewoners van Kanaleneiland over het stigma dat de berichtgeving over hun wijk veroorzaakt.

2.6 Gebrek aan samenhang in het nieuws

Ondanks de verschillen tussen beide wijken, krijgt degene die de verslaggeving in de landelijke kranten volgt, een eenduidig beeld van Kanaleneiland en Overvecht: het gaat er niet goed. De regionale krant probeert dat beeld nog enigszins te nuanceren door aandacht te besteden aan wijkopbouw, innovatie- en renovatie projecten. Niettemin lukt het niet om bij bewoners de indruk weg te nemen dat de berichtgeving over de wijk geen recht doet aan hun ervaring van de wijk. Een verklaring voor het ongenoegen van bewoners is dat de overdaad aan berichten op thematisch niveau min of meer dezelfde problematische kant belicht, waardoor meer optimistische tegengeluiden geen gehoor vinden. Een voorbeeld van een dominant negatief nieuwsframe, waarbinnen positieve ontwikkelingen niet kunnen worden 'geplaatst' is de berichtgeving over één huizenblok. Op 3 oktober 2009 plaatst AD/UN een artikel getiteld 'Ze willen ons weg hebben - Mitros ontkent het 'uitroken' van sloopwoningen Kanaleneiland'. Het artikel start met de volgende intro:

UTRECHT - Stapels stinkend huisvuil, opengereten vuilniszakken. Betonnen portieken met graffiti en pis in de gangen, gaten in de riolering. Taferelen die je zou verwachten in de buitenwijken van Parijs of Mexico-stad, maar je vindt het in Kanaleneiland, Utrecht.

Vervolgens komt wijkbewoner K. Camusci aan het woord:

"Het is niet te houden," zegt K. Camusci, een van de leden van de Huurdersorganisatie Kanaleneiland-Centrum. „Ze poepen en piesen in de gangen, er staan dag en nacht auto's op de stoep. En de politie doet niks." De huizenblokken rond de Auriollaan en de Rooseveltlaan in Kanaleneiland staan al jaren op de nominatie om gesloopt te worden, het onderhoud is versloft. Bewoners denken dat woningbouwverenigingen Mitros en Portaal dat bewust doen. Camusci: „Het is gewoon pesterij. Ze willen ons hier weg hebben en doen daarom niks meer. De politie is hier ook niet meer, de auto's blijven op de stoep, niemand wordt bekeurd".

In dezelfde maand, op 17 oktober 2009, publiceert AD/UN ook het artikel 'Creatieven geven impuls – fotografen en webdesigners fleuren Kanaleneiland op'. In dit artikel worden dezelfde sloopwoningen aangehaald die in het eerder genoemde artikel 'Ze willen ons weg hebben', nog als banlieus werden opgevoerd. De intro van dit artikel is als volgt:

"Het kan hier nog eens heel erg leuk gaan worden met al die creatievelingen," zegt fotograaf Rob Wetzer. Hij is een van de eerste jonge ondernemers die een slooppand in Kanaleneiland heeft betrokken. Met een schroefmachine en rolmaat in zijn hand vertelt Wetzer over zijn zojuist opgerichte Studio Denkbeeld: „Het ademt zo toch een beetje die sfeer uit die je ook op de kunstacademie hebt.“ In het voormalige woonhuis waar hij kantoor houdt, zijn bijna geen deuren meer te vinden. De vloerbedekking is er uit en overal op de grond zitten verfspetters van vorige bewoners.

Het is moeilijk om beide verhalen - die op dezelfde flats betrekking hebben - met elkaar te rijmen. Als nieuwe verhalen geen aansluiting vinden of zoeken bij eerdere verhalen, omdat zij uitgaan van een heel ander nieuwsframe, neemt de kans af dat zij worden onthouden of zelfs opgemerkt door lezers (Severin & Tankard, 2001). Als tussen bepaalde gebeurtenissen niet expliciet een verband wordt gelegd, zullen lezers en kijkers in de regel niet zelf een samenhang ontdekken. Daardoor neemt de kans toe dat alleen de dominante boodschap blijft hangen: Kanaleneiland is een probleemwijk. En hoewel dit in iets mindere mate geldt voor Overvecht - hier wordt immers gevarieerder over bericht - illustreert het de aanpak van de nieuwsmedia over probleemwijken. De aandacht gaat uit naar incidenten die dit beeld bevestigen en andere verhalen of tegenberichten dringen daardoor moeilijk door. Opvallend is dat het hierboven beschreven mechanisme zich voordoet in zowel landelijke media als het regionale AD/UN, terwijl de regionale krant pretendeert dichter op het nieuws te zitten. Dit onderzoek laat zien dat er fysiek dichterbij zitten, niet betekent dat media ook in staat zijn recht te doen aan de complexiteit van een wijk en haar bewoners.

2.7 Dichterbij ≠ dicht er op

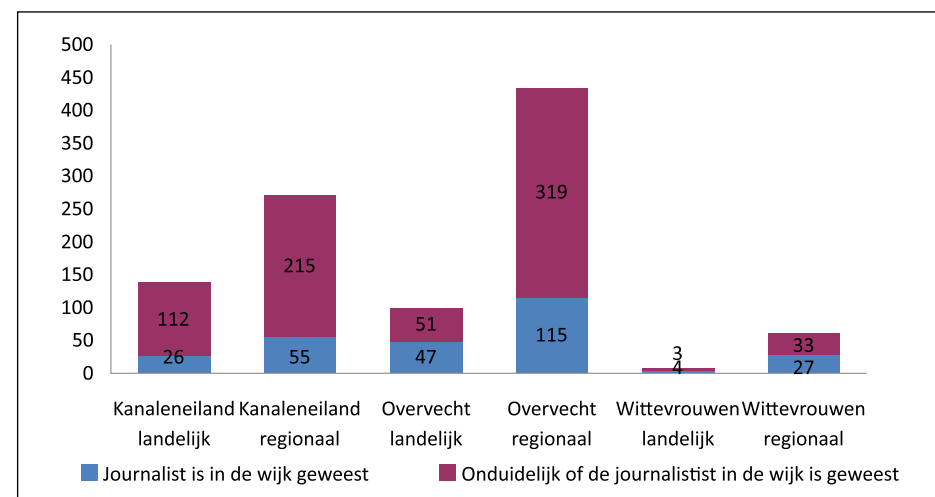
In de voorgaande paragrafen belichtten we vijf aspecten van de berichtgeving over Kanaleneiland en Overvecht die een verklaring vormen voor de hinder die bewoners ervan ondervinden. Onze analyse roept de vraag op waarom beide wijken zo eenzijdig aan bod blijven komen in de pers, terwijl de gebeurtenissen in de wijken daar maar beperkt aanleiding toe geven. Zo wordt niet alleen over de wijk Wittevrouwen veel gevarieerder geschreven, ook een Utrechtse wijk als Lombok, die

hogere criminaliteitscijfers kent dan zowel Kanaleneiland en Overvecht, staat bekend als interessante wijk die gevarieerd in het nieuws komt. We moeten er kennelijk niet vanzelfsprekend vanuit gaan dat regionale media beter tot 'de haarvaten doordringen van de samenleving' (vgl Bakker, 2002; Rietman, 2007). Wij vermoeden dat dit verschil in berichtgeving wellicht te maken heeft met de betrokkenheid die journalisten zelf voelen met de wijken. Daarom hebben we onderzocht in hoeverre journalisten zelf in de wijk zijn geweest om zich op de hoogte te stellen van het nieuws. Dit hebben we op twee manieren geanalyseerd: door middel van sfeer- en locatiebeschrijvingen, en door het opvoeren van bewoners als bron.

2.7.1 Sfeer- en locatie beschrijvingen

Wat opvalt aan de berichtgeving over Kanaleneiland en Overvecht is dat journalisten, met name als het gaat om Kanaleneiland en ongeacht of het een landelijk of een regionaal medium betreft, zelden in de wijk komen. Uit niet meer dan een vijfde van de artikelen kan worden afgeleid dat de journalist in de wijk is geweest. Hoewel landelijke media aanzienlijk vaker de wijk Overvecht een bezoek lijken te brengen – uit 48% van de berichten valt dit op te maken – laat grafiek 2.7 zien dat regionale journalisten Overvecht in driekwart van de gevallen links laten liggen.

Grafiek 2.7 Is de journalist in de wijk geweest, uitgesplitst per wijk en landelijke/regionale media.



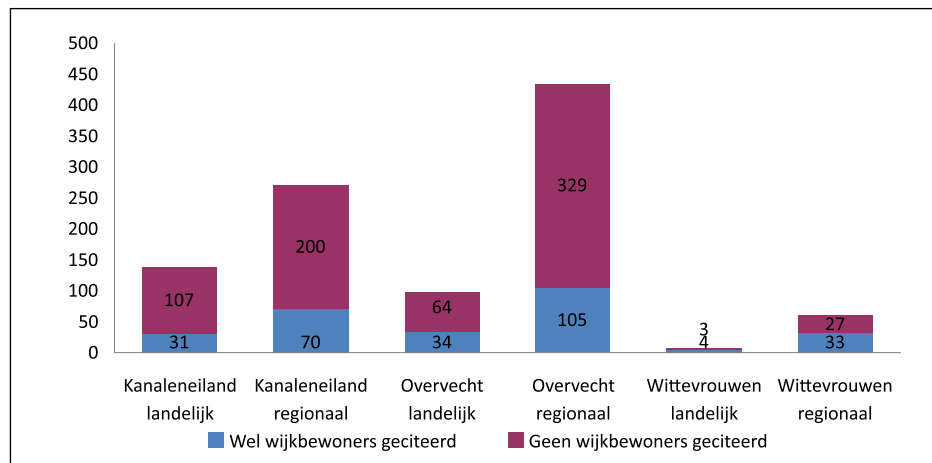
11) Utrechtse wijkenmonitor, 2008: in 2008 kennen Kanaleneiland en Overvecht respectievelijke geregistreerde criminaliteits-percentages van 82,8% en 75,5%, terwijl dit voor Lombok 86,5% is.

Waarom zowel landelijke als regionale media relatief gezien vaker reportages maken vanuit de wijk Wittevrouwen – 45% van de berichten – kan eigenlijk alleen maar worden verklaard door de aantrekkelijkheid van de wijk als woongebied voor journalisten zelf.

2.7.2 Wijkbewoners als bron

Landelijke kranten laten zelden wijkbewoners aan het woord: dit is het geval in 23% van de berichten over Kanaleneiland en 35% van de berichten over Overvecht (zie grafiek 2.8). Hoewel AD/UN als regionale krant dicht bij de wijk zit en regionale journalisten gemakkelijker in de gelegenheid zijn om een bezoek te brengen aan de wijk, is het opvallend dat er procentueel gezien in de regionale krant nauwelijks meer wijkbewoners worden opgevoerd in berichten over Kanaleneiland (26%) en nog minder wijkbewoners in de berichtgeving over Overvecht (24%). Eveneens verrassend is dat in 55% van alle artikelen over Wittevrouwen (33 in totaal) wijkbewoners als bron fungeren tegenover slechts 26% (70 wijkbewoners) van alle artikelen over Kanaleneiland¹². Deze uitkomsten illustreren dat de redenering 'dichterbij is dichterop' niet automatisch opgaat. Journalisten van het regionale dagblad komen relatief gezien niet vaker in de wijk dan hun landelijke collega's.

Grafiek 2.8 Komen in de artikelen wijkbewoners aan het woord, uitgesplitst per wijk en landelijke/regionale media.



12) AD/UN laat in 29% van de berichten bewoners aan het woord, tegenover 27% in de landelijke dagbladen. Het minimale verschil tussen de landelijke en regionale dagbladen komt overeen met onderzoek van Karen Ross (2007), die eveneens opmerkte hoe weinig de landelijke en regionale media verschillen in hoeveel bewoners als bron fungeren.

2.7.3 Wijkbewoners als bron maken het nieuws positiever, evenwichtiger, gelaagder

Er komen weinig wijkbewoners aan het woord in zowel landelijke als regionale berichtgeving over Kanaleneiland en Overvecht. Dit is hoeft geen probleem te zijn, als niet uit vergelijkend onderzoek blijkt dat wanneer wijkbewoners aan het woord komen, de berichtgeving significant positiever is¹³. Dat betekent niet dat wijkbewoners zich uitsluitend in welwillende termen uitlaten over de wijk, maar dat het bericht, zodra er bewoners worden aangehaald, een meer complex of gelaagder beeld van de wijk laat zien. Dat zij slechts in een kwart van de nieuwsberichten als bron worden opgevoerd, wijst er op dat het niet goed is gesteld met de waarheidsvinding over de wijk. Als het perspectief van de bewoners zelf op de gebeurtenissen in de wijk systematisch wordt genegeerd, is de kans groot dat het nieuws over de wijk even stelselmatig wordt vertekend.

2.8 Conclusie: stelselmatig vertekende berichtgeving over Kanaleneiland en Overvecht

Een citaat van een regionale journalist laat goed zien hoe de journalistieke conventies uitwerken op de berichtgeving over 'probleemwijken'.

De definitie van nieuws is dat het iets is wat afwijkt van de norm. En normale dingen die goed gaan, die wijken in principe niet echt af van de norm, dus daar maak je minder snel een item over dan als iets wat verkeerd gaat. (...) Ik heb zelf in Ondiep gewoond, ook een Vogelaarwijk. En daar vallen je zelf natuurlijk wat dingen op, maar we proberen wel zeker als je zelf in zo'n wijk woont niet zelf het verhaal te laten maken want anders krijg je een gekleurd beeld.

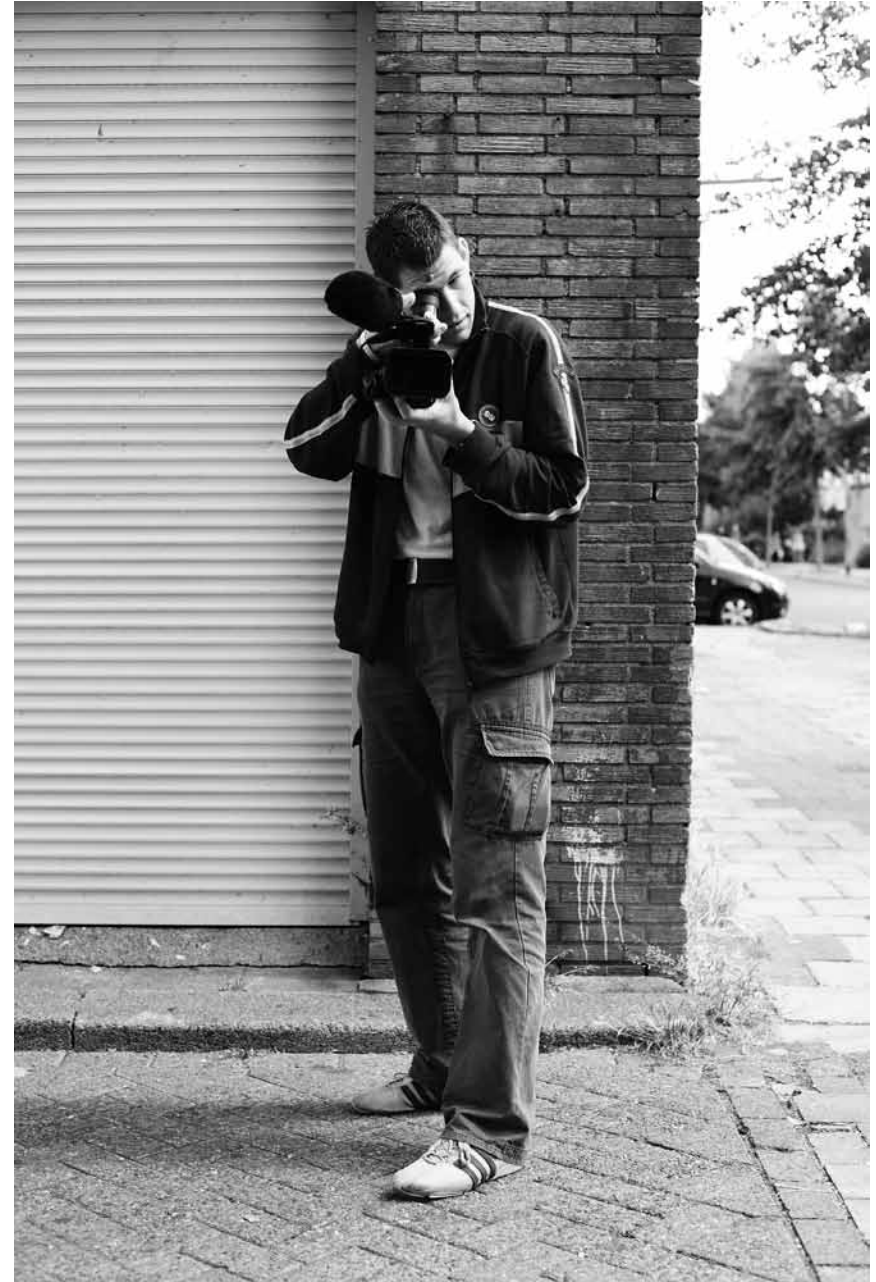
Deze uitspraak ondersteunt onze analyse van de berichtgeving over Kanaleneiland en Overvecht. De nieuwsfocus is volgens de journalist gericht op het afwijkende, en dat blijkt in de praktijk vaak het negatieve nieuws te zijn. Deze vorm van vertekening wordt door journalisten niet als problematisch ervaren, integendeel, deze journalist gaat er vanuit dat je als bewoner zelf een 'vertekend' beeld hebt van de wijk.

13) Als bewoners aan het woord komen is de teneur van de berichtgeving significant positiever voor Kanaleneiland ($F(2, 408) = 20.08, p < 0.01$) en Overvecht ($F(4, 238) = 11.19, p < 0.05$). Voor de teneur van artikelen over Wittevrouwen maakt het niet uit of wijkbewoners aan het woord komen ($F(2, 67) = 4.17, p = ns$).

Ons onderzoek laat goed zien dat wat telt als nieuws, een arbitraire zaak is. Voor journalisten is vrijwel het enige nieuws over Kanaleneiland het nieuws dat zich laat scharen onder de noemer 'probleemwijk'. Voor Overvecht zijn de marges ruimer, maar ook in die wijk laat zowel de regionale als de landelijke nieuwsberichtgeving zich relatief gemakkelijk rangschikken onder een beperkt aantal thema's (criminaliteit & misdaad, sociale omgeving & (on)veiligheid, wijkopbouw op publiek initiatief, wijkopbouw op particulier initiatief, politiek/verkiezingen) die in andere wijken, zoals Wittevrouwen, niet voorkomen.

Onze kritiek is minder gericht op de thematische eenzijdigheid van het nieuws over de probleemwijken, en richt zich meer op het systematisch negeren van het perspectief van wijkbewoners - zeker vergeleken met een elitewijk als Wittevrouwen. Vooral als het gaat om problemen in de wijk ligt het voor de hand dat wijkbewoners als bron een centrale rol (dienen te) vervullen. Zij zijn immers de hoofdpersonen in dit nieuws: zij hebben last van de problemen of baat bij oplossingsgerichte initiatieven. Dat het de landelijke media zelden lukt om aandacht te besteden aan het bewonersperspectief is geen verrassing, maar dat het regionale dagblad evenmin in staat is om door te dringen tot de ervaringsverhalen uit de wijk is ronduit teleurstellend.

Als er veel verkeerd gaat in een wijk, zou het logisch moeten zijn dat de kranten daar vol van staan. Volgens de bewoners die in het volgende hoofdstuk aan bod komen, zou nieuws echter (ook) over waarheidsvinding moeten gaan, dat wil zeggen over het geven van een realistisch en dus gelaagd beeld over de wijk, inclusief de ambivalenties en tegenstrijdigheden in de ervaring ervan. In het volgende hoofdstuk zal worden aangegeven hoe *U in de Wijk* kan bijdragen aan een realistischer beeld over de wijk.



Wijkjournalist Erik van Marissing

3. De ervaring van de wijk

Uit hoofdstuk 2 bleek dat de berichtgeving over Kanaleneiland en Overvecht systematisch de werkelijkheid vertekent. Ook werd duidelijk dat de berichtgeving gelaagder en realistischer leek te worden als de journalist in de wijk was geweest en/of als hij bewoners aan het woord liet. Gebeurde dat niet – en ook regionale journalisten hielden zich in de regel verre van de wijk – dan versterkte dit de eenzijdigheid van de selectie, de sensatiegerichtheid van toon en inhoud en het negatieve karakter van de berichtgeving. In grote lijnen wordt een beeld geschetst van Kanaleneiland en Overvecht als plekken waar je vooral 's avonds beter niet kunt komen. De criminaliteit is er hoog, de huizen worden er slecht onderhouden en er is veel overlast van met name Marokkaanse hangjongeren.

Dit hoofdstuk gaat over de ervaringen van bewoners met hun wijk en met de berichtgeving over hun wijk. Ook zal gekeken worden naar de problemen waarvoor zij de media verantwoordelijk stellen. De ervaringen van bewoners zijn in beeld gebracht door middel van 33 diepte-interviews en 24 semidiepte-interviews (zie bijlage 3 voor meer informatie over de aanpak).

3.1 Ervaringen van bewoners met de berichtgeving over Kanaleneiland en Overvecht

In de interviews hebben we bewoners van Kanaleneiland en Overvecht gevraagd naar hun ervaringen met de berichtgeving over hun wijk. Allen gaven aan dat de berichtgeving geen recht doet aan de manier waarop zij de wijk ervaren. Vooral de Kanaleneilanders wonden zich op over de altijd maar negatieve toon. De bewoners van Overvecht reageerden over het algemeen gematigder: ze vonden de berichtgeving ook te eenzijdig negatief, maar konden zich gemakkelijker vinden in de mediabeschrijving van de minder leuke kanten van de wijk. Beide reacties lijken samen te hangen met de aard en omvang van de nieuwsberichtgeving. De verontwaardiging van de Kanaleneilanders is begrijpelijk gezien de nadruk op het problematische karakter van de wijk. De meer gematigde reactie van Overvechters correspondeert met de bredere selectie van nieuws over Overvecht en een meer gevarieerde toonzetting.

“De wijk komt altijd negatief in het nieuws, maar dat is niet zoals-ie is”

Alle bewoners die we hebben gesproken weten en erkennen dat er problemen zijn in hun wijk. Daarnaast zien en ervaren bewoners andere, waaronder positieve, aspecten van de wijk. In gesprekken met mensen die niet in de wijk wonen, merken ze dat buitenstaanders slechts één beeld van de wijk voor ogen staat.

Ik heb toch wel vaak de vraag gehad toen ik hier ging wonen zo van ‘weet je het wel zeker?’ en ja dat weet ik zeker, want ik heb er een goede indruk van. Ik denk dat heel veel mensen in Utrecht niet precies weten hoe de wijk hier in elkaar zit. (Mauro Trovato, 35 jaar)

Kanaleneiland niet zo'n beste reputatie? Nou, dat is een understatement. Mensen beginnen te rillen als ik zeg waar ik woon. Op 5 of 6 december woon ik hier vijf jaar en ik vind het een prachtbuurt. (Arnout Kamerlink, 54 jaar)

Als je zegt dat je op het Kanaleneiland woont in Utrecht, nouhouu (lacht) woon je daar? Bleeh bleeh. Dan schrikken ze zich kapot. We hebben hier totaal geen last. Het is een oase van rust. (Anton van Heekeren, 86 jaar)

Ook de Turks-Nederlandse bewoonster van Overvecht, Naoual Becat (41) vertelt:

Als je tegen iemand in Rotterdam zegt van ja ik woon in Overvecht, dan zeggen ze van O mijn god. Die denken meteen dat het een of andere ghettowijk is of zo.

Volgens de bewoners leveren de media, en daarmee doelen ze zowel op de landelijke als de regionale nieuwsmedia, een belangrijke bijdrage aan de slechte naam die de wijk onder niet-wijkbewoners heeft. De 77-jarige Laurentien Oldenkamp, secretaris van een huurdersvereniging in Kanaleneiland, verwoordt het als volgt:

We proberen van alles om de wijk een beetje weer zoals die is naar voren te laten komen. Want ja, het Kanaleneiland komt altijd negatief in het nieuws. Maar dat is niet zoals de wijk is.

Timon de Jager (57) uit Overvecht geeft aan dat de wijk veel leefbaarder is (er zijn iedere dag immers een heleboel mensen die gewoon weer naar de supermarkt gaan) dan de berichtgeving doet vermoeden.

Op het moment dat iets in de pers komt, dat is eigenlijk altijd als er problemen zijn ergens, dan wordt dat meteen zo breed uitgemeten, dat het net zo is of de wijk niets anders is dan dat grote probleem.

Ook Anton en Anneke van Heekeren houden de media verantwoordelijk voor het vertellen van negatieve verhalen over de wijk. Vooral de landelijke media leggen naar hun zeggen steeds de nadruk op Kanaleneiland als Vogelaarwijk. En de 24-jarige Pamela de Vries reageert als volgt op de vraag wie naar haar idee de negatieve verhalen en gedachten over de wijk de wereld in helpen:

Het nieuws. Vooral het nieuws. Als je algemeen kijkt naar het nieuws is het alleen maar negativiteit over van alles en nog wat.

Ze geeft aan dat ze het prettig zou vinden als je op televisie meer positieve geluiden horen zou over Kanaleneiland.

Júíst de positieve dingen inderdaad. Niet hoe achterstallig deze wijk is, maar juist hoe eraan gewerkt wordt. Om hem schoon te maken, om hem kindvriendelijk te maken. Maar ook hoeveel moeite er gedaan wordt om de autochtonen en de allochtonen bij mekaar te brengen. (...) Mensen die niet in Kanaleneiland wonen, wéten dat niet. Die wéten alleen maar het negatieve.

De 39-jarige Sef Senna van Ghanese afkomst, geeft aan dat hij prijs stelt op een meer gebalanceerde berichtgeving.

Niet alleen maar negatief, negatief, laten zien. Want we willen gewoon dat het vooruit gaat. Dat is de bedoeling, dat het vooruit gaat. (...) Zolang ze geen positieve dingen laten zien, dan wordt het beeld van de mensen die hier niet wonen, die van niets weten, erger en erger. (...) Ik geef een voorbeeld. Wat mensen denken is dat Kanaleneiland een buitenlanderbuurt is, waar je alleen maar Marokkanen, Turken en een beetje Afrika ziet. Maar je ziet hier ook Nederlandse kinderen in de speeltuin. Dat zou ik willen laten zien. En ook de wijkagent, die hier 's avonds met de hangjongeren gaat praten. De straat wordt zo gewoon veiliger. Dat zou ik willen laten zien.

Meerdere buurtbewoners geven aan dat de media schuldig zijn aan het creëren en vergroten van een negatief beeld:

Ze moeten laten zien dat het niet allemaal kommer en kwel is. Maar dat er ook hele interessante mensen wonen. Net als in iedere wijk hoor. Ook in Kanaleneiland. Niet alleen opgeschoten pubers. (Brigitte de Koning, 42)

Maar ja, dat negatieve wordt ook op tv gebracht. Als Verdonk of Wilders of weet ik veel wie, of Vogelaar, komt, dan gaan ze allemaal daar naartoe, naar dat Oudenrijziekenhuis, waar net dat groepje Marokkaanse jongeren is. (Greet Bakker, 71)

De Marokkaans-Nederlandse Hafida Khaled (25 jaar) heeft het idee dat Kanaleneiland geregeld op televisie te zien is, maar altijd met dezelfde kwesties:

Ja, de afgelopen jaar was ie best wel vaak op televisie te zien. Met die hangjongeren, op de televisie. Dat het echt heel slecht ging hier in de wijk. En dat er heel veel auto's waren ingeslagen enzo. Auto's in de fik. (...) Er is nog nooit iets positiefs in de media geweest.

Volgens bewoners van Kanaleneiland schiet de berichtgeving over hun wijk ernstig tekort en doet deze al helemaal geen recht aan hun persoonlijke wijkbeleving. Het merendeel van de bewoners uit Overvecht geeft echter aan dat de negatieve berichtgeving overeenkomt met hun ervaringen in de wijk. Niettemin is het nieuws te eenzijdig: het doet geen recht aan de positieve kanten van Overvecht.

Natuurlijk laten ze zien op televisie dat iemand iemand anders heeft geslagen, of iets gestolen of wat dan ook. Dat gebeurt natuurlijk dat soort dingen. Ze laten zien wat echt is. (...) Ze moeten niet alleen criminaliteiten laten zien maar ze moeten ook laten zien dat mensen gewoon ook rustig zijn. Gewoon normaal Overvecht, zeg maar. Niet alleen maar de slechte kant. (Ahmad Moellajonov, 19)

Je ziet altijd de negatieve kanten. Ja het is terecht hoor, het moet natuurlijk aan de kaak gesteld worden als snotneuzen zo tekeer gaan, vind ik wel, maar er is ook een goeie kant aan hoor. (Arlette Muis-Schommelen, 88)

Ook de 35-jarige Nashida Akram erkent dat er in de wijk dingen spelen als autodiefstal, inbraak, hangjongeren en vernieling, maar ziet het nut er niet van in dit op televisie terug te zien:

Daar hebben we niks aan, want dat weten we al. Dat er op elk hoekje bijna hangjongeren staan.

"Niet alle Marokkanen zijn zo"

Vrijwel iedereen ergert zich aan de manier waarop media inzoomen op Marokkaanse jongens. De niet-Marokkanen omdat ze vinden dat die jongens nu wel genoeg aandacht hebben gekregen, en de Marokkaanse bewoners omdat zij zelf last ondervinden van dit beeld. De geïnterviewde inwoners van Marokkaanse afkomst geven aan dat de Marokkanen in hun wijk in de media over één kam geschoren worden. Ze worden neergezet als hangjongeren die niets dan overlast veroorzaken. De 35-jarige Nashida Akram zegt over de berichtgeving over Overvecht:

In de media worden wij echt zo met een stempel bedrukt van Marokkanen dit, Marokkanen dat. Dat is niet leuk om te weten, want van de tien Marokkanen zitten er misschien maar drie bij die vervelende dingen doen.

Ook volgens Hafida Khaled (25) zijn vooral de Marokkaanse jongeren het object van de negatieve berichtgeving. Onterecht, vindt ze:

Niet alle Marokkanen zijn hetzelfde. Niet iedereen is hetzelfde. (...) Het is natuurlijk niet zo dat alle Marokkanen slecht zijn.

Ze illustreert haar punt met een aantal voorbeelden uit het dagelijks leven in de wijk:

Hierachter was er een woning in brand. Er waren ook gewoon jongens die echt naar boven hebben geklommen om die kinderen eruit te helpen. Dat zijn ook weer positieve dingen die ook niet weer gewoon naar voren komen. Ja, en zoals vorige keer was er weer een oud vrouwtje daar gevallen. Er waren heel veel jongeren die naar haar toerenden en naast haar hebben gezeten en de ambulance hebben gebeld, tot de ambulance er was. Dat zijn ook weer dingen... Het hoeven niet per se hangjongeren te zijn dat je denkt van hee, die gaan me wat aandoen, terwijl het helemaal niet zo is.

Zoals Hafida zegt worden dit soort positieve acties van jongeren genegeerd door de media: ze passen niet in het huidige frame van Kanaleneiland als probleemwijk. Het is daarom niet verrassend dat ze nog maar weinig vertrouwen in de media heeft. Deze hebben "nu wel genoeg gedaan", zo stelt Hafida. *U in de Wijk* zou een rol kunnen spelen in het terugwinnen van het vertrouwen van deze groep bewoners.

3.1.1 Problemen waarvoor bewoners de media verantwoordelijk stellen

Alle door ons gesproken bewoners geven aan zich te storen aan de constante stroom van negatieve berichten over hun wijk. "Het doet je toch wel wat", zegt Hafida hierover, en later:

Ik trek me er – Ja niet dat ik – Ja ik trek me er niet zoveel van aan, maar uuh dat doe ik eigenlijk wel. Gewoon hoe er over de buurt wordt gepraat waar je in woont. Dan denk je toch van hee.

Overvecht-bewoonster Naoual Becat (41) baalt ervan dat uitgerekend háár wijk landelijk wordt gepresenteerd als een probleemwijk.

Ik vind het echt jammer dat het zo negatief allemaal naar voren gebracht wordt. En dan door het hele land, weet je wel, dat is nog erger. Dan denk ik ja, net alsof Amsterdam geen probleemwijken heeft.

Ook in de woorden van de 24-jarige Pamela de Vries klinkt ergernis door:

Als bewoner van Kanaleneiland moet je je daar ook hard voor maken, om mensen buiten Kanaleneiland wijs te maken dat het niet zo slecht is hier. Of dat je hier best je auto kunt parkeren en dan niet je kont omdraait dat de auto weg is. Want zo denken mensen hierover. Maar dat is niet zo.

Bovendien geeft ze aan last te hebben van stigmatisering door mensen van buiten de wijk:

Maar als ik zeg dat ik uit Kanaleneiland kom dan krijg je wel een stempel op je hoofd van ooh dan ben je er zo een.

De bewoners ergeren zich niet alleen aan de huidige berichtgeving, maar stellen deze ook verantwoordelijk voor problemen die zij ervaren. De 57-jarige Timon de Jager uit Overvecht denkt dat de negatieve toon die momenteel overheersend is in media, de problemen verergert:

Hoe negatiever je het maakt, hoe meer de jongeren gaan rotzooien.

Overvechter Thomas van Tocht (38) geeft aan dat de media de problemen in de wijk niet alleen vergroten, maar zelfs veroorzaken:

Die rellen, dat wordt dan allemaal zo overtrokken en zo opgeklopt dat de stemming daar ook naar wordt en dat de mensen van buiten naartoe komen om rotzooi te trappen en dat is gewoon een beetje het punt van de media op dit moment. Ze doen niet meer alleen aan verslaggeving, ze zijn echt medebepalend voor wat er uiteindelijk gebeurt.

Onderzoek uit binnen- en buitenland laat zien dat de negatieve reputatie van een buurt op verschillende manieren effect kan hebben op de bewoners zelf. Eén van de gevonden effecten zou een lager zelfvertrouwen zijn (Dean & Hastings, 2000; Wacquant, 1993). De negatieve berichtgeving, zo blijkt uit onderzoek, kan tevens leiden tot het idee anders behandeld te worden vanwege het wonen in de wijk. Daarnaast gaven bewoners aan het gevoel te hebben zich te moeten verantwoorden voor hun keuze voor Kanaleneiland als woonplek. Tenslotte krijgen ze te maken met familieleden en vrienden die uit angst niet naar de wijk komen.

Anders behandeld worden

Amerikaans onderzoek laat zien dat mensen uit een slechte buurt soms een baan of een hypotheek wordt geweigerd, puur en alleen omdat ze in een slechte buurt wonen

(Wilson, 1996). Matthieu Permentier (2003) liet zien dat de bewoners van Kanaleneiland slechts geringe hinder ondervinden van de negatieve reputatie van Kanaleneiland als het gaat om de omgang met werkgevers, hypotheekverstrekkers, overheidsinstanties of dienstverlenende bedrijven. Een aantal bewoners meldde dat de pizzakoerier niet aan huis bezorgde, vanwege een overval op een van de bezorgers. Ook hadden enkele bewoners het idee dat de politie hen anders behandelde, omdat ze in een buurt met een negatieve reputatie woonden (Permentier, 2003, p. 57).

In ons publieksonderzoek geeft Hafida uit zichzelf aan zich te storen aan de overmatige politiecontrole in de wijk:

Ja, ze liepen hier nog gister op paarden enzo, dan denk ik van waar is dat voor nodig?

Vrienden en familie durven niet naar de wijk te komen

Uit het onderzoek van Permentier (2003) blijkt dat de slechte reputatie van Kanaleneiland wel effect heeft op de sociale relaties van de bewoners van Kanaleneiland. Respondenten gaven aan dat sommige familieleden of vrienden niet meer langs wilden komen. Ons onderzoek bevestigt dit. Sommige bewoners gaven uit zichzelf aan dat vrienden of familie soms huiverig zijn om naar Kanaleneiland toe te komen. Hafida zegt hierover:

Er durven gewoon heel veel mensen niet hier in de wijk te komen, omdat ze denken dat ze worden aangevallen of dat er iets met ze gebeurt of zo. (...) Het is toch een slecht beeld.

De 54-jarige postbode Arnout Kamerlink kan zich er alles bij voorstellen. Hij kwam vijf jaar geleden in Kanaleneiland wonen omdat hij snel een woning nodig had. Inmiddels is hij goed geïntegreerd in de wijk en wil hij er zelfs een boek over schrijven. Onveilig heeft hij zich er nooit gevoeld. Maar voordat hij er woonde was hij vanwege "verhalen dat de wijk berucht was" heel angstig als hij door de wijk fietste:

Toen ik hier doorheen fietste, fietste ik heel snel, want ik dacht ik ben m'n leven hier niet zeker. Dat is echt zo. Ik voelde me niet zeker als ik door deze wijk fietste.

Ook Oujdia Mousson (34) uit Overvecht geeft aan dat ze, voordat ze vier jaar geleden zelf naar de wijk verhuisde, erg negatief beïnvloed was door wat ze op televisie had gezien:

De problemen die hier allemaal in Overvecht naar voren komen en wat je allemaal ziet op televisie. (...) Ja daar schrok ik eigenlijk van. Dat asociale gedoe, dat hangjongeren, dat onveiligheid.

Je moeten verantwoorden voor het wonen in de wijk

Ook gaven verschillende bewoners aan dat ze zich in het sociale verkeer met niet-wijkbewoners vaak genoodzaakt voelen om zich te verantwoorden, om uit te leggen waarom ze daar zijn gaan wonen en hoe zij de wijk zelf ervaren. Anton van Heekeren, 82 jaar, woont sinds 1963 in Kanaleneiland. Hij en zijn vrouw Anneke hebben zowel de buurt als de reputatie sterk zien veranderen. Hoewel ze soms terugverlangen naar de wijk van toen, verdedigen ze Kanaleneiland altijd op verjaardagen en andere gelegenheden waar ze in contact komen met mensen van buiten de wijk.

Je hoeft het woord Kanaleneiland alleen maar te noemen en dan heb je een uur gesprekstof. We zeggen dan dat we het er heerlijk wonen vinden en dat het erg overdreven wordt.

De 24-jarige Pamela de Vries moest zich al voor haar keuze voor de wijk verantwoorden voordat ze er woonde:

Toen me moeder hoorde dat ik hier kwam wonen was het echt van kind zou je dat wel doen, en het is zo gevaarlijk.

Inmiddels woont ze ruim drie jaar in Kanaleneiland en heeft ze nog steeds het gevoel dat ze haar wijk tegen vooroordelen moet verdedigen:

Als ik zeg ik woon in Kanaleneiland, dan krijg je toch jeetje Kanaleneiland, zou je dat wel doen? Dan vertel ik hoe het geworden is. Over de camera's die er hangen, de politie die patrouilleert. Dat vind ik erg fijn om aan te kaarten, dus ik zou dat ook fijn vinden om te zien. Zodat meer mensen het zien. Buiten Kanaleneiland hebben ze een heel vertekend beeld van Kanaleneiland. En dat is écht écht écht niet meer zo. En ik vind het jammer om dat te blijven horen.

Ook de 71-jarige Greet Bakker heeft het gevoel dat ze op feestjes moet opkomen voor haar wijk. Ze geeft de media de schuld hiervan.

Dan moet ik me altijd gelijk gaan verdedigen natuurlijk. Want iedereen die hoort ja je komt van Kanaleneiland. Oh, daar wonen 85 procent buitenlanders. (...) Nou,

dan zeg ik, ik heb hele fijne burens. Er is wel mijn derde fiets gejat zeg ik dan, want dat is zo. Dan beginnen ze al te lachen. Maar ja, het is toch wel iets waar je woont en dat wil ik toch altijd wel een beetje hooghouden. Dan zeg ik altijd, het valt wel mee, het is allemaal zo erg niet bij ons. Ja, er gaat wel eens een politiewagen... daar gaat er net één. Ja, toevallig rijdt er net een langs. Maar zouden die er niet zijn als er alleen maar Hollanders wonen?

3.1.2 'De media heeft het gedaan'

Media vormen door hun eenzijdige, op sensatie en uitzonderingssituaties, gerichte berichtgeving een voortdurende bron van ergernis voor bewoners. *U in de Wijk* zou, door het aanbieden van 'andere' verhalen, kunnen bijdragen aan een meer realistische en gelaagde berichtgeving.

De vraag rijst dan over welke gebeurtenissen op welke manier zou moeten worden bericht. Wat houdt bewoners van Kanaleneiland en Overvecht bezig als het gaat om hun wijk? Welke problemen ervaren zij en waar zijn ze blij mee? Dit zal in de volgende paragraaf worden bekeken. Daarnaast zal ingegaan worden op wat *U in de Wijk* kan betekenen voor de bewoners van de probleemwijken Kanaleneiland en Overvecht.

3.2 Ervaring en beleving van de wijk

De bewoners herkennen zich niet in het beeld van Kanaleneiland en Overvecht dat buiten de wijk bestaat. Maar hoe ervaren de bewoners hun wijk zelf? Uit de interviews komt naar voren dat er een gelaagdheid bestaat in de buurtbeleving: niet iedereen beleeft en ervaart Kanaleneiland en Overvecht op dezelfde manier. Dit heeft in de eerste plaats te maken met het feit dat bewoners andere dingen meemaken. Bovendien leiden bepaalde ervaringen niet altijd tot dezelfde beleving. Zo lijkt het bijvoorbeeld voor de hand te liggen dat mensen die in aanraking komen met criminaliteit, zich onveilig gaan voelen in de wijk. Uit de interviews blijkt echter dat bewoners zulke negatieve ervaringen heel verschillend 'beleven'.

3.2.1 Positieve ervaring en beleving: een gevoel van (h)erkenning

Als mensen zich thuis voelen in een wijk, dan doen zowel de contacten met mensen als de geografische plek ertoe (Blokland, 2008, p. 132). Ook vertrouwen speelt een cruciale rol bij het wel of niet ervaren van een gevoel van thuis. Duyvendak (2009, p. 258) onderscheidt twee situaties die bevorderlijk zijn voor het 'thuisgevoel'. Hij omschrijft deze als 'haven' en 'heaven'. Haven refereert aan een veilige, comfortabele en voorspelbare plek; heaven 'aan een situatie waarin je jezelf kunt

zijn, je verbonden weet met gelijkgestemden, je je favoriete activiteiten kunt ontplooiën.

Haven: "Het is een prachtige wijk"

De bewoners van Kanaleneiland en Overvecht zijn over het algemeen erg te spreken over de voorzieningen in hun wijk. Ze beschouwen hun wijk als een groene wijk, zijn tevreden met het royale winkelaanbod, de eigen woning, de ligging van de wijk ten opzichte van het centrum van de stad en de openbaar vervoersverbindingen. Bewoner Anton van Heekeren (86):

Ik rijd geen auto meer, maar die tram is prachtig. Een stukje lopen en hup je hebt de tram, in acht minuten zit je in de stad. Dat vind ik ideaal. En ik moet zeggen, als ik hier door de wijk fiets dan denk ik toch nog vaak dat het een heel mooie wijk is. Echt waar. In het begin was het zo dat ze uit het buitenland kwamen kijken hier, het stond bekend als Rozeneiland hè, dat was prachtig mooi. Daar is niet zo heel veel meer van over, maar toch als je er zo door heen fietst en dan zo in die straten kijkt, nou dan denk ik, het is een mooie wijk. Echt waar.

En Sven van der Mare, die in West-Utrecht woont maar werkzaam is in het verslaafdenhostel in Overvecht en al meer dan tien jaar in de wijk komt, zegt:

Het is echt een prachtige wijk. Het is ruim, het is groen, het heeft alle voorzieningen, het is goed bereikbaar. Dus in die zin denk ik van ja ik vind het echt een mooie wijk. Of het nou in de winter is of in de zomer of de lente, het is een prachtige wijk om doorheen te fietsen.

Heaven: "Hier in de wijk staan we altijd voor elkaar klaar"

Veel mensen die we hebben geïnterviewd zijn verknocht aan de wijk. Hafida Khaled (25) moet lachen om de vraag of ze haar woning zou willen inruilen voor een mooiere buiten de wijk. 'Nee', roept ze vastbesloten, en ze licht toe:

Ja ik woon hier al zo lang dat ik denk van uuh er zijn geen mooiere woningen dan hier in Kanaleneiland om te gaan wonen. Ik denk ook niet dat je ook buiten een wijk, ja, gewoon, ik denk niet dat er in een andere wijk gewoon de sfeer is zoals wij die hier nu hebben.

Haar binding met de wijk is sterk afhankelijk van de mensen in de wijk. Vooral met de Marokkaanse gemeenschap in haar flat heeft ze een sterke band. Deze mensen wonen er vaak al net zo lang als zij, waardoor ze zich vertrouwd voelt bij hen.

En ik voel me hier echt gewoon thuis. Gewoon hier in de buurt ook. Het zijn altijd dezelfde mensen die hier in deze wijk hebben gewoond. (...) Ja, gewoon mensen die ik al een hele tijd ken. Gewoon waar ik vertrouwen in heb.

Op de vraag of de omgeving een rol speelt bij haar thuisgevoel, antwoordt de 66-jarige Monique Copier dat vooral de contacten die zij heeft in de wijk ertoe doen:

Na twee, drie jaar geeft het een goed gevoel dat mensen je kennen. Dat er gedag gezegd wordt op straat. Je hoi-t en doeg-t wat af hier.

Dat het onderhouden van sociale contacten in de wijk van grote invloed is op het thuisgevoel van de inwoners, blijkt uit meer interviews. We hebben de mensen die we in de eerste ronde interviewden gevraagd de contacten die ze met mensen uit de wijk hadden, op een vel papier in kaart te brengen. Uit deze tekeningen kwam, in combinatie met de gesprekken, duidelijk naar voren dat de sociale contacten zich vooral afspelen in de directe omgeving van het huis. Eerder onderzoek laat vergelijkbare resultaten zien (zie Brower, 1996).

De contacten van de Hafida beperken zich tot de straat waar haar moeder woont. Ze is er opgegroeid en komt er nog iedere dag. Zelf woont ze in een andere straat in de wijk, maar ze beschouwt haar ouderlijk huis nog altijd als haar 'thuis'. In contacten die veel verder reiken dan de straat heeft ze weinig behoefte:

Zoals hier de straat van m'n moeder hebben we hele goede contacten, maar het is niet zo dat ik van iedereen in Kanaleneiland alles wil weten. Nee, dat hoeft van mij niet. Als ik iemand tegenkom die een babbeltje wil maken is het prima, maar niet dat ik iedereen zou willen leren kennen, of meer van ze wil weten.

Brigitte de Koning (42) vertelt dat ze veel mensen uit Kanaleneiland kent, omdat ze er heeft gewerkt. Als bewoonster heeft ze echter het meeste contact met mensen uit haar complex en de omliggende straten, die ze omschrijft als de 'buurt'.

Sowieso in de flat ken ik veel mensen. Wij organiseren ook elk jaar een, ja het is een soort van uitgeschoten familiefeest en we nodigen ook de hele buurt uit. En die komen dan ook op ons feest, dat buiten gehouden wordt.

Zoals we later zullen zien hebben veel autochtone bewoners, vooral de wat oudere die al langere tijd in de wijk wonen, moeite om in contact te komen met allochtone wijkbewoners.

Bijvoorbeeld, die Nepalese vrouw. Ja, daar zou ik best wat meer contact mee willen, maar ja, ik weet niet hoe hè. (Laurentien Oldenkamp, 77)

Er zijn ook bewoners die minder moeite hebben met contact leggen. Een voorbeeld is Antje Vogel (63). Zij en haar man kozen tien jaar geleden bewust voor Kanaleneiland. Deels omdat de woningen betaalbaar waren, maar ook om het multiculturele karakter van de wijk, dat Vogel als 'kleurrijk' en 'levendig' omschrijft.

We hebben gekozen om hier in de wijk te gaan wonen, omdat we uit Afrika kwamen. Wij vonden het een kleurrijke wijk. Dat is het nog steeds. Er gebeurt wat. (...) Als de scholen hier uit gaan, dan is het hier gewoon klein Marokko. Dat is gewoon zo. Maar dat heeft ook iets positiefs. Het is levendig, het is vrolijk, het is... een hele diversiteit.

Haar man is inmiddels gepensioneerd en door een beroerte kan hij zich moeilijk uitdrukken. Ze vindt dat met name haar Turkse en Marokkaanse buurtbewoners erg warm en meelevend zijn:

Wij kennen al onze burens gewoon goed. Goed contact. Mijn man heeft een herseninfarct gekregen en hij moet heel veel lopen. Elke dag minstens een half uur. We zijn vaak buiten. Eerst heeft hij in een rolstoel gezeten, daarna liep hij moeilijk. En het valt op dat juist de Marokkanen en Turken daar heel goed, heel prettig op reageren, ja.

De 66-jarige Monique Copier die twintig jaar in Turkije heeft gewoond, is erg blij met de gemengde samenstelling van Kanaleneiland. Hetzelfde geldt voor Anja Stik (65) uit Overvecht:

Ik heb ook met Turkse mensen heel veel contact. We eten bij mekaar, zowel zij bij mij als ik bij hun.

Ook Greet Bakker (71), die al bijna veertig jaar in Kanaleneiland woont, is te spreken over de diversiteit in de wijk. Wel mist ze soms aansluiting bij de autochtone buurtbewoners, omdat deze zo afgeven op de allochtone wijkbewoners:

Want dan zitten ze maar te zeuren dat er zo veel buitenlanders zijn. Als die mensen nou eens niet hier waren? Dan was het toch een hele saaie wijk, of niet?

Ze heeft erg goed contact met haar Turkse burens. Als voorbeeld noemt ze de wijze waarop ze reageerden toen haar man overleed. Ze heeft het gevoel opgenomen te zijn in een gemeenschap, erbij te horen.

Ik heb schatten van Turkse buren. Er staat hier nog een schaal die moet zo terug, gisteren brachten ze allemaal hapjes. En het is niet het krijgen, maar je wordt er zo bij betrokken. Toen mijn man gestorven was ook. Toen kwamen ze gewoon met eten. En dan zei ik: Ah joh dat hoeft niet. En dan zeiden ze: Ja, maar in een sterfhuis daar wordt niet gekookt, dat doen wij. Nou dat zijn dingen die kom je in de stad toch normaal niet tegen?

De zorg en hulpvaardigheid die mevrouw Bakker noemt, wordt ook door Hafida Khaled ervaren. Ze zegt:

Hier in de wijk staan we altijd voor elkaar klaar.

En de 24-jarige Pamela de Vries, die aangeeft snel het idee te hebben dat ze anderen lastigvalt, heeft toch het gevoel dat ze een beroep kan doen op haar buren:

Als je bijvoorbeeld zware boodschappen hebt. Wij wonen hier vier hoog, we hebben geen lift. De buren zijn niet te beroerd om me te helpen. Deuren opendoen, of wat dan ook. We helpen elkaar.

De Oezbeekse Ahmad Moellajonov (19), die sinds 15 maanden in Nederland woont, heeft goed contact met zijn buren in Overvecht. Hij vindt het prettig te ervaren dat ze hem vertrouwen, iets dat hij niet als vanzelfsprekend aanneemt.

Ik zie zeg maar ook de mensen van andere straten. Ook gewoon mijn buren zeg maar. Goed contact mee. Ik ga soms bij de kinderen oppassen of wat dan ook. Dat vertrouwen ze gewoon.

Voor de 37-jarige Sef Senna zijn de vele contacten die hij met mensen in de wijk aangaat, zeer belangrijk. De gesprekken die hij op straat met mensen heeft, geven hem het gevoel dat hij had toen hij in Ghana woonde, waar hij opgegroeide. Hij vertelt:

Ik hou gewoon van iedereen en praat met iedereen. Het maakt mij niet uit wie jij bent of waar je vandaan komt. Het kan mij niet schelen hoe jij denkt. Ik ben een rastaman. En rastamannen hebben geen kleur. Ik maak gewoon graag met iedereen een praatje. Dat is Sef.

Ook Greet Bakker (71) legt nadrukkelijk contact met andere, autochtone en allochtone, wijkbewoners. Haar inmiddels overleden echtgenoot was niet erg te spreken over haar behoefte om constant contact te leggen, maar voor mevrouw Bakker betekent het de ingang tot een gemeenschapsgevoel.

Ik fiets graag en dan ga ik boodschappen doen maar ik brul tegen iedereen, mijn man werd wel eens kwaad dan zei ie: Doe toch niet zo vervelend, jij met dat gegil. Nou niet hard maar dan zei ik: Goedemorgen! En als je dat drie keer doet dan krijg je ook antwoord terug, ook van de buitenlanders. Ja, dat is heel leuk. Dan krijg je toch een beetje... Ja dat amicale. Dat we toch elkaar begroeten en een praatje maken. Want op vrijdags ga ik altijd naar de markt, dat hele kleine marktje hier. En dan heb je al die buitenlandse mensen en daar heb je echt wel contact mee.

Mauro Trovato (35) heeft daarentegen weinig diepgaande contacten in de wijk. Desondanks voelt hij zich er erg thuis:

Kijk als je echt iemand bent die veel buiten komt, dan wordt de buurt belangrijker, maar ik gooi een dvd in de tv 's avonds en dat is het. Het maakt voor mij niet zo heel veel uit waar ik zit, denk ik. Veel vrienden van mij wonen buiten deze buurt, dus als ik al iets sociaals ga doen, dan pak ik de fiets of de tram richting het centrum of richting oost. Wat sociale contacten in de buurt betreft, is eigenlijk gewoon in de straat zelf. Als ik wegfiets of terug kom fietsen van werk dan kom je altijd wel aan de praat met buren of kinderen. Kinderen die buiten aan het spelen zijn die even vragen: hé doe je mee meneer? Wat dat betreft zijn het toch wel allemaal wel hele amicale mensen. Alleen het is niet zo dat ik op dit moment heel vertrouwelijk met ze omga.

Van belang is – dat benadrukken alle bewoners – dat je je als bewoner gezien en erkend voelt door andere wijkbewoners, en dat je opgenomen wordt in een gemeenschap.

“Ik accepteer iedereen en iedereen accepteert mij”

Sef Senna (37) maakte een aantal jaren geleden -kort nadat hij van zijn vrouw scheidde en enige tijd een woning in Kanaleneiland met anderen deelde- de keuze om in Kanaleneiland te blijven wonen. Hij voelt zich geaccepteerd in de wijk. Hij vertelt:

Ik woon hier met heel veel plezier. Ik accepteer iedereen en iedereen accepteert mij om wie ik ben. Tenminste, dat denk ik. (...) Ik ben erg blij met de sfeer, de samenleving. Er wordt vaak gezegd, Turken en Marokkanen interesseren zich niet voor anderen. Andere nationaliteiten, andere mensen, interesseert ze niet. Maar ik zie duidelijk dat dat niet waar is. Dat ervaar ik niet. Iedereen groet me gewoon. En als ik groet, dan geeft iedereen gewoon antwoord terug.

Ook Pamela de Vries (24) voelt zich in Kanaleneiland op haar plek omdat ze zich geaccepteerd voelt. Dat was in haar vorige woonplek Zeist wel anders.

Ik voel me hier meer op mijn plek als in Zeist. Laat ik het zo zeggen. Ik voel me hier meer thuis. Het is gewoon een beetje hetzelfde niveau ben je allemaal. Hardwerkend. Inkomsten zijn denk ik allemaal wel een beetje gelijk. Dus je voelt gewoon dat er meer connectie is dan bijvoorbeeld in Zeist. Daar voelde ik me heel ongemakkelijk op een gegeven moment. (...) Dus ik voel me hier meer op me – meer thuis.

Hetzelfde gaat op voor de 54-jarige Arnout Kamerlink. Hij geeft aan dat hij zich thuis voelt in Kanaleneiland omdat hij zich geborgen en gewaardeerd voelt als mens. Daarnaast voelt hij zich geaccepteerd:

Men aanvaardt mij zoals ik ben en ik aanvaard mensen zoals ze zijn.

Als mensen zich 'gezien' voelen, dan voelen ze zich ook eerder opgenomen in een gemeenschap, hoe 'licht' deze ook is. Dat kan bijvoorbeeld doordat andere mensen ze begroeten of door een praatje te maken over de heg. Als dat niet of te weinig gebeurt, kunnen mensen zich ontheemd gaan voelen in hun eigen wijk.

3.2.2 Negatieve ervaring en beleving: ontheemdheid en onveiligheid

Andere geïnterviewde informanten, vaak autochtone Nederlanders waarvan sommigen al lang in de buurt wonen, hebben het gevoel dat ze er niet bijhoren. Wijkbewoners die geen aansluiting vinden, missen vooral mensen in hun directe woonomgeving met dezelfde culturele achtergrond als zij. Veel autochtone bewoners zijn de afgelopen jaren namelijk uit de wijk vertrokken, zo geven zij aan. Ze hebben het gevoel dat de mensen die ervoor in de plaats zijn gekomen, buurtbewoners met een andere culturele achtergrond, hen minder goed begrijpen. Zelfs de hierboven geciteerde Pamela de Vries (24), die zich in Utrecht meer geaccepteerd voelt dan in Zeist, heeft af en toe nog het gevoel dat ze anders is doordat er zoveel allochtonen in de wijk wonen.

Er zijn hier wat meer allochtonen inderdaad, en soms heb ik wel het gevoel dat ik anders aangekeken word, omdat je een autochtoon bent.

"Ik voel me net een buitenlander in mijn eigen plaatsje"

De bevolkingssamenstelling van Kanaleneiland is, evenals die van Overvecht, de afgelopen jaren sterk veranderd. In onderstaande tabel is de bevolkingsopbouw van Kanaleneiland en Overvecht naar etniciteit in het jaar 2009 schematisch weergegeven:

Tabel 3.2 Bevolkingsontwikkeling Kanaleneiland naar etniciteit (2009)

| | Kanaleneiland | Overvecht |
|--------------------------|---------------|-----------|
| % Autochtonen | 22,3 | 47,8 |
| % Turken | 18,4 | 9,0 |
| % Marokkanen | 40,2 | 21,3 |
| % Surinamers/Antillianen | 3,8 | 5,3 |
| % overige niet-westers | 8,6 | 7,8 |
| % westers | 6,7 | 8,8 |

Bron: Wijkenmonitor Utrecht, 2009

De tabel laat zien dat nog geen kwart van de inwoners van Kanaleneiland van autochtone afkomst (22,3%) is. De meeste wijkbewoners hebben een Marokkaanse achtergrond (40,2%). Ook wonen er relatief veel Turken in de wijk (18,4%). In Overvecht vormen de autochtone bewoners nog altijd een relatieve meerderheid met (47,8%), gevolgd door inwoners van Marokkaanse afkomst (21,3%).

Mensen die al lang in de wijk wonen, zoals de tachtigers Anton en Anneke van Heekeren, ervaren in toenemende mate gevoelens van vervreemding. In de ruim 45 jaar dat ze in Kanaleneiland wonen, hebben ze de wijk zien veranderen van een starterswijk in een wijk waar veel buitenlanders wonen. Anneke zegt hierover:

In deze wijk wonen natuurlijk zo veel buitenlanders hè. De wijk is zo ontzettend veranderd. Ik voel me soms zelf net een buitenlander in mijn eigen plaatsje.

Ook autochtone 'witte' bewoners die niet bewust kozen voor een heterogene wijk, voelen zich soms een vreemde eend in de bijt. Ze missen het 'Hollandse' dat ze kennen van hun oude wijk of buurt. Zo ook de 53-jarige Hanneke Denenkamp die 3,5 jaar geleden uit noodzaak in de wijk is komen wonen en voor wie verhuizen voorlopig geen optie is. De pedagogisch medewerkster voelt zich vaak buitengesloten als ze door de wijk loopt. Aan haar geboortewijk Oog in Al heeft ze de beste herinneringen, vanwege het 'oud-Hollandse gekneuter'. Dat mist ze in Kanaleneiland.

"Heel veel Hollandse dingen zijn hier niet. Zelfs geen billboards. En ik hoor geen Hollands hier, ook niet op het speelpleintje hierachter. Ik vind dat niet prettig."

Ook van de typisch Hollandse feestdagen krijgt ze niks mee:

Als je als Nederlander in zo'n wijk woont, Koninginnedag gaat aan je voorbij, Bevrijdingsdag gaat aan je voorbij, Kerst gaat aan je voorbij. (...) Al dat soort christelijke Hóllandse feesten. Buurtfeesten, nou forget it. Voetbalwedstrijden, Oranjefeesten, het gaat allemaal aan je voorbij. De gemeenschapszin is hier gewoon niet. Je ziet ergens een beetje een oranje vlaggetje. Maar als Turkije speelt, ja dan hangen de vlaggen uit. (...). Ik ga dus met welke feestdag ook de wijk uit, bewust. Ik wil ook eens Koninginnedag vieren, met burens en met uuh. Ik wil ook wel eens vlaggetjes in de straat, of de vlaggen uit. Gewóón.

Hetzelfde ervaart Bernadine Schäffer, een 67-jarige vrouw die lange tijd in Duitsland verbleef en sinds negen jaar in Kanaleneiland woont. Ze heeft veel contacten in de wijk. Ook met haar Turkse en Marokkaanse burens maakt ze regelmatig een kort praatje over 'koetjes en kalfjes'. Desondanks voelt ze zich niet 'gezien'.

Als het niet-Nederlanders zijn, dan kom je nooit precies op hetzelfde level, het aanvoelen. Je hoeft maar een opmerking te maken en Nederlanders weten wat je bedoelt. Het feit dat hier eigenlijk geen Kerst gevierd wordt. Ik doe het en een paar andere huizen, die Grieken bijvoorbeeld. Er is bijna geen leuke kerstverlichting en dat ergert mij dus elk jaar weer. Of dat ergert me, maar dat vind ik jammer, want ik vind dat zo gezellig.

Geen aansluiting vinden en je onbegrepen voelen in wat mensen zelf aangeven als kernelementen van het wonen in een wijk, zoals de kerstverlichting in december, leiden tot dissociatie met de buurt. Het gaat hier niet om angst, maar om het gevoel dat je de ander niet goed kunt plaatsen en dat die ander jou ook niet kan plaatsen. Het gaat om het uitblijven van vertrouwdheid met elkaar en elkaars dagelijkse gewoontes.

“Hé buuf, hoe is het? Nou, dat hoor ik hier niet.”

Een typisch Hollandse ongeschreven regel is dat je je auto niet voor de deur van de burens parkeert. Mevrouw Schäffer (67) ergert zich aan het feit dat haar burens dat maar niet schijnen te begrijpen:

Ik heb al verscheidene keren de politie gebeld omdat er altijd een auto voor mijn oprit staat, maar die doen daar helemaal niks aan. Nou, dan voel je je wel eens alleen gelaten. Ik heb daar moeite mee, ik moet elke keer naar mijn burens gaan om te zeggen van doe die auto weg, want mijn dochter die wil, nou die wil hier parkeren, of die komt over een half uur. Ik wil daar niet voortdurend mijn eigen spul moeten verdedigen.

Ondanks regelmatige gesprekjes met haar Turkse en Marokkaanse burens, voelt ze zich steeds minder thuis in de buurt. Dat illustreert ze aan de hand van een recente overplaatsing van haar kleinzoon naar een andere basisschool. Schäffer stelt dat haar kleinzoon niet welkom is bij Marokkaanse en Turkse buurtbewoners. Haar dochter heeft daarom besloten de jongen naar een school buiten de wijk te doen.

Dus mijn dochter heeft hem nu in Oog in Al op school gedaan, dat was nogal wat. Eerst daar wennen en nou hier wennen... In Oog in Al zijn veel meer Nederlanders. Ook wel buitenlandse mensen, een Chinese, een Antilliaan, een Hindoestaanse familie. En die gaan ook in Oog in Al naar school. Dan kun je zeggen, ja dat zijn ook buitenlanders, maar de cultuur van deze mensen is Nederlands. Die willen ook hun kinderen hier niet naar school doen. Dus die gaan ook naar Oog in Al. Dan zie je hoe vervelend het is voor Nederlandse mensen om in een geheel buitenlandse wijk te wonen.

Ook Hanneke Denenkamp, die te spreken is over het contact met mensen uit haar portiek, voelt zich buiten haar portiek niet welkom in de wijk:

Ze hebben een houding, vind ik –dit is tot nu toe mijn waarneming– van: dit is onze wijk, wat doe je hier? Het is me ook eens letterlijk gezegd. Ze kijken me aan, of ze kijken weg, of ze verstaan me niet, of... ik hoor er niet bij. (...) Ik ben wel heel open naar mensen toe, ik doe wel altijd mijn best.

Onlangs sneed een discussieprogramma op de landelijke televisie, *Rondom 10*, deze problematiek aan. Denenkamp voelde zich onmiddellijk aangesproken:

Ik heb een paar weken geleden een uitzending gezien van Rondom 10. Dat ging over de laatste autochtonen in de wijk. Er waren een paar mensen die durfden te vertellen hoe ze zich als allochtoon voelden in hun eigen wijk. En mijn hart ging helemaal open. Hoe het is voor een autochtoon die al jaren in zijn stad, in zijn wijk woont, en alles heeft zien veranderen en die zich daardoor niet meer prettig voelt. Omdat het steeds multicultureler wordt. Er was een vrouw die zei 'ik stap mijn deur uit en vier, vijf straten verder kom ik bij mijn bakker. En dan pas wordt voor het eerst 'goedemorgen' tegen mij gezegd.' Zo voel ik het dus ook. En die mensen bij Rondom 10 waren niet discriminerend. Ze zeiden gewoon heel rustig van 'ik voel me ontheemd en ik zou zo graag gewoon weer eens lekker Hollands om me heen willen horen. Zo van 'hé buuf, hoe is het?'. Nou, dat hoor ik hier ook niet.

Begroet worden betekent gezien worden en erkend worden in je bestaan. Als dat uitblijft, voelen mensen zich een vreemdeling in hun eigen wijk.

“Het is een vuile bende”

Mensen kunnen zich ook minder thuis voelen als zij zich storen aan bepaalde plekken en gewoontes in de wijk. De geïnterviewde bewoners uit zowel Overvecht als Kanaleneiland geven aan zich te ergeren aan de rommel en viezigheid. Ze wijten dit gedeeltelijk aan de bewoners van de wijk en gedeeltelijk aan de gemeente die de boel laat verwaarlozen. De 24-jarige Pamela de Vries zegt hierover:

De vuilnis die te vroeg wordt gezet, of het grof vuil dat maar in de gang staat, of bij de bomen neer wordt gezet terwijl het niet de tijd is om opgehaald te worden.

De 72-jarige Bea van Beuning vertelt dat dit heel anders was toen zij tien jaar geleden in Kanaleneiland kwam wonen:

Toen was het hartstikke mooi, het was een schone bende hier. En nu is het een vuile bende. En dat vind ik heel erg, want het is hier zo vies, als je gaat kijken.

Ook Anton en Anneke van Heekeren, die sinds 1963 in Kanaleneiland wonen, hebben de wijk in de loop van de jaren zien “verloederen”. Om het toch schoon te houden loopt Anneke met een knijper rond om troep op te ruimen. Ook spreekt ze mensen aan op het onderhouden van hun tuintjes, iets wat naar haar mening te weinig gebeurt.

Ik kwam net met de fiets aan. Ik kwam met blikjes en dingetjes en mijn handen vol rommel thuis. (...) En ook de tuintjes. Ja de tuintjes van de mensen sowieso natuurlijk, maar de tuintjes naast de parkjes naast de flats he. Die vind ik, hier tenminste in de buurt, zo slecht eruit zien. Gewoon überhaupt de rommel op straat.

Zowel Anneke van Heekeren, Bea van Beuning alsook de 88-jarige Arlette Muis-Schommelen vinden dat vooral de allochtonen in de wijk verzuimen hun verantwoordelijkheid voor de gemeenschap te nemen:

Dat mensen bijvoorbeeld ook hun eigen straten een beetje aanvegen enzo he. Die buitenlandse mensen die weten dat toch gewoon niet dat je daar ook zelf eens wat aan kan doen, dat het niet alleen maar binnen je huis maar ook buiten op straat enzo, dat ze daar ook verantwoordelijk voor zijn. (Anneke van Heekeren, 82)

Jongens maak toch niet zo'n rommel. Waar is dit nou goed voor. Ze eten geen varkensvlees, maar laten wel een varkensstal achter. Zitten ze me aan te kijken, ik zeg gooi je dat thuis ook zo op de grond neer? (Bea van Beuning, 72)

Buitenlandse allochtonen of mensen die hier komen wonen hebben vaak niks met hun tuintje. Terwijl ik vind, dat is de entree van je huis. Maar de insteek is vaak van 'ja, laat de gemeente dat maar doen'. Als er veel vuil ligt, ja, je kan ook zelf even de moeite doen om het zelf even op te ruimen en te verzorgen. Er zelf even wat van te maken. (Arlette Muis-Schommelen, 88)

Er bestaat een groot verschil in de manier waarop – volgens de oudere autochtone bewoners – mensen zich verantwoordelijk voelen voor een schone wijk. Vuil op straat laten liggen of je tuin niet onderhouden, interpreteren zij als moedwillige verwaarlozing van de buurt. Ze verwijten dat vooral ‘de buitenlanders’.

3.2.3 De leesbare wijk

Volgens Blokland (2008, p. 132) hangt ons gevoel van thuis vooral af van de ‘leesbaarheid’ van onze omgeving. Een leesbare omgeving houdt in dat we in staat zijn om de gebruiken en gewoonten van anderen die zich in diezelfde geografische ruimte begeven, te interpreteren. Een goed voorbeeld geeft de Turks-Nederlandse Dilek op zijn blog¹⁴

Nederlanders wordt geleerd dat je geen privé-spullen in het gemeenschappelijke trapportaal mag plaatsen. Brandveiligheid is een belangrijk argument. Bewoners interpreteren het plaatsen van privé spullen in het gemeenschappelijke trapportaal of portiek soms ook als een manier om je persoonlijke domein te vergroten en als consequentie daarvan de ruimte van anderen te verkleinen. Dat roept agressie op. Het delen van een trapportaal kan zo aanleiding geven tot burenruzies. Dilek legt uit [zie kader] dat je bijvoorbeeld het plaatsen van schoenen voor de deur ook

Toen wij weg wilden gaan bleek de buurvrouw al onze schoenen te hebben meegenomen

Als we ons huis binnen gaan is het onze gewoonte om onze schoenen uit te trekken. De schoenen zetten we dan voor de deur in het trappenhuis. Onze buurvrouw vond dit niet leuk, maar dat vertelde ze ons niet. Ze nam onze schoenen gewoon mee naar haar huis! Toen wij later uit huis wilden gaan, konden we onze schoenen niet vinden. Andere burens van ons hadden gezien wat de buurvrouw had gedaan. Wij gingen toen naar haar toe en vroegen haar: “Waarom heb je onze schoenen meegenomen?” Ze zei toen dat je geen schoenen op de gemeenschappelijke trap mag leggen en wij legden haar toen uit dat wij niet schoenen aan in huis mogen lopen. Een dag later kwam ze met een bos bloemen naar ons toe. Ze zei dat ze spijt had. Daarna zijn we goede burens geworden.

Auteur: Dilek. Gepubliceerd in 2005

14) www.geheugenvanoost.nl/page/2761/nl

anders kunt uitleggen (= lezen). Door elkaars gewoontes te leren begrijpen, kunnen misverstanden en burenruzies worden vermeden.

Hoe productief het is om over en weer de eigen gewoontes uit te leggen, illustreren de geïnterviewde wijkbewoners die de andere bewoners aanspraken op bepaalde, in hun ogen, slechte gewoontes. Zo bleek uit onze interviews dat verschillende bewoners moeite doen om 'de ander' tot de eigen mores te bewegen. Bea van Beuning, een alleenwonende vrouw van in de zestig, vertelt ons dat ze haar Marokkaanse buurman heeft 'geleerd' om het brood (dat hij vanuit de islamitische traditie niet mag weggooiden) niet langer op het gras maar in de vaart voor zijn huis te deponeren. "Anders komen de ratten erop af, die heb je hier", legt ze tijdens een gesprek uit terwijl ze op het raam tikt om de aandacht van de desbetreffende buurman te trekken. Als hij omkijkt, steekt ze fier haar duim in de lucht. Hij lacht.

De 53-jarige Hanneke Denenkamp probeert tijdens wandelingen met haar hond in de wijk om jonge Marokkaanse kinderen bij te brengen dat honden niet onrein, maar hele lieve wezens zijn.

Ik heb dus een hond. Marokkanen zijn over het algemeen als de dood. Ze zijn in hun ogen onrein en ze vinden het maar eng en vreemd. En dan lopen ze met een hele grote dikke bocht om me heen. (...) Ik heb, ik noem het voor de grap een hondenaiprojectje. Er lopen hier altijd kindjes. (...) En in de loop van de maanden heb ik een beetje contact met die kindjes gekregen. Dan vragen ze zo van hoe heet jij, hoe heet je hond, is die lief, bijt hij? Dat een ritueel dat bijna elke dag voorkomt. Als ze ze willen aaien dat zeg ik: ja dat doe je hartstikke goed. Een positieve houding aannemen. De doelstelling van mij is om kinderen dichterbij dieren te brengen, in ieder geval bij honden. Dat ze niet bang hoeven te zijn, dat ze niet onrein zijn, dat het ook dierlijke wezens zijn. In de hoop dat ze daar wat meer begrip voor op kunnen brengen. Dat ze ook leuk, lief en aardig kunnen zijn. En dat ze ze misschien later nooit kwaad zullen gaan doen.

Als bewoners de eigen mores aan de ander kunnen duidelijk maken, kan dat leiden tot meer begrip voor elkaar en meer vertrouwdheid met elkaar. 'De Ander' wordt daardoor minder vreemd en mensen zien gemakkelijker overeenkomsten met zichzelf. Volgens Blokland (2008) voelen we ons het gemakkelijkst thuis op een plek waar we gelijkgestemden om ons heen vinden. Een plek waar we omgeven worden door mensen die op onszelf lijken, ook al kennen we deze mensen niet persoonlijk. Om die reden is deze 'leesbaarheidsdimensie' zo relevant voor het formuleren van de betekenis van wijktelevisie in een wijk.

"Ze proberen constant in te breken"

Kanaleneiland heeft nog altijd de hoogste criminaliteitscijfers van Utrecht. Hoewel

de cijfers laten zien dat de bewoners minder hinder ondervinden van criminaliteit en overlast dan een paar jaar geleden (Wijkenmonitor Utrecht, 2009), blijkt uit de interviews dat de informanten zelf relatief veel hebben meegemaakt op het gebied van criminaliteit en overlast in de wijk. De helft van de informanten heeft te maken gehad met criminaliteit in de wijk. Dit varieerde van een inbraak in de woning of auto, getuige zijn van dieren mishandeling tot een roofoverval.

Anton en Anneke van Heekeren (86 en 82) vinden dat de veiligheid in Kanaleneiland de afgelopen 45 jaar aanzienlijk is afgenomen. Ze vertellen over een roofoverval die pas geleden in het studentenhuis naast hen heeft plaatsgevonden:

Er werd gebeld bij de studenten, een jongen deed open en daar stonden twee knapen met een pistool. En nou de andere twee werden van boven gehaald en ze werden met z'n drieën onder schot gehouden. Nummer twee die ging even de hele boel, ja, de laptops en mobieltjes en camera's en zo, gewoon alles leegroven.

Sef Senna (37) woont ruim acht jaar op Kanaleneiland. Hij vertelde dat hij een aantal jaren geleden op straat is aangevallen toen hij bij een tankstation een pakje sigaretten wilde halen.

Vier à vijf jaar geleden heb ik een paar klappen uitgedeeld aan een paar jongens. Dat was toen ik op de Rooseveltlaan woonde. Ik ging na elf uur naar de benzinepomp om sigaretten te halen. Volgens mij was het gewoon een groep jongens die dacht, laten we hem gewoon testen. Ze begonnen met een praatje. Zo van 'hé kameraad, alles goed?' Ik antwoordde 'ja prima, met jullie'? Vervolgens vroegen ze om sigaretten, maar die had ik nog niet. Toen werd ik aangevallen. Ik heb er een bij zijn kraag gegrepen en de ander een vuist in zijn gezicht geduwd. Toen was het voorbij.

De ervaringen van bewoners met criminaliteit in de wijk komen op het eerste gezicht overeen met het beeld van een criminele wijk dat in de landelijke en regionale media wordt geschetst. Toch zeggen de informanten nagenoeg allemaal dat het beeld van Kanaleneiland als een plek waar criminaliteit welig tiert, overdreven is.

Slechts een enkele bewoner zegt zich niet of minder thuis te voelen in de wijk vanwege onveiligheidsgevoelens. Zo geeft Bea van Beuning, die slachtoffer is geweest van zowel verbaal als fysiek geweld, aan dat de onveiligheid die ze ervaart in Kanaleneiland voor haar geen reden is om te verhuizen:

Moet je eens kijken, zou jij hier weggaan? Zou jij midden in de stad willen wonen en dit achterlaten?

De recente daling van criminaliteitscijfers in Kanaleneiland (zie Wijkenmonitor 2009), vormt echter onvoldoende verklaring voor de soms opmerkelijk relativerende houding van de geïnterviewde bewoners. Uit de literatuur komt naar voren dat mensen die in hun woonomgeving veel criminaliteit ervaren, enkele strategieën hebben ontwikkeld die hen in staat stellen hun gevoel van veiligheid te herwinnen (o.a. Sampson et al., 1997; van der Land & Doff, 2010). Dit kan door iets te doen aan datgene waar je hinder van ondervindt. Zo vertelt een wijkjournalist hoe ze haar onveiligheidsgevoelens in Overvecht overwon, toen ze na het overlijden van haar man een hondje kreeg en die uit moest laten. Eén van haar doelstellingen is dan ook om als wijkjournalist aan mensen duidelijk te maken dat veel angst tussen je oren zit en binnen blijven niet de beste reactie is.

Joke Visscher: Mijn kijk op de wijk, mijn gevoel van veiligheid en het verliezen van mijn onveilige gevoel is ontstaan door mijn hond. Doordat ik naar buiten moest.

Interviewer: Dus dat gevoel van onveiligheid is eigenlijk gebaseerd op onwetendheid?

Joke Visscher: Ja. De onwetendheid, de verhalen van de media en de verhalen van de medebewoners. "Ik heb nou toch wat meegemaakt en weetjewel." Ja en ik dacht het vroeger ook altijd. En iemand zei tegen me: ja je moet 's avonds niet je garagedeur opendoen hoor, want wie weet wie er op je staan te wachten daar. Maar zo gaat het werken weetje. Dan kwam ik in m'n eentje thuis, en dan toeterde ik, dan kwam m'n man de garagedeur opendoen. Want ik dacht ja ik ga niet helemaal om het huis lopen want het is donker. En dan denk ik nu het is absurd want ik loop nu de hele wijk door in het donker. Maar het begint ergens, en mensen blijven op een gegeven moment achter de geraniums zitten. Want het is eng in de wijk, dus je gaat niet meer naar buiten. En als je dan ook geen reden hebt om naar buiten te gaan ga je ook niet. Dus je gaat je opsluiten, en dat is Overvecht. Dus ik wil ze eigenlijk laten zien dat het helemaal niet zo eng is buiten.

Het vermijden van bepaalde plaatsen in de wijk is een andere strategie. Zo vertelt de 67-jarige Bernadine Schäffer dat ze 's avonds bij het uitlaten van de hond een bepaalde plek in de buurt van haar huis mijdt:

Er wordt aan het eind van deze straat gedeald volgens mij. De politie weet dat, die moet dat weten, er zitten altijd jongens in auto's. En dus ga ik daar 's avonds mijn hond niet meer uitlaten. Niet dat mij wat gebeurt, die lui hebben me nog nooit lastig gevallen, maar het is een akelig idee.

Bij de 77-jarige weduwe Laurentien Oldenkamp is onlangs getracht in te breken. Ze zegt dat ze dit echter niet als bedreigend ervaart, maar als een gebeurtenis die een uitzondering vormt op haar beleving van de wijk.

Er gebeurt hier nooit wat, en uitgerekend de vorige dag probeerden ze bij me in te breken. (...) Het is niet gelukt. Ik had wel een ontwricht raam (...) Dus de politie is geweest en die heeft gezegd 'ja, ze hebben er een breekijzer tussen gezet'. Maar het is niet gelukt, want het is helemaal beveiligd bij ons.

Sef Senna lijkt zijn houding ten opzichte van een voorval, een inbraak in zijn auto, te hebben 'aangepast'. Hij noemt de auto-inbraak 'zijn eigen schuld' en hij stelt dat dit hem zeker ook ergens anders had kunnen overkomen.

Er was een keer in mijn auto ingebroken, maar dat was mijn eigen fout, dat moet ik toegeven. Ik moest werken. Op een gegeven moment ik was iets vergeten thuis. Ik ga snel naar boven. Maar de videocamera lag gewoon boven op de stoel. Dat was ik vergeten. Dus het was dus mijn eigen schuld. Kanaleneiland of geen Kanaleneiland, als je ergens anders naar toe gaat, dan kan dat ook allemaal gebeuren.

Ook de 66-jarige Monique Copier is in de zes jaar dat ze in Kanaleneiland woont regelmatig geconfronteerd met criminaliteit:

Ze proberen dus wel constant in te breken. Een keer is er ingebroken. En daarna waren het alleen maar pogingen. (...) Dat was echt twee maanden geleden, drie maal in de maand! Echt met een breekijzer tussen de deur. De deur helemaal versplinterd. Maar ik word er niet koud of warm van. Dan denk ik, nou dat is weer niet gelukt!

Ondanks deze ervaringen voelt Monique zich veilig in de wijk. Ze relateert de criminaliteit door aan te geven dat in een wijk als Oog in Al ook ingebroken wordt. En naar haar gevoel kan ze die veiligheid zelf creëren, bijvoorbeeld door middel van een 'charmeoffensief' richting de kinderen uit de wijk, door een confrontatie met hangjongeren te vermijden en door niet haar 'kop boven het maaiveld uit te steken'. En net als Sef legt ze de schuld van een overval gedeeltelijk bij zichzelf neer:

Toen ik dus hier het eerste half jaar woonde, ben ik overvallen. Door een stel jongeren met een pistool. Dat was wel even niet niks. Ja ja. Ik was zo stom om de deur open te doen terwijl het donker was.

Pamela de Vries (24) geeft aan erg blij te zijn met de buurtwacht en het politiebureau om de hoek, omdat ze zich niet altijd even veilig voelt in de buurt.

Een tijdje geleden werden wij door een groep jongeren benaderd en die zeiden gewoon hele nare dingen, waardoor mijn zusje en ik ons echt heel onveilig, heel onprettig voelden.

Tegelijkertijd geeft ze aan dat het imago van 'je kont keren en je auto is weg' niet klopt. Hoewel ze dus onveiligheid ervaart, is Kanaleneiland in haar beleving een relatief veilige wijk. Hetzelfde geldt voor Hafida, die zich net als Pamela thuis voelt in de wijk. Ze ervaart de wijk niet als onveilig, maar erkent dat er criminaliteit is:

Ja, hoe zou ik de wijk omschrijven? (...) Dat je dan ja, qua spullen in de auto enzo, toch maar uit de auto zal moeten halen.

Ook de inwoners van Overvecht hebben regelmatig te maken met criminaliteit, vandalisme en overlast. Ze noemen dingen als hangjongeren, fysiek geweld en diefstal. De 38-jarige kunstenaar Thomas van Tocht is in de twee jaar dat hij in de wijk woont al een aantal keer (indirect) geconfronteerd met criminaliteit:

Nou goed er gebeuren nogal wat dingen in de wijk die je liever niet in je wijk hebt. Er is hier pas iemand met eens schroevendraaier gestoken om de hoek. En dat was bij iemand, die kwam thuis, die wilde naar binnen en die werd door mensen die voor de deur stonden niet naar binnengelaten, en die zei er wat van en toen werd ie gestoken. En mijn vriendin die heb daar last van met die opgeschoten jongens die hier in de buurt lopen. Die hebben vuurwerken naar mijn vriendin gegooid. Daar heeft ze wat van gezegd, en toen werd er nog meer vuurwerk naar haar gegooid en toen heeft ze de politie gebeld. Sindsdien zijn ze vervelend tegen haar, schelden d'r uit en dat zijn dingen die je liever niet hebt.

Hij geeft aan dat hij zich ondanks dit soort vervelende ervaringen niet onveilig voelt:

Ik heb er zelf nog niet echt last van dat het onveiliger is. Ik heb altijd het idee dat ik er nog wel mee om kan gaan, maar het heeft natuurlijk wel invloed op je.

Hetzelfde geldt voor Nashida Akram, die de dag voor het interview nog een uit de hand gelopen ruzie meemaakte in het winkelcentrum: "Echt allemaal bloed enzo." Toch voelt ze zich niet onveilig in de buurt:

Nee, neuh, ik ben niet bang voor zulke jongens.

Bewoners lijken hun gevoel van veiligheid te kunnen vergroten als ze het idee hebben er zelf iets aan te kunnen doen. Dat is ook de aanbeveling van sommige bewoners aan wijktelevisie. Breng niet de onveiligheid in beeld, maar de manier waarop je je veiligheid kunt vergroten. Goed voorbeeld van zo'n filmpje is het item over het voorkomen van tasjesrollen op de markt in Overvecht.¹⁵

"Ik wil gewoon veel meer contact"

Een aanzienlijk aantal autochtone geïnterviewden geeft aan weinig aansluiting te vinden bij, meestal allochtone, buurtbewoners. Het contact leggen met deze groep is lastig vanwege de taalbarrière, maar ook omdat de voornamelijk Turkse en Marokkaanse mensen in de wijk naar hun zeggen erg op elkaar gericht zijn. De 82-jarige Anneke van Heekeren, bijvoorbeeld, is sociaal ingesteld en kent veel mensen in de wijk. Toch is er niet één buitenlander waar ze contact mee heeft.

Het komt allemaal doordat hier zo veel buitenlanders wonen, dat je weinig aanschluss hebt natuurlijk. (...) Je komt er verder helemaal niet tussen. Ze zijn hier heel erg ook op hun familie gesteld, ook hè, vooral die Turkse en Marokkaanse mensen die gaan heel veel met elkaar om, afgezien van het feit dat ze natuurlijk uh nog niks uh verstaan.

Ook de 88-jarige Arlette Muis-Schommelen, die al 47 jaar in de wijk woont, vindt het lastig om contact te krijgen met de 'nieuwe' bewoners:

Er zijn erg veel buitenlanders bijgekomen. Marokkanen hiernaast en Turken. (...) Die houden zich afzijdig en die hebben zo'n zin niet als ik zeg 'kom eens een kopje thee halen', dan zeggen ze wel 'ja' maar ze doen het nooit. Dus ik geef het maar op. (...) Een enkele keer wil iemand wel iets tegen je zeggen, maar dat is heel sporadisch. Want ze kennen ook de taal niet hè.

Hoewel Antje Vogel zich als bewoner erg prettig voelt met Marokkaanse en Turkse burens om haar heen, ervaart ze in haar werk als diaken van de protestantse kerk dat ze als christen maar moeilijk contact krijgt met mensen van de Marokkaanse moskee op Kanaleneiland. Dat vindt ze jammer:

Ongeveer 80 procent van de mensen die hier wonen zijn moslims. Ik wil gewoon veel meer contact. We hebben hier een mooie Marokkaanse moskee, alleen ja, het is erg moeilijk om als Nederlander daarin te komen of iets bij te wonen. (...)

15) www.uindewijk.nl/overvecht/artikel/1031

We zijn bezig om hier wegen voor te zoeken, maar het is heel erg moeilijk. De Turkse maatschappij is veel westerser, die is veel gemakkelijker toegankelijk dan de Marokkaanse maatschappij. Maar we hebben hier veel meer Marokkanen dan Turken.

De Marokkaans-Nederlandse Nashida Akram (35) ervaart hetzelfde probleem, maar dan met autochtone wijkbewoners. Ze heeft het gevoel dat zij een negatief beeld hebben van de allochtonen in de wijk, waardoor contact moeilijk tot stand komt.

Kijk, Nederlandse mensen, omdat ze natuurlijk gewoon zoveel dingen hier horen hè, hebben ze een heel negatief beeld van ons, begrijp je? Ze zijn ook bang zeg maar om over de vloer te komen.

De 71-jarige Greet Bakker, die eerder aangaf blij te zijn met het multiculturele karakter van Kanaleneiland, stoort zich aan de negatieve houding die veel buurtbewoners hebben ten opzichte van de allochtone mensen in de wijk:

Het is allemaal: Oh die hoofddoekjes! En ze zijn allemaal bang. Ik ben een beetje Utrecht-moe op het moment. (...) Dat vind ik het ergste van Kanaleneiland, die mensen discrimineren zo vreselijk.

Ook Monique Copier, een 66-jarige vrouw die op haar veertigste haar luxeleventje in Amsterdam-Zuid verruilde voor het Turkse platteland en inmiddels alweer zes jaar in Kanaleneiland woont, stoort zich aan de opstelling van autochtone wijkbewoners ten opzichte van allochtonen:

Waar ik een bloedhekel aan heb is wat heel veel gebeurt, is wat ze proberen, ook hier in de flat, is een soort wij/zij-situatie. Een soort van wij spelen onder een hoedje met elkaar en we zetten ons af tegen hun.

Een aantal bewoners uit Overvecht geeft aan dat het moeilijk contact maken is doordat veel mensen uit de wijk in een flat wonen. De 53-jarige flatbewoonster Lisanne Andersen zegt hierover:

In een flat heb je niet zoveel contact.

En Thomas van Tocht (38), die zelf in een grote flat woont met een portiek waarop twintig woningen uitkomen, zegt:

Als je in een straat woont dan ken je alle mensen wel een beetje, maar als je in een flat woont dan heb je dat veel minder. Ik denk nog niet dat ik alle mensen gezien heb die hier wonen. Ik heb altijd in laagbouw gewoond en dan merk je gewoon dat doordat je een tuintje hebt en dan mensen ook gewoon meer op straat leven, dat je mekaar frequenter ziet en meer contact hebt.

Omdat hij wel behoefte heeft aan contact gaat hij geregeld naar bewoners-bijeenkomsten en activiteiten in de buurt.

3.2.4 Consequenties voor wijktelevisie

Alle bewoners geven aan dat wijktelevisie verhalen dient te vertellen die een realistisch en gelaagd beeld geven van de wijk. Dan voelen bewoners zich erkend en daarmee gesteund in hun beleving van de wijk. Socioloog Talja Blokland stelt: "Wanneer het ons lukt zowel de fysieke als de sociaal-culturele uitingen in een buurt te 'lezen', ongeacht of we de mensen in die buurt ook daadwerkelijk kennen, dan ervaren we de omgeving niet snel als 'unheimisch'." (2008, p. 140). Het omgekeerde is ook waar, zo laten onze interviews zien. Als andere mensen onze mores niet begrijpen, voelen we ons ontheemd. Het gaat om 'lezen' en 'gelezen' worden.

De eigen mores op televisie

Uit de interviews met buurtbewoners blijkt dat sommige autochtone buurtbewoners er moeite mee hebben dat hun manieren en gewoontes niet gedeeld worden door anderen. Ze zijn het een beetje zat om nieuwkomers in hun portiek of flat steeds weer te moeten uitleggen hoe het op Kanaleneiland of Overvecht werkt. Deze wijkbewoners willen graag dat er meer aandacht aan de 'eigen mores' wordt besteed, ook via lokale wijkmedia. Zo zou Hanneke Denenkamp graag zien dat wijktelevisie vertelt dat honden helemaal niet onrein zijn. De tachtigers Anton en Anneke van Heekeren zouden het prettig vinden wanneer nieuwkomers wordt geleerd dat iedereen z'n eigen straatje moet schoonhouden. De zestiger Bea van Beuning zou zich ondersteund voelen als *U in de Wijk* uitlegt dat het om hygiënische redenen beter is om broodrestanten in het kanaal in plaats van in het plantsoen te gooien.

Zowel de 24-jarige Pamela de Vries als de 82-jarige Anneke van Heekeren ergeren zich aan mensen die hun rotzooi op straat gooien en de boel verwaarlozen. Door dit op televisie te tonen hopen ze dat mensen zich aangesproken voelen en hun gedrag veranderen. Bea van Beuning hoopt dat de filmpjes van *U in de Wijk* een educatieve rol kunnen vervullen naar mensen –vooral allochtonen– die zich momenteel niet naar haar standaard gedragen in de wijk:

Proberen om duidelijkheid te krijgen voor degenen die daar niet aan mee kunnen werken door hun andere manier van zijn. Fietsen op de stoep, dat is gewoon, zonder licht fietsen op de stoep. En ik loop daar met twee honden. En dan moet ik ze aanlijnen.

Eerder noemden wij dit de inburgeringsfunctie van lokale en wijkmedia (Costera Meijer, 2008). Deze inburgeringsfunctie heeft betrekking op het overbrengen van bestaande en beproefde normen, waarden en gewoontes aan nieuwkomers (vgl Tonkens et al., 2006; Van den Brink, 2004). Bij inburgeren ligt het accent op de nieuwkomers, die iets moeten leren over de samenleving waarin ze terecht komen. Dit zou de sociale cohesie van steden moeten doen toenemen.

In wijken waar mensen met zeer uiteenlopende culturele achtergronden min of meer intiem met elkaar moeten verkeren, is overeenstemming over cultureel bepaalde 'normen' of 'waarden' minder haalbaar en misschien ook wel minder belangrijk dan het kunnen uitwisselen van in de praktijk beproefde alledaagse kennis over wat een wijk leefbaar maakt en houdt. Mensen geven in onze interviews aan dat ze graag dergelijke kennis en ervaring over 'leefbaarheid' van de wijk willen delen met anderen. Hoe leer je nieuwkomers dat het prettig is als je gezamenlijk de trap schoonhoudt, of je stoep veegt als het sneeuwt? Hoe maak je mensen die de taal nog niet goed machtig zijn, duidelijk dat het uitmaakt of je elkaar groet op straat en zo elkaars bestaan erkent?

Een tweede vorm van kennis betreft de omgangsidealen die mensen hanteren voor zichzelf, maar soms ook voor anderen. Een goed voorbeeld hiervan is de uitspraak van een Turkse buurvrouw van één van de geïnterviewden dat 'in een sterfhuis niet wordt gekookt', wat betekent dat andere mensen – burens, vrienden, familie – de maaltijden (behoren te) verzorgen. Rituelen rond geboorte en doodgaan zijn belangrijk binnen een gemeenschap, maar verschillen per land en per regio. Een voorwaarde voor het begrijpen en waarderen ervan, is dat de rituelen worden uitgelegd, of - nog beter - via wijktelevisie worden getoond. Niet alleen allochtoon aan autochtoon, maar ook autochtoon aan allochtoon.

Een derde vorm van praktische en culturele kennis die mensen graag behandeld zien, is te laten zien hoe je in je eigenheid, in je kernidentiteit, kan worden erkend en gezien. Voor sommige bewoners betekent dat erkenning voor de betekenis van kerstverlichting of oranje vlaggetjes bij Europese- of wereldkampioenschappen voetbal. Dergelijke versiering fungeert als een icoon dat past bij de identiteit van die mensen. Zo'n icoon wordt herkend door groepen mensen, spreekt mensen aan en heeft daarmee een bindende werking. De Raad voor het Landelijke Gebied meent dat iconen de waarde van bepaalde gebruiken en gebieden blijvend op de kaart

kunnen zetten¹⁶. Iconen kunnen mensen zijn, maar ook voorwerpen, monumenten of gebouwen. Als het gaat om gebruiken, fungeren de oranjevlaggetjes tijdens de internationale voetbalwedstrijden als iconen van Nederland. De kerstboom is een Nederlands icoon van gezelligheid en als een dergelijk icoon ontbreekt in jouw omgeving, valt er een vorm van gezamenlijkheid weg.

Het feit dat hier eigenlijk geen kerst gevierd wordt. Ik doe het en een paar andere huizen, die Grieken bijvoorbeeld. Er is bijna geen leuke kerstverlichting en dat ergert mij dus elk jaar weer. Of dat ergert me, maar dat vind ik jammer, want ik vind dat zo gezellig.

Veel autochtone Nederlanders missen dergelijke iconen in buurten waar de meerderheid van de bevolking geen kerst viert en in internationale voetbalwedstrijden niet automatisch de kant van Nederland kiest.

Voor anderen gaat het om de erkenning van het belang om een eigen invulling aan zorg en respect te geven. Zo worden Marokkaanse jongeren geacht om ouderen te helpen als hen iets overkomt (bv. Marokkaanse jongens die 112 bellen als een bejaarde straatgenoot van haar fiets valt) en zorgen familie of burens voor de maaltijd als iemand daar vanwege ziekte of onmacht niet toe in staat is.

Voor alle bewoners telt dat ze graag willen begrijpen waarom mensen zich op het oog zo onbegrijpelijk gedragen. Dat blijkt uit het eerder beschreven voorbeeld van de schoenen voor de deur. De 88-jarige Arlette Muis-Schommelen, die al 47 jaar in de wijk woont, vindt het lastig om contact te krijgen met de 'nieuwe' bewoners. Zo begrijpt ze niet waarom ze, ondanks haar nadrukkelijke uitnodiging om thee te komen drinken, nog steeds niet langs zijn gekomen.

Er zijn erg veel buitenlanders bijgekomen. Marokkanen hiernaast en Turken. (...) Die houden zich afzijdig en die hebben zo'n zin niet als ik zeg 'kom eens een kopje thee halen', dan zeggen ze wel 'ja' maar ze doen het nooit. Dus ik geef het maar op. (...) Een enkele keer wil iemand wel iets tegen je zeggen, maar dat is heel sporadisch. Want ze kennen ook de taal niet hè.

De bewoners van beide wijken hebben aangegeven dat wijktelevisie in deze opzichten ondersteunend kan werken. Wijktelevisie stelt ze namelijk in staat om inzicht te krijgen in de betekenis en functie van elkaars dagelijkse gewoontes (zoals groeten, eten brengen bij een sterfgeval, schoenen voor de deur, of de vuilniszak naar de container brengen) die de buurt leefbaar maken en houden.

16) Publicatie RLG 09/08, november 2009.

3.3 Conclusie

Wijkproblemen moeten worden opgelost op het niveau waarop ze spelen. Als de landelijke en regionale media op dit moment de gevoelens van vervreemding en ontheemdheid versterken van wijkbewoners, dan moet de oplossing van dit vraagstuk op het niveau van een andere mediarepresentatie en andere verhalen worden gezocht.

Uit de diepte-interviews blijkt dat vooral de bewoners van Kanaleneiland verontwaardigd zijn over het mediabeeld van hun wijk. Hoewel de inwoners van Overvecht de negatieve kanten van hun wijk gemakkelijker herkennen, bekritisieren ook zij de eenzijdigheid ervan. In beide gevallen doet de berichtgeving over de wijk geen recht aan de persoonlijke beleving van de wijkbewoners. Mensen in Kanaleneiland en Overvecht hekelen daarnaast de stigmatiserende werking van de media en ze beschuldigen de media ervan bewust dit negatieve beeld te creëren. Ze begrijpen niet waarom juist hun wijk tot probleemwijk gebombardeerd wordt: in iedere wijk gebeurt toch wel eens wat? De negatieve beeldvorming over de wijk heeft volgens de bewoners tot nadelig gevolg dat vrienden en familie niet graag langskomen en dat ze zich zelfs moeten verantwoorden voor het wonen in de wijk. *U in de Wijk* kan deel uitmaken van de oplossing van deze problemen door op het niveau van verhalen en beeldvorming te interveniëren. Het dient daarmee dan ook een ander doel dan bijvoorbeeld een buurtbarbecue.¹⁷

De ervaring en beleving van Kanaleneiland en Overvecht komen niet overeen met het eenzijdige, negatieve beeld dat de media schetsen. De bewoners zijn erg te spreken over de voorzieningen en het vele groen in hun wijk. Een aantal stoort zich wel aan de rotzooi. Verder is de beleving van de wijken door de bewoners niet rechtlijnig. Aan de ene kant zijn er bewoners –onder hen vaak die van buitenlandse afkomst– die zich thuis voelen in de wijk. Ze zijn sociaal ingebed en voelen zich geaccepteerd, begrepen en gekend in hun wijk. Daar tegenover staan bewoners –tegen hun zin of al langere tijd in de wijk woonachtig– die zich een buitenlander in de eigen buurt voelen. Zij ervaren het gebrek aan contact met medewijkbewoners als een gemis en voelen zich niet (meer) thuis in hun wijk. *U in de Wijk* kan deze groep erkennen in hun gevoelens van ontheemdheid en wellicht meer filmpjes maken die uitdrukking geven aan ‘typisch’ Nederlandse gewoontes, maar ook de betekenis laten zien van elkaar groeten of voor elkaar koken.

17) Het wetenschappelijke bureau van GroenLinks concludeerde in 2009 dat wijkgerichte initiatieven zoals buurtfestivals en ‘barbecues’ niet helpen om de sociale cohesie van Utrechtse wijken te verbeteren, althans niet in de beleving van de wijkbewoners (Eikelenboom & Pas, p. 37).



Wijkjournalist Joke Visscher

4. De leesbare wijk

Het vorige hoofdstuk laat zien dat veel wijkbewoners zich niet in het door de media geschetste beeld van hun wijk herkennen en dat dit een negatief effect heeft op de leefbaarheid van de wijk. Volgens wetenschappelijk onderzoek bestaan er sterke aanwijzingen dat lokale (wijk)media de leefbaarheid in de wijk positief kunnen beïnvloeden (Ball-Rokeach et al., 2001; Costera Meijer, 2008). Tegen deze achtergrond is het project *U in de Wijk* gestart. Dit hoofdstuk gaat over de vraag op welke fronten *U in de Wijk* betekenis kan hebben voor de bewoners van Kanaleneiland en Overvecht. We beantwoorden twee vragen:

1. Wat kan *U in de Wijk* voor bewoners betekenen?
2. Hoe waarden bewoners *U in de Wijk*?

4.1 Wat kan *U in de Wijk* voor bewoners betekenen?

Media geven in toenemende mate vorm en inhoud aan ons begrip van ons dagelijks leven (Livingstone, 2009). Vertrouwen en betrouwbaarheid zijn cruciale onderdelen van deze 'mediatisering' van het alledaagse bestaan. Roger Silverstone (2007) gaat zelfs zover om te spreken van de symbolische, door media bemiddelde ('gemediatiseerde'), ruimte ('mediapolis') waarbinnen en waardoor we kunnen leren over mensen die hetzelfde zijn als wij en over anderen die niet zijn zoals wij. Volgens deze onderzoeken scheppen media voor mensen een wereld waarbinnen onderscheid wordt gemaakt tussen 'wij' (de mensen) en 'zij' (de anderen, waaraan we minder menselijkheid toeschrijven). Zolang mensen geen daadwerkelijk contact hebben met elkaar, kan deze gemediatiseerde verdeling in menselijkheid en onmenselijkheid voortbestaan.

Een opdracht aan wijktelevisie zou daarom kunnen zijn om juist deze tegenstellingen tussen wij en zij te doorbreken, door het vertellen van andere verhalen. Verschillende onderzoeken hebben aangetoond dat dergelijke verhalen actief kunnen bijdragen aan het thuisgevoel van bewoners. Door gemeenschappelijke referentiepunten uit de wijk -of dit nu plekken of mensen zijn- aan te bieden, wordt het gevoel tot een bepaalde wijk of buurt te behoren versterkt (Finnegan & Viswanath, 1988; Moy et al., 2004; Ball-Rokeach et al., 2001).

Lokale- of wijkmedia kunnen fungeren als een schakel van de 'storytelling neighbourhood', het communicatieproces in de wijk. Lokale (wijk)media onderscheiden zich ten opzichte van andere schakels – zoals individuele bewoners, woningcorporaties en andere wijkinstellingen - door de relatief eenvoudige en laagdrempelige wijze waarop zij verhalen over de wijk kunnen vertellen aan een grote groep mensen. Die verhalen kunnen de bewoners op hun beurt weer zelf

verder vertellen aan anderen. Lokale (wijk)media vormen zo, idealiter, een netwerk met de andere 'verhalenvertellers' uit de wijk (Kim & Ball-Rokeach, 2006). Als doorgeefluik van verhalen over de lokale gemeenschap versterken deze schakels de collectieve ijkpunten van de wijk en zijn zij in staat om het thuisgevoel van bewoners te versterken.

Bewoners geven aan dat de leesbaarheid van de wijk een belangrijk onderdeel uitmaakt van de leefbaarheid ervan. Hieronder zullen we aangeven welke suggesties en opvattingen ze hieruit afleiden met betrekking tot wijktelevisie

4.1.1 Diversiteit in beeld voor wederzijds begrip

Door wijktelevisie kunnen bewoners de alledaagse culturele uitingen en mores van de ander leren kennen en begrijpen. Om het thuisgevoel van bewoners te versterken kan de 'leesbaarheid' van 'anderen' worden vergroot.

Hanneke Denenkamp, die niet blij is met de hoge concentratie allochtonen in de wijk, is toch benieuwd naar hun levenswijzen en ideeën:

Ja, hoe ze leven, hoe zij hier wonen (...) Hoe ze tegen Nederlanders aankijken. Dat zou ik wel eens willen weten. En of ze dat eerlijk en echt durven te vertellen ook hè.

Mauro Trovato, de half Italiaanse man voor wie de buurt er nauwelijks toe doet, is ook nieuwsgierig naar 'de ander' in zijn buurt:

Nou ik zou op zich wel nieuwsgierig zijn als bijvoorbeeld een Marokkaans gezin dat hier aan de overkant woont, een film over hun beleving van de wijk zou maken. Of een student bij wijze van spreken, mensen die, ja, een andere achtergrond hebben. Je hebt hier een hele hoop studenten, er wonen een hoop allochtonen en die, ja het zou voor het begrip onderling ook wel meewerken als je eens een keer bij iemand anders in de keuken zou mogen kijken ja. Dat zou ik wel leuk vinden. Ja.

Verschillende respondenten sluiten zich hierbij aan:

Nou ik zou van die Turkse mensen bijvoorbeeld wel willen weten hoe ze koken, wat ze handwerken, waar ze precies vandaan komen. Maar zo brutaal ben ik dan ook weer niet dat ik daar naar binnenstap. (Greet Bakker, 71)

En als je weet een beetje waar, uit welke ooghoek zij 't bekijken, dan kan je 't ook een beetje beter begrijpen. (Anja Stik, 65)

Als we de filmpjes van *U in de Wijk* in de periode september-december 2009 bekijken van zowel Overvecht als Kanaleneiland, dan concluderen we dat *U in de Wijk* regelmatig de diverse leefstijlen en -wijzen van wijkbewoners in beeld brengt. Dat bevestigt Emilie van Heijnen:

Nou ik zou zeggen ga vooral door met mensen van allerlei leeftijden en nationaliteiten te interviewen.

Voorbeelden hiervan zijn de ambitieuze Marokkaanse tienerrappers Nihat en Yassin¹⁸ (Kanaleneiland), de 'slangenman' Martijn Koops¹⁹ die vanuit het zwerverscircuit een zelfstandig bestaan opbouwt aan de hand van zijn passie (Kanaleneiland), de filmpjes van Sila Ramskoensing die met wijkbewoners van diverse komaf gaat koken (Overvecht) en het item over het 'hostel Overvecht' voor verslaafden²⁰.

We interviewden Ammar Massat (47) uit het verslaafdenhostel Overvecht. In dit hostel worden (ex)-verslaafden opgevangen die dakloos waren. In de uitzending vertelt Ammar over zijn eigen ervaringen met het verslaafd zijn. Hij heeft het gevoel dat hij sinds de uitzending positiever wordt benaderd dan voorheen. Volgens hem heeft het item gezorgd voor het zichtbaar maken van zijn persoon achter het schrikbeeld van 'de drugsgebruiker'. Het filmpje heeft hem daarmee 'leesbaarder' gemaakt voor de wijkbewoners die het item hebben gezien. Over zijn reden om aan het filmpje mee te werken zegt hij:

Ik had het gevoel dat dit pand hier zo, dat de mensen er een beetje negatief tegenaan keken. Weetje, de idee van gebruikers, dat soort dingen. Dat wou ik een beetje uit de wereld helpen. (...) Want we zijn ook mensen, we zijn ook Utrechtse burgers, geïntegreerd en al. Al gebruiken we wel drugs, dat betekent niet dat ik een monster ben of zo.

Na de uitzending kreeg Ammar veel positieve reacties. Het contact met zijn familie is verbeterd. Een broer die hij jaren niet gesproken had, zocht hem na aanleiding van de uitzending weer op. Ook kreeg hij veel leuke reacties van mensen uit de buurt.

18) <http://www.uindewijk.nl/kanaleneiland/artikel/37>

19) <http://www.uindewijk.nl/kanaleneiland/artikel/27>

20) <http://www.uindewijk.nl/overvecht/artikel/1012>

Complimentjes daar in het winkelcentrum. (...) Ze zeiden bijvoorbeeld 'De beroemdheid van Utrecht', en dat soort dingetjes. Dat vond ik wel tof. Ik moet wel stellen of zeggen, mijn doel is wel een beetje bereikt. Ik heb het gevoel dat meer mensen mij gezien hebben, of herkend hebben. Ik heb goede reacties gehad in ieder geval.

WijkTV levert een bijdrage aan het leesbaar maken van mensen over wie sterke vooroordelen circuleren en die vaak 'eng' en daarmee minder menselijk gevonden worden. Over junks, Marokkaanse jongens of dealers doet eigenlijk maar één verhaal de ronde, waardoor hun mens-zijn onderbelicht blijft. Wijktelevisie kan deze mensen hun gezicht teruggeven en laten zien welk verhaal ze te vertellen hebben. Dat hoeft, in het geval van de drugsdealer bijvoorbeeld, niet altijd te leiden tot begrip en acceptatie, maar maakt de dealer als zodanig wel minder angstaanjagend. Het zijn immers ook gewoon mensen. Pamela de Vries (24) vindt het prettig dat zij dingen van zichzelf terugziet in de mensen die in de filmpjes voorkomen:

Maar het is wel herkenbaar wat de mensen zeggen, dat je dat zelf ook herkent. Dat iedereen, ondanks de achtergrond, dat iedereen toch hetzelfde denkt.

Dit gevoel van gezamenlijkheid, van allemaal mens-zijn, is geruststellend. Het zorgt voor een zekere voorspelbaarheid en daarmee voor vertrouwdheid van de wijk. Mensen hoeven niet langer bang te zijn voor de hangjongeren op de hoek van de straat, wanneer ze weten dat deze jongens zich gewoon vervelen, net zoals iedereen dat wel eens doet. Het geeft aan dat je ondanks de verschillen uiteindelijk toch kunt communiceren met elkaar over de overeenkomsten die er ook zijn en dat er vertrouwen is dat je er wel uit zult komen (vgl. Goffman, 1959, 1966).

Tot op heden zijn lokale (wijk)media in Nederland nauwelijks expliciet onderzocht als instrumentarium om de diverse leefstijlen en alledaagse waarden van wijkbewoners te honoreren. Toch blijkt zowel uit de gesprekken als uit de literatuur dat bewoners behoefte hebben aan lokale media die hen een blik gunnen 'over de heg' en hen leert wie er bij hen in de wijk wonen en welke gewoontes zij er op na houden (z.o.m. Clarke & Gaile, 1998; Costera Meijer, 2008; Heider et al., 2005).

4.1.2 Herkenning van het sociale en fysieke weefsel van de wijk

Wanneer de wijk leesbaarder wordt voor de bewoners, neemt ook de voorspelbaarheid van de buurt en daarmee de vertrouwdheid ermee toe (vgl. Goffman, 1959; 1966). Mensen weten immers beter wat ze van elkaar kunnen verwachten. Vertrouwen is erg belangrijk voor een wijk, aangezien het een basisgevoel van rust in een gemeenschap geeft.

U in de Wijk kan volgens bewoners in dat opzicht een belangrijke functie vervullen. Je moet als bewoner plekken, mensen en gewoontes (leren) herkennen om vertrouwd te worden met de wijk. Hoe basaal dit gevoel van vertrouwdheid is, blijkt uit het enthousiasme waarmee de geïnterviewde bewoners reageren op filmpjes van *U in de Wijk* waarin ze een persoon of een plek herkennen.

Fysieke oriëntatiepunten bieden: bekende plekken in beeld

Wijktelevisie kan op meerdere manieren bijdragen aan het thuisgevoel van bewoners. Eén manier is het in beeld brengen van straten, pleinen en gebouwen in de buurt: de volkstuinten, het verkeersknooppunt, de speeltuin, het schoolplein, het winkelcentrum. Kijkers geven aan dat dergelijke filmpjes het ze gemakkelijker maakt om zich te oriënteren in de wijk en die wijk ook leesbaarder voor ze maakt ('Oh, zit daar een volkstuintencomplex, nooit geweten').²¹ Ten tweede hebben bekende plekken vaak een persoonlijk betekenis voor de kijker. Zo kunnen die plekken herinneringen of ideeën oproepen. Na de vraag aan Monique Copier (66) hoe ze het vond om voor haar bekende plekken terug te zien op televisie, illustreert het gebruik van het woord familiefilmpjes het centrale karakter van vertrouwdheid.

Ja, vreemd. Want het is je eigen leefwereld die je plotseling in beeld krijgt. Dan krijgt het plotseling toch zoiets van een familiefilmpjesidee. Vindt iedereen leuk denk ik.

Ook Pamela de Vries, gevraagd naar haar favoriete filmpje²² uit drie van *U in de Wijk*-items, kiest voor een item over een plek waar ze een persoonlijke band mee heeft:

De Hoek Oog in Al, die vond ik erg leuk, omdat het voor mij zelf inderdaad ook – We wandelen er echt héél vaak, (...) Het is de connectie tussen hier, ons en mijn moeder. Want wij moeten over die Merenbrug heen om naar mijn moeder te gaan. Dus voor mij persoonlijk is dat een hele belangrijke. Omdat het herkenbaar is.

Fysieke oriëntatiepunten: item Hoek Kanaleneiland/Oog in Al

Door bekende plekken in de wijk in beeld te brengen en bewoners te vragen naar betekenis ervan, wordt de wijk persoonlijker en daarmee leesbaarder. In het item Hoek Kanaleneiland/Oog in Al worden voorbijgangers gevraagd naar hun beleving van die plek. De verhalen van de geïnterviewden roepen ook bij andere bewoners herinneringen of ideeën op. Kijkers die al bekend zijn met de plek vinden herkenning in het filmpje. Voor mensen voor wie het een onbekende plek was, wordt een nieuw oriëntatiepunt gecreëerd.

Zie: <http://www.uindewijk.nl/kanaleneiland/artikel/10>

Aan de hand van het *U in de Wijk*-item over de dierenarts²³ geeft ze aan dat de filmpjes praktische informatie kunnen geven. Ze vindt het jammer dat in het filmpje niet goed te zien was waar de dierenarts precies gevestigd is:

Wij hebben hier zelf beesten, dus dat is dan iets dat ik nou weet. Nu rijden wij helemaal naar Zeist toe omdat daar een hele goede dierenarts zit. En kijk als er nou spoed is dan weet ik van hé, direct bij mij hier om de hoek zit er eigenlijk ook een.

Bernadine Schäffer (67) uit zich kritisch over een filmpje waarin bejaarde bewoners hun gemeenschappelijke binnentuin onderhouden. Dit item had zo veel meer kunnen betekenen voor haar als was verteld waar het was opgenomen. Ze suggereert dat als in het filmpje duidelijk was gemaakt waar die tuinen zich bevinden, dit haar gevoel van vertrouwdheid en daarmee haar thuisgevoel in de wijk positief had beïnvloed.

Als ik nou precies had geweten waar het was... Dat had ik leuker gevonden. Want dan rij je daar langs en dan denk ik aan dat filmpje van: o ja, dat zijn die mensen hier bezig. Dan had ik ietsjes anders gekeken, want nu zat ik voortdurend te kijken van ehhh zie ik nog waar het is?

Veel bewoners geven aan dat het vergroten van de herkenbaarheid van fysieke plekken in de buurt, een belangrijk taak van wijktelevisie is.

Sociale oriëntatiepunten bieden: persoonlijke verhalen over 'bekende' mensen

Eerder in dit verslag introduceerden we het concept Mediapolis als een symbolische door media bemiddelde ('gemediatiseerde') ruimte waarbinnen en waardoor we mensen leren kennen die hetzelfde zijn als wij en anderen die niet zijn zoals wij. Een manier om mensen in een wijk meer met elkaar in contact te brengen, is om 'publieke figuren' van een wijk in beeld te brengen: dat zijn mensen die een min of meer zichtbare functie in de wijk vervullen. De postbode bijvoorbeeld, of de wijkagent, maar ook de bakker waar iemand geregeld komt, de caissière van de supermarkt of de man van de vuilniswagen.

Publieke personages zijn geschikt als onderwerp om een praatje over te maken, ('Vind je ook niet dat de bakker de laatste tijd..') maar lenen zich ook goed als herkenbare sociale ijkpunten in een buurt. Hoewel het allemaal 'publieke' figuren betreft, zijn sommige personages erg gezien – de bakker, bibliothecaresse, slager

21) Zie het item over de volkstuint van Gerrit Stroet: <http://www.uindewijk.nl/overvecht/artikel/1032>

22) <http://www.uindewijk.nl/kanaleneiland/artikel/10>

23) <http://www.uindewijk.nl/kanaleneiland/artikel/22>

of de dierenarts bijvoorbeeld – en andere personages ongezien – de straatveger of schoonmaker in de wijk. *U in de Wijk* heeft een item gemaakt over een straatveger in Overvecht²⁴ en de postbode in Kanaleneiland²⁵ waar veel mensen enthousiast op reageren. De 48-jarige Emilie van Heijnen zegt over het filmpje over de postbode die gedichten schrijft en die ook ten gehore brengt:

Het is natuurlijk verrassend hè, je ziet die meneer lopen en je denkt hé daar gaat een postbode, verder denk je niet verder. Maar als je dit gezien hebt ken je een beetje de mens achter de postbode he. Dus ik denk als je hier woont en je komt die meneer tegen dan heb je een beetje het idee dat je hem kent.

Sommige publieke figuren kunnen uitgroeien tot iconen in de wijk. Wijktelevisie kan dat proces bespoedigen. Iconen hebben een wervende en mobiliserende functie, ze kunnen ervoor zorgen dat meer mensen worden aangesproken in hun waardering en bereidheid om beschermend en koesterend op te treden. Menselijke iconen staan symbool voor bepaalde ideaal gevonden eigenschappen. Een voorbeeld is de manier waarop Job Cohen in de periode na de moord op Theo van Gogh de boel bij elkaar hield en bijna beschermend sprak over ‘onze’ kutmarokkanen.

4.1.3 Goede voorbeelden en een positief geluid... maar wel realistisch blijven

Volgens bewoners vergroot positief nieuws het thuisgevoel en de verdraagzaamheid van mensen. Hafida Khaled (25) geeft aan dat positieve berichtgeving over de wijk een goed gevoel geeft:

Ja, dan zou ik me toch wel juist nog lekkerder gaan voelen, denk ik.

De 71-jarige Greet Bakker vindt het belangrijk dat er meer positief nieuws over buitenlanders op tv komt, omdat dit volgens haar de verdraagzaamheid kan vergroten die ze momenteel mist onder autochtone bevolking:

Nou ik vind, als je die mensen nou eens leert begrijpen, mensen moeten ook wel wat van ons opsteken natuurlijk, een beetje de cultuur en dat soort dingen, maar dan kun je wel verdraagzamer leven met elkaar.

Zo'n goed voorbeeld laat niet alleen zien dat iets anders en beter kan, maar ook hóe iets anders en beter kan. Zo meent Nashida Akram na het zien van een *U in de Wijk*-item over een alleenstaande, werkende moslimmoeder:

24) <http://www.uindewijk.nl/overvecht/artikel/1006>

25) <http://www.uindewijk.nl/kanaleneiland/artikel/12>

En ik denk ook met de buurthuis dat hun daar aanwezig zijn, natuurlijk zij hebben de tijd, als je niet hoeft te werken. (...) Zij, deze vrouw, mag een voorbeeld voor hen zijn.

Ook het filmpje over de straatveger heeft een voorbeeldfunctie volgens Oujdia Mousson:

Hij laat ook zien van ja ik heb ook heel wat meegemaakt en ik werk. Dat is toch wat mij is achtergebleven van hem. Positief voorbeeld voor de jongeren.

Sven van der Mare zegt hetzelfde over de ouderen die samen tuinieren in het filmpje Tuin Welgelegen.

Het is ook een voorbeeld, daar kunnen anderen dan ook een voorbeeld aan nemen van ooh ja dat kunnen we ook doen met onze tuin ergens met een aantal mensen. Het is een voorbeeld.

Dit betekent echter niet dat de bewoners zitten te wachten op een ‘goed nieuws show’. Uit interviews met inwoners van Overvecht valt af te leiden dat vrijwel alle geïnterviewden benadrukken dat positief nieuws goed en belangrijk is, maar dat ook vervelende berichten verteld moeten worden: ‘Het moet niet nep worden’ aldus een 68-jarige Overvechter:

Ik denk dat ze het werkelijke beeld moeten laten horen. Anders wordt het ook niet geloofwaardig.

Dat geldt ook voor Emilie van Heijnen. Op de vraag wat voor geluid wijktelevisie volgens haar zou moeten laten horen, antwoordt ze:

Nou ik denk gewoon een reëel beeld. U in de Wijk doet denk ik nu vooral positief nieuws, en laten zien wat er gebeurt allemaal. En als tegenhanger van wat je anders in een krant leest is dat denk ik prima. Maar reëel beeld dat lijkt me de beste uitgangspositie eigenlijk.

Ook de tachtigers Anton en Anneke van Heekeren geven aan een gebalanceerde berichtgeving op prijs te stellen, waarbij ook aandacht geschonken wordt aan minder positieve gebeurtenissen. Op de vraag wat ze vooral niet willen zien op *U in de Wijk* antwoorden ze:

Al te veel halleluja. Het moet wel een beetje reëel zijn. Niet voorstellen alsof het ideaal al bereikt is. Daar zijn we nog verre van.

Een roofoverval of inbraak zoals laatst heeft plaatsgevonden bij hun burens, zouden ze dan ook niet bij voorbaat willen uitsluiten van het wijknieuws.

Nou ja, het is de waarheid, het is gewoon gebeurd.

Ahmad Moellajonov (19) uit Oezbekistan is hier heel stellig over:

Weet je, hallo, dit is televisie. Dit is U in de Wijk, je moet zien wat is écht gebeurd.

De berichtgeving moet in evenwicht zijn vindt ook Oujdia Mousson (34):

Uhm. Nou het hoeft niet per se negatief. Ja, het is, ik heb er dubbele gevoelens over. Het is niet alleen maar negatief, maar het is ook positief. Maar uh ja, ik vind het heel moeilijk.

Wanneer er negatief nieuws wordt gebracht, willen de geïnterviewden ook horen hoe problemen opgelost of aangepakt kunnen worden. Brigitte de Koning, een 42-jarige antropologe die de wijk als een juweeltje beschouwt maar zich ook bewust is van de problemen in de wijk, zegt daarover het volgende:

Het moet ook wel gaan over hoe ze de problemen aanpakken. En dat er juist een samensmelting is van de culturele 'minderheden', hoe ze dat zelf aanpakken in samenwerking met de politie of andere instanties. (...) Het mag ook wel kritisch zijn hoor, dat wel. Er mag zeker wel een onderwerp aangesproken worden over hoe pak je de harde kern aan, dat is een goede, maar dan wel oplossingsgericht. Niet een fatalistische inkijk op dingen. (...) dus opbouwende verhalen van mensen.

In de gesprekken over de items van *U in de Wijk* sprak het overgrote deel van de geïnterviewde Overvecht-bewoners zich uit voor een constructieve benadering van slecht nieuws. Wanneer negatief nieuws opbouwend wordt gebracht, kan het een bijdrage leveren aan het verbeteren van de leefbaarheid van de wijk.

Daar zou je inderdaad leuk filmpjes van kunnen maken, van hoe leuk het allemaal verwaarloosd is. Ja, zou ik wel eens willen zien. Misschien zou het helpen. (...) Om bijvoorbeeld wat snapshots te maken met de tegenstellingen hè. Van zo kan het zijn en zo is het. (Anneke van Heekeren, 82, NL)

Ja waarom niet? Dan weet je wat er precies speelt eigenlijk. Dat is dus ook wat ik probeer jou te vertellen, van gewoon ja live erop zetten en dan weet je zo worden mensen ook wakker geschud. Ja, vind ik tenminste, als ik iets schokkends zie dan denk ik oh jee dat moet ik niet doen, ik moet het zo aanpakken. (Ouidja Mousson, 34, Marokkaans-Nederlands)

Op de vraag of er ook problemen behandeld zouden moeten worden op wijktelevisie, antwoordt Anja Stik (65):

Jawel, tuurlijk moet dat gezegd worden. Maar dan moet je gaan kijken naar een positieve oplossing.

De 66-jarige Monique Copier heeft geen problemen met negatieve berichtgeving uit de wijk, zolang het maar niet zoals gewoonlijk stigmatiserend is ten opzichte van allochtonen. Ze zou bijvoorbeeld best een item willen zien over zwerfvuil: "Dat gaat namelijk niet over een bevolkingsgroep die zich misdraagt."

Constructieve verhalen vertellen, betekent volgens de geïnterviewden dat *U in de Wijk* oplossingsgericht moet zijn. Wanneer de berichtgeving bijvoorbeeld gaat over de onveiligheid in de wijk, dient de nadruk te liggen op de vraag hoe je wel veiligheid creëert. Keer het verhaal nu eens om en vertel hoe je, anders dan in andere media, een inbraak of het beroven van je portemonnee kunt voorkomen. Laat zien wat je ertegen kunt doen, is het devies van de bewoners. Zo antwoordt Laurentien Oldenkamp (77) op de vraag of een poging tot inbraak die laatst bij haar heeft plaatsgehad, gefilmd zou moeten worden:

Dat zou ik niet nodig vinden. Hooguit om te zeggen: Jongens, het heeft zin dat je beveiligd.

En de 66-jarige Monique Copier zegt over de 'bewapeningsfunctie' van wijktelevisie:

Loop niet met je handtas met je hele hebben en houden 's avonds over straat, want het wordt uit je handen gerukt. (...) Dat soort waarschuwingen.

De geïnterviewde bewoners geven nadrukkelijk aan dat ze niet zitten te wachten op items die gesprekken over criminaliteit in de wijk op gang brengen, of op uitzendingen waarin negatief nieuws centraal staat. Ze willen geen tweede Bureau Hengeveld²⁶, zoals dat door RTV Utrecht wordt gebracht. De 35-jarige Mauro Trovato zegt:

26) <http://www.rtvutrecht.nl/programmapagina/2>

Dat lees je wel in de krant en bovendien heb ik het idee dat als ik hier ben dat ik in een veilige buurt woon waar weinig aan de hand is. En als je dan daarmee doodgegooid gaat worden op de televisie, dan zal dat beeld misschien onbewust gaan veranderen, terwijl er eigenlijk... (...) ja, je ziet af en toe nog wel eens autoruiten die ingeslagen worden, maar dat zie je door de hele stad heen. Dus daar hoeft niet echt de nadruk op te liggen in tv-programma's, dat dat alleen hier gebeurt. (...) Daar zit ik niet op te wachten, op dat soort programma's.

Veel geïnterviewden hebben aan den lijve criminaliteit of overlast in Kanaleneiland ervaren. Het laatste wat de bewoners willen, is dat ook wijktelevisie ze, net als de regionale of landelijke media, confronteert met voor hen onoplosbare situaties. Ze willen juist de oplossingen voor hun problemen aangereikt zien. Dit kan volgens velen in de vorm van goede voorbeelden.

4.1.4 De eerste stap is de moeilijkste stap. Wijk tv als aanleiding tot gesprek.

De literatuur over 'thuis' leert dat lokale en wijkmedia het thuisgevoel van wijkbewoners ook nog op een andere manier kan versterken. Namelijk indirect, via het op gang brengen van gesprekken over de wijk tussen bewoners onderling en bewoners en de instituties die met de wijk verbonden zijn. Al eerder noemde we in dit verband het concept van Ball-Rokeach et al. (2001) over 'storytelling neighbourhood'. Dit is het communicatieproces in een wijk of buurt waardoor 'inwoners' transformeren tot leden van een buurt- of wijkgemeenschap.

In dit onderzoek vroegen we ons af in hoeverre *U in de Wijk* gesprekken op gang kan brengen tussen bewoners, zodat *U in de Wijk* als schakel in het stedelijke communicatieproces fungeert. Daartoe interviewden we zeven wijkbewoners uit zowel Kanaleneiland als Overvecht, die als hoofdpersoon in een item van *U in de Wijk* hadden gefungeerd. We spraken met een bibliotheekmedewerkster en een postbode in Kanaleneiland, twee welzijnsmedewerkers in Overvecht, en met een verslaafde en een straatveger. Uit onze interviews blijkt dat *U in de Wijk* gesprekken over de wijk op gang brengt, zowel tussen bewoners onderling als tussen bewoners, de geïnterviewde en lokale organisaties. Zo kreeg bewoonster Bea van Beuning veel reacties op de uitzending waarin zij als een 'betrokken buurtbewoonster' werd geportretteerd.

Ik heb er stikleuke reacties op gehad. (...) Ik kwam op de klaverjas, en daar waren een stuk of zeven mensen die hadden me gezien. En ik liep buiten en ik kom twee moslima's tegen, jong nog. (...) En die ene zegt: ik heb u op tv gezien. Ik zeg: Ja? Vond je het leuk? Ja, zei ze, ik vond het heel leuk.

Ook Arnout Kamerlink, postbode in Kanaleneiland, kreeg veel reacties van buurtbewoners op het filmpje waarin hij een eigen gedicht voordroeg:

Ook van Marokkaanse jongeren uit de buurt en jongeren uit de buurt en mensen en andere mensen die zeiden ik heb je gezien. Vrij veel zelfs. Ze vonden het hartstikke leuk.

Emilie van Heijnen, medewerkster van de bibliotheek in Kanaleneiland, kreeg aan de balie van zo'n 25 bewoners een reactie op een uitzending over een tentoonstelling in de bibliotheek. Ze was zelf ook nog even in beeld.

En dan zeggen mensen 'ik heb het gezien', of 'de bieb was op televisie'. Ik denk wel een stuk of 25 of zo. Ze reageerden eigenlijk allemaal wel positief. Mensen vinden het volgens mij leuk als ze iets uit hun eigen wijk op de televisie zien.

Ook over andere uitzendingen van *U in de Wijk* praat ze wel eens met klanten:

Ik weet niet hoe we erop kwamen, door een boek of zo. Maar zij begon van 'nou ik heb die dierenarts van mij op de televisie gezien'. Ja, zo een beetje via een omweggetje.

In Overvecht kreeg Oujdia Mousson enkel positieve reacties op haar bijdrage aan een item van *U in de Wijk*:

Ja, nou ja het was zóó leuk en spannend en goed gedaan. Ja, zulke reacties kreeg ik natuurlijk. Ja, het was wel leuk om te horen eerlijk gezegd.

Uit onze interviews komt naar voren dat lokale (wijk) televisie het gemakkelijker maakt om een praatje met iemand uit de wijk te beginnen. Verschillende wijkbewoners zeggen hierover:

Dan begrijp je eindelijk eens hoe die mensen leven, eten, werken en doen. Dan kun je een beetje praten. Dat is hartstikke leuk. (Anja Stik, 65)

Het contact onderling tussen die verschillende bewoners wat meer tot stand brengen. De afstand wat kleiner maken tussen de verschillende culturen. (...) Ik bedoel het gaat erom dat mensen in zo'n filmpje goed zouden moeten worden voorgesteld zodat je de interesse krijgt om die mensen beter te leren kennen. Dat je denkt van 'goh wat leuk dat ook zo iemand in de buurt woont'. (Thomas van Tocht, 38)

Het is makkelijker om om te gaan met andere mensen als je al wat van ze weet. Hoe beter ik jou ken, bijvoorbeeld hoe beter ik met jou om kan gaan bijvoorbeeld. (...) Dan kan ik makkelijker met jou kletsen. (Sef Senna, 37)

Op de vraag of wijktelevisie het contact tussen bewoners kan bevorderen, antwoordt Arlette Muis-Schommelen (88) dat *U in de Wijk* dat kan doen door het onderlinge wantrouwen weg te nemen:

Vaak zijn de mensen heel gesloten hè, zo wantrouwend. Stug, wantrouwend zijn ze gauw. Dat er iets gaat gebeuren. Iedereen is bang voor inbrekers.

Wanneer we deze ervaringen koppelen aan de literatuur over 'storytelling neighbourhood', dan kunnen we concluderen dat *U in de Wijk* inderdaad een schakel kan vormen in de keten die gesprekken over de wijk op gang brengt en verspreidt. Zo vertelde Hanneke Denenkamp:

Gluren bij de Buren. Zo'n programma. Hoe wonen jouw burens, zou je toch wel eens willen zien (lacht), weet je wel? Ja, zeker in een stad hè. Zou dan misschien wel meehelpen. Dat mensen wat dichterbij elkaar komen.

Door het verhalend vermogen van lokale wijkmedia optimaal te benutten wordt de herkenbaarheid van plekken en bewoners in de buurt vergroot. Bovendien 'leeft' de buurt meer voor de bewoners als er veel over gesproken wordt. Het verlaagt de drempel tot een praatje met elkaar. Dat lijkt van geringe betekenis, maar veel mensen hebben geen idee hoe ze een praatje kunnen aanknopen met hun burens. Als wijktelevisie aanleiding biedt om een andere bewoner aan te spreken, dan wordt het voor bewoners gemakkelijker om een tweede keer ergens anders een gesprek over te beginnen. De eerste stap is immers de moeilijkste stap om te zetten. Dergelijke gesprekken zullen naar verwachting op de lange termijn een positieve bijdrage leveren aan het thuisgevoel van wijkbewoners.

4.1.5 Wijk-tv als praktisch hulpmiddel

Wijktelevisie leent zich volgens de bewoners ook goed voor zogenaamde serviceberichten. Zo is Anneke van Heekeren te spreken over het filmpje over LETS (LETS staat voor Local Exchange & Trade System, een onderling ruilsysteem van goederen en diensten), maar vindt ze het jammer dat praktische informatie ontbreekt:

Ik vind het een heel leuk idee, maar er staat nou weer niet bij wie het is en waar je je aan kan melden en waar je zo'n boekje kan krijgen en lid van kan worden.

Ook Anja Stik wil meer praktische informatie uit *U in de Wijk* halen. Zij zou na het zien van het item over Marokkaans ontbijten best zelf Marokkaanse pannenkoekjes willen maken:

Nou ze heeft dat wel gemaakt, maar ja, had ze 't over balletjes en dingetjes. Ik denk, nou laat zien hoe je dat maakt dan. Dat heb ik dan gemist eigenlijk.

Arnout Kamerlink, die nauw betrokken is bij het buurthuis, zou het leuk vinden als het buurthuis eens in the picture komt, hoe mensen daar zelf geld kunnen aanvragen voor bepaalde wijkactiviteiten en voorzieningen. Nu weten veel mensen niet van het bestaan van dergelijke potjes af en weten ze niet hoe ze daar aanspraak op kunnen maken.

Ik zou het leuk vinden als op een gegeven moment de mogelijkheden van het buurthuis werden aangekaart. Op dit moment worden er geen cursussen meer gegeven, maar wat je wel zou kunnen doen, is een voorstel doen om daar geld voor te krijgen. Ik denk dat het heel goed zou zijn als dat dan eens op tv zou komen. Dan weten mensen dat dat kan. Nu weten mensen waarschijnlijk niet dat dat kan, dus komt dat niet los.

Wanneer beter bekend is waar en wanneer bepaalde activiteiten plaatsvinden, komen er meer mensen op af. Zo is ook het idee van Sven van der Mare:

Informeer mensen daar over, en waar ze naartoe kunnen. Ook activiteiten die geweest zijn. Goh er is een of ander festival geweest, prima, film dat. En kondig het ook aan, dat mensen weten dat het er is, op tijd en waar het dan is. (...) Dat is informatie. En ook, dat is een bindmiddel.

Over deze agendafunctie van wijktelevisie zegt Thomas van Tocht dat het niet alleen gaat om een verslag van evenementen achteraf, maar juist over het aankondigen van activiteiten:

Juist, volgens mij, mensen motiveren om samen dingen te doen en samen ergens naar toe te gaan.

4.2 Waardering van *U in de Wijk* door bewoners

Sinds 15 september 2009 zijn de filmpjes van *U in de Wijk* ieder week te zien op UStad Utrecht. Hiermee werd wijktelevisie in Kanaleneiland en Overvecht een feit. Om uitspraken te kunnen doen over de betekenis van wijk-tv voor de bewoners van deze wijken is het zowel relevant om te begrijpen welke (mogelijke) functies en betekenissen zij toe-schrijven aan *U in de Wijk* als om te weten op welke manier zij *U in de Wijk* in zijn huidige opzet waarderen.

De voornaamste kritiek van de wijkbewoners op de huidige landelijke media is dat de wijk te vaak negatief in het nieuws komt. De nadruk ligt volgens hen te veel op het problematisch karakter van de wijken. Uit de diepte-interviews bleek al eerder dat mensen uit Overvecht en Kanaleneiland menen dat *U in de Wijk* deze negatieve nieuwstendens kan doorbreken door constructieve verhalen aan te bieden, die (overwegend) oplossingsgericht zijn. Tijdens de semi-diepte-interviews bevestigden de bewoners uit Overvecht dat het programma deze functie ook daadwerkelijk vervuld. Ze onderschrijven het belang van probleemoplossende verhalen en berichten die opbouwend en met een positieve draai gepresenteerd worden. Een overval of inbraak moet bijvoorbeeld wel getoond worden op de wijktelevisie, maar dient gepaard te gaan met adviezen waarmee wijkbewoners zich in de toekomst kunnen beveiligen tegen dergelijke voorvallen.

Zoals uit de diepte-interviews met de bewoners van Kanaleneiland en Overvecht al bleek, kan wijktelevisie fungeren als fysiek oriëntatiepunt. Herkenbare plekken vertegenwoordigen een extra waarde omdat ze gevoelens en herinneringen bij de bewoners kunnen oproepen. Om dit te bewerkstelligen is het van belang dat de kijker bij ieder filmpje precies weet waar het item zich afspeelt. Uit de waarderingsinterviews met bewoners uit Overvecht blijkt dat dit in de huidige items van *U in de Wijk* onvoldoende gebeurt. Vanuit deze bewoners komt het verzoek om meer omgevingsbeelden en een meer exacte lokalisatie van het item, zodat kinderen bijvoorbeeld zelf naar het nieuwe Cruyffcourt-voetbalveldje²⁷ kunnen.

Behalve fysieke oriëntatiepunten willen de geïnterviewden ook meer bewoners aan het woord zien in de items. Niet de journalist, de plaatselijke beroemdheid of de autoriteit moet de boventoon voeren, maar juist de mensen uit de wijk. Bewoners willen mensen zien en horen. Ze vinden het item spannender worden als er meer dan één perspectief wordt getoond in de items. Het item over woonwageneigenaren geeft bijvoorbeeld een interessante kijk over de 'heg', maar had aan diepgang en spanning gewonnen als meer dan één woonwageneigenaar geïnterviewd was. Wanneer meer mensen aan het woord komen, geven de filmpjes een reëler beeld, vinden de wijkbewoners.

U in de Wijk kan alleen een functie hebben als het ook daadwerkelijk bekeken wordt. Uit de semi-diepte-interviews bleek dat 10 van de 24 willekeurig geïnterviewden het programma nog nooit heeft gezien. Dit is niet uit onwil: veel bewoners gaven aan niet te weten waar en op welk tijdstip het programma te zien is. Kenmerkend is de opmerking van een bewoner van Overvecht: "Het lokale nieuws daar zit je vaak te

lang op te wachten (...) voordat dat voorbij komt en het zit er niet zo ingebakken dat ik weet op dat tijdstip komt het dus dan moet ik even omschakelen ofzo." De bewoners onderstreepten zelf al het belang om meer reclame te maken voor het programma.

Op de kwaliteit van de filmpjes reageerden de bewoners wisselend. Het merendeel van de geïnterviewden accepteert dat *U in de Wijk* niet te vergelijken is met een productie van de NOS, maar verwacht echter wel enige professionaliteit van de makers. Ze willen de realiteit en geen mooimakerij. Ze willen meerdere (soorten) bronnen en verschillende perspectieven horen. Daarnaast willen de bewoners dat relevante problemen uit de wijk op een oplossingsgerichte manier gepresenteerd worden. De bewoners waarderen de huidige filmpjes als een interessante inkijk en als een goed voorbeeld. Met inachtneming van bovenstaande punten kan deze waardering voor *U in de Wijk* alleen nog maar verder groeien.

4.3 Conclusie: de betekenis van *U in de Wijk* volgens bewoners

In dit hoofdstuk is onderzocht welke functie en waardering het programma *U in de Wijk* geniet bij de bewoners in de Utrechtse wijken Kanaleneiland en Overvecht. Aan de hand van de bovenstaande resultaten en bevindingen kan nu geconcludeerd worden op welke manier *U in de Wijk* van betekenis is of kan zijn voor deze bewoners.

Functie wijktelevisie: leesbaarheid → voorspelbaarheid → vertrouwen → thuisgevoel

Het is juist op het punt van 'thuisgevoel' dat wijktelevisie kan excelleren. Mensen voelen zich pas thuis in de wijk als deze hen vertrouwd is. Een vereiste voor vertrouwen is voorspelbaarheid. Wijktelevisie kan de voorspelbaarheid vergroten door de wijk en zijn bewoners leesbaar te maken. Deze stappen zullen hieronder nogmaals kort toegelicht worden.

►► Leesbaarheid

Gevoelens van ontheemdheid worden ondermeer gecreëerd doordat de buurt en z'n bewoners al dan niet geleidelijk 'onleesbaar' worden. Mensen begrijpen niet waarom hun burens positief reageren op een uitnodiging om op de thee te komen en toch niet langskomen. Omgekeerd reageren andere bewoners verwonderd als hun burens zich ergeren aan hun schoenen die voor de deur worden uitgedaan. Of mensen zich thuis gaan voelen of niet, wordt ondermeer bepaald door de mate van 'leesbaarheid' van de wijk. Dit betekent dat mensen in staat moeten zijn om de gewoonten en gebruiken van anderen te duiden. Uit de interviews met bewoners van Kanaleneiland en Overvecht bleek dat deze leesbaarheid twee kanten op werkt: men wil niet alleen

27) <http://www.uindewijk.nl/overvecht/artikel/1067>

'de ander' leren kennen, maar wil juist ook graag zelf gehoord en begrepen worden. Mensen willen met hun eigen mores op televisie én willen leren over anderen. Ze willen 'lezen en gelezen worden'.

►► Voorspelbaarheid

Door over elkaar te leren, raken wijkbewoners meer bekend met elkaar, wat tot gevolg heeft dat de voorspelbaarheid van de wijk toeneemt. Immers, mensen weten dan beter wat ze van elkaar kunnen verwachten. Moet je bang zijn van honden (zoals in Turkije of Marokko) of niet, zoals meestal in Nederland. Als iemand jou niet groet op straat, is dat dan omdat hij jou niet mag, of omdat hij dat niet mag? *U in de Wijk* kan het menselijke en persoonlijke achter het collectieve vooroordeel laten zien. Het kan een gezicht geven aan gestigmatiseerde groepen zoals hoofddoekte meisjes, daklozen, verslaafden en Marokkaanse jongens, en op die manier angst voor of onbegrip jegens deze mensen wegnemen. Een voorbeeld zijn de (allochtone) jongeren die bij het winkelcentrum rondhangen. Wanneer de lokale televisie in staat is om aan te tonen dat deze jongeren zich daar niet ophouden om overlast te veroorzaken maar enkel omdat ze zich vervelen, dan worden de jongeren voorspelbaar en raken buurtbewoners er mee vertrouwd. Medebewoners begrijpen de motieven van de jongeren beter, en snappen vervolgens ook dat ze niet bang hoeven te zijn. Voorspelbaarheid lijkt een goede wegbereider voor vertrouwdheid.

►► Vertrouwdheid en vertrouwen

Uit de interviews met bewoners blijkt dat wijktelevisie op meerdere manieren kan bijdragen aan vertrouwdheid met elkaar en de wijk. Wanneer wijktelevisie bekende plekken en publieke figuren uit de wijk in beeld brengt, voelen mensen zich meer aangesproken en betrokken bij de buurt. Het is daarom van groot belang dat bij ieder item op de hyperlokale televisie duidelijk wordt over wie of wat de uitzending verhaalt en waar het item zich afspeelt. Buurtbewoners kunnen de filmpjes zo letterlijk 'plaatsen' en vertrouwd raken met de personen en plekken uit de eigen omgeving. De items op televisie leiden ook tot wijkcommunicatie. Ze vormen een aanleiding voor buurtbewoners om elkaar aan te spreken ('Ik heb u op tv gezien') en de items kunnen onderwerp van gesprek zijn in een praatje ('Heb je het filmpje over de dierenarts gezien?'). Dergelijke items versterken een gemeenschappelijk sociaal referentiekader voor de buurt.

Bovendien kan de televisie als platform dienen voor goede voorbeelden en positieve geluiden uit de wijk. Zo kan de voorspelbaarheid en daarmee het vertrouwen in de onbekende 'ander' toenemen. Als Marokkaanse jongens met hun capuchon diep over hun gezicht getrokken op een bankje zitten, moet je dan bang worden en er met een boog omheen lopen, of kun je met die jongens een praatje maken en ze vragen of ze zin hebben om je auto te wassen tegen 5 euro? Om dit vertrouwen

ook daadwerkelijk te genieten dient wijktelevisie niet louter positieve verhalen te produceren, maar moet het voorvallen uit de wijk op een realistische manier in beeld brengen, opdat de bewoners ook daadwerkelijk hún wijk erin herkennen.

►► Thuisgevoel

Door wijktelevisie gegenereerde vormen van vertrouwen in de wijk, kunnen uiteindelijk leiden tot het vergroten van het thuisgevoel van wijkbewoners. Immers, het gevoel ergens thuis te horen ontstaat het best op een plek waar mensen gelijkgestemden om zich heen vinden. Wanneer wijktelevisie in staat is om buurtbewoners leesbaarder en daarmee voorspelbaarder te maken zal de vertrouwdheid met elkaars gewoontes en hebbelikheden toenemen.

Wensen van de bewoners

De bewoners van Kanaleneiland en Overvecht zijn enthousiast over het initiatief van een televisieprogramma over hun wijk. Het schort echter nog aan bekendheid in de wijk. Een aantal bewoners reageerde zelfs verbolgen over het feit dat ze niets afwisten van het project in hun eigen buurt en dat terwijl 'ze er al tientallen jaren wonen'! De eerste stap voor *U in de Wijk* is daarom om meer bekendheid te genereren en duidelijk de uitzendtijden en de website te communiceren naar de buurtbewoners.

Bewoners geven aan van *U in de Wijk* niet dezelfde technische kwaliteit te verwachten als van bijvoorbeeld de NOS, maar ze verwachten wel inhoudelijke kwaliteit. Ze waarderen goed vertelde verhalen. De inbreng van professionals is daarom erg belangrijk om verhalen goed te leren vertellen. De informatie in de items dient verder relevant te zijn. Zo willen bewoners meer verhalen die laten zien hoe je kunt bijdragen aan een betere wijk. Ook willen ze zinvolle verhalen die hoop en perspectief bieden. Dus niet 'vroeger was het beter'. Daarnaast mag *U in de Wijk* van hen op een kritische wijze kleine en grote misstanden aan de kaak stellen.

De geïnterviewde bewoners willen graag alle bevolkingsgroepen terugzien op televisie. Het is voor de wijkjournalisten van *U in de Wijk* lastig om iedereen in beeld te brengen. Sommige bewoners willen zelf niet in beeld uit angst voor negatieve reacties, maar ook omdat ze denken niets belangrijks te vertellen te hebben.

5. Wijkjournalistiek: gewoon hetzelfde of gewoon anders?

De afgelopen jaren zijn verschillende initiatieven genomen op het gebied van burgerparticipatie en (hyper)lokale journalistiek. Wijkjournalistieke projecten kennen een korte looptijd. Mediaorganisaties beginnen eraan omdat ze willen vernieuwen, of omdat ze - gezien de huidige technologische ontwikkelingen - 'wel moeten', of omdat ze op een goedkope manier content willen verzamelen. Voorbeelden zijn te vinden bij Omroep Gelderland met Studio Geitenkamp en de projecten Boschveld 55 en Stads-vj's van Omroep Brabant. Al deze projecten startten met veel geloof en enthousiasme, maar steeds overheerste uiteindelijk de teleurstelling over de opbrengst. Vervolgens sterven ze vaak na twee of drie jaar een stille dood. Een tekenend voorbeeld is Dorpspleinen van de regionale Twentsche Courant Tubantia.

In 2006 start Tubantia met Dorpspleinen, een website waarop burgers nieuws over hun omgeving kunnen plaatsen. Volgens de initiatiefnemers is het een enorm succes: mensen willen maar wat graag nieuws lezen en maken over hun dorp en wijk. Dat blijkt ook uit de vierhonderd items per week, 12.500 geregistreerde 'burgerjournalisten' en 200.000 unieke bezoekers per maand (Dirks, 2009).

Een kleine vier jaar later is Tubantia niet meer zo positief. De mensen die eerst heilig geloofden in het succes van de site zijn nu teleurgesteld en gefrustreerd. Volgens de manager burgerjournalistiek van Tubantia is de hype burgerjournalistiek voorbij:

Mensen hebben drie jaar even mogen ruiken aan het vak, journalistje mogen spelen en ervaren dat een nieuwtje dat je buurman je vertelt, je tante, de gemeentebestuurder of de voetbaltrainer wezenlijk anders is dan het vakkundig doortimmerde en betrouwbare verhaal van de journalist die je ook meldt wat er niet wordt verteld. Het nieuwtje van de burgerjournalistiek is eraf. De hype is voorbij. (Berkhout, 2009)

Uiteindelijk leverde de site niet op wat ervan werd verwacht en een paar maanden later werd het project opgeheven. Waarom gebeurt dit? Wat verklaart de stormachtige dynamiek van deze innovatieve journalistieke initiatieven?

Recent onderzoek wijst op de verschillende en soms tegengestelde belangen en verwachtingen die spelen bij mediaprofessionals en burgerjournalisten. Mediaprofessionals beschouwen burgerjournalistiek dikwijls als een manier om goedkope content te krijgen. Tegelijkertijd verwachten ze dat deze content voldoet

aan vergelijkbare kwaliteitseisen als traditionele journalistiek (Paulussen et al., 2007; Costera Meijer et al., 2009). Burgerjournalisten kunnen of willen hier niet altijd aan voldoen, omdat zij naast journalistieke motieven ook persoonlijke doelen nastreven zoals contacten opdoen of iets doen voor de wijk (Hermes, 2006; Costera Meijer, 2009). Daarnaast laat nationaal en internationaal onderzoek zien dat mediaprofessionals wijkjournalistiek en burgerparticipatie zelden serieus nemen (Paulussen et al., 2007; Domingo et al., 2008; Lewis et al., 2010). Hierdoor ontstaat een grote kans op wederzijdse teleurstelling, wat vervolgens leidt tot een vroege beëindiging van de zo enthousiast gestarte initiatieven.

De vraag is of *U in de Wijk* eenzelfde risico loopt als eerdere burgerjournalistieke projecten. Wat zijn factoren voor het succes of het mogelijk mislukken van *U in de Wijk*? Deze vraag beantwoorden we door in kaart te brengen welke functies *U in de Wijk* vervult voor mediaprofessionals en voor burgerjournalisten. Het doel is inzicht te krijgen in de overeenkomsten en verschillen tussen mediaprofessionals en burgerjournalisten. Wat zijn hun onderliggende motieven, normen en routines, en hoe kunnen die bijdragen aan het slagen of falen van het project?

Verhalen maken de wijk

Een 'urban legend' kan erg bepalend zijn voor de identiteit van een wijk en een (onterecht) negatief stigma plaatsen.

Een voorbeeld dat door een wijkjournalist wordt genoemd is hoe er in de media en door mensen van buiten Overvecht vaak wordt gesproken over hoe onveilig Overvecht 's avonds is, en hoe áltijd het voorbeeld wordt aangehaald dat er 'laatst nog iemand is vermoord'. Deze ene moord, door een Utrechtse crimineel op proefverlof, vond echter vier en een half jaar geleden plaats en gebeurde midden in de zomer om zeven uur 's morgens.

5.1 Methode en aanpak

De vraag die in dit hoofdstuk centraal staat is:

- Welke factoren spelen een rol bij het succes of het mogelijk mislukken van *U in de Wijk*?

Vervolgens zijn een aantal deelvragen geformuleerd:

- Wat is wijkjournalistiek momenteel en wat kan het zijn?
- Verschillen de motieven, verwachtingen en doelen van professionals en wijkjournalisten?
- Waarin verschillen de wijkjournalisten onderling en wat voor gevolg heeft dit voor de items die ze maken?
- Wat zijn problemen waar professionals en wijkjournalisten tegenaan lopen?

Om tot een antwoord te komen zijn 17 diepte-interviews gehouden met vrijwel alle betrokkenen bij *U in de Wijk*. Daarbij is onderscheid gemaakt tussen wijkjournalisten en professionals. Wijkjournalisten zijn de vrijwilligers die de items voor *U in de Wijk* maken. Bijna allemaal wonen zij zelf in de wijk. 'Professionals' zijn de mensen die werken voor de initiatiefnemende organisaties Mitros en RTV Utrecht en de professionele begeleiders van de wijkjournalisten. In totaal zijn negen wijkjournalisten en acht professionals geïnterviewd. De geïnterviewde wijkjournalisten zijn erg divers in achtergrond en kenmerken. Hun leeftijden variëren van 25 tot 80 jaar, ze zijn zowel hoog- als laag opgeleid en verschillen in culturele achtergrond.

In de interviews lag de nadruk op de motieven, verwachtingen en doelen van betrokkenen en op obstakels waar ze tegen aanliepen of verwachtten op termijn tegen aan te lopen. Daarnaast is aandacht besteed aan hun verhouding tot de wijk, tot regionale en lokale media en tot journalistieke routines. Alle interviews duurden één tot anderhalf uur en zijn opgenomen, getranscribeerd en vervolgens geanalyseerd.

5.2 Wijkjournalistiek als vorm van lokale journalistiek

(Burger)journalistiek op wijkniveau blijkt door veel professionals te worden beschouwd als een vorm van kleinschalige journalistiek. Wijkjournalistiek zou 'gewone' journalistiek zijn maar dan op wijkniveau. Het is 'gewoon hetzelfde' en als het dat niet is, gebeurt er iets niet goed. In deze benadering wordt wijkjournalistiek beoefend door regionale en landelijke journalisten. Al geruime tijd zijn zogenaamde 'probleemwijken' relatief populair onder deze groep. Anders dan in gewone wijken 'gebeurt daar tenminste wat'. Landelijke mediaorganisaties laten wijkjournalistiek soms beoefenen door journalisten of stagiaires die een tijdje in de wijk wonen, om zo te ervaren hoe het er in de wijk aan toe gaat. Een redacteur van NOVA stelt naar aanleiding van een serie over een probleemwijk:

Een probleemwijk, als je daar een week gaat zitten, je loopt een week mee, en je schiet heel veel materiaal... Aan het einde van de week móet je weten wat zich daar afspeelt. Dat kan niet anders.

Dit is ook de manier waarop Omroep Brabant het project Boschveld 55 aanpakte, een project dat twee maal drie maanden heeft gelopen²⁸. In beide periodes woonden vier journalistiekstudenten in de achterstandswijk Boschveld (Den Bosch), om zo vanuit het hart van de wijk nieuws te maken. Uiteindelijk bleek het format volgens de initiatiefnemer en begeleider niet helemaal te werken: de verhalen die het opleverde waren wel 'heel erg human interest' en weinig 'echt nieuws'.

Omroep Brabant is op regionaal gebied een voorloper in het maken van crossmediale journalistiek op wijkniveau. Zo startte de omroep een project met zogenaamde stads-vj's. Brabant is een grote regio met meerdere stedelijke kernen. Om meer op deze locaties gericht nieuws te verzamelen, werden zes jonge mensen uit zes verschillende plaatsen in Noord-Brabant opgeleid tot camjo'er. Er werd veel tijd en geld in de training en begeleiding gestoken en het doel was duidelijk: er moesten frisse items worden gemaakt die de gevestigde journalisten niet geacht werden te maken. Een van de initiatiefnemers van het project stelt:

Het zijn over het algemeen redelijk jonge honden die nog een redelijk vrije blik hebben en dat levert interessante content op, die we normaal gesproken niet zo snel maken. (...) Zelfs de tweede helft twintigers die bij ons in dienst zijn, zijn al dermate oud en geïnstitutionaliseerd eigenlijk dat ze niet meer die leuke frisse spontane originele items maken, die die stads-vj's over het algemeen nog wel maken.

Deze filmpjes kwamen er. Op de landelijke scholingsdagen van ROOS in 2007 en 2008 werd er enthousiast over bericht. Niettemin ontstond er wrijving tussen de stads-vj's en de professionals omdat de items volgens de laatste niet voldeden aan de ideeën over 'journalistieke kwaliteit'. Een betrokken redacteur vertelt:

Op een gegeven moment ging je het op de redactie ook merken: oh mijn god daar is weer een vj-item. Kenmerkend daarvoor is dat het slecht van kwaliteit was en nergens over ging. En dat ging bijna een beetje tegen ze werken. Ze moeten echt leren wat professioneler te worden.

28) Het project Boschveld 55 is een poging een wijkgerichte benadering te combineren met interculturele journalistiek. De journalistieke formule zou een mix van participerende journalistiek, civiele journalistiek en misschien hier en daar ook nog een vleugje burgerjournalistiek in een multiculturele context genoemd kunnen worden. Het door de provincie Noord-Brabant gesubsidieerde project is een initiatief van Mira Media, Omroep Brabant, Palet en Fontys Hogeschool Journalistiek. Aldus Huub Evers in zijn blog <http://www.denieuwereporter.nl/2008/06/boschveld-55-een-concept-met-toekomst/> op 16-06-2008

Stads-vj's

Op 13-04-2010 zijn er van de oorspronkelijk zes stads-vj's nog twee over. Het laatste filmpje dateert van 22 februari en de laatste zes maanden verschenen slechts tien filmpjes. Opvallend is dat de stads-vj's oorspronkelijk werden ingezet om te berichten vanuit hun omgeving. Zo waren de vj's specifiek gestationeerd in de grote steden van Noord Brabant. De filmpjes die het afgelopen half jaar gemaakt zijn, zijn afkomstig uit zeven verschillende plaatsen. Het lijkt er op dat de stads-vj's niet langer worden ingezet om op een originele manier te berichten vanuit hun stad, maar om ingebed in de organisatie op een goedkope manier content te leveren.

Professionele journalisten blijken slecht in staat om waardering op te brengen voor niet-professionele journalisten en in de wijk woonachtige studenten Journalistiek. Redacteuren nemen de berichtgeving vaak niet serieus en zien het als inferieur aan 'echte journalistiek'. Een veel gehoord commentaar is 'het leverde toch niet op wat we hadden gehoopt' (Costera Meijer et al., 2009). Het belangrijkste obstakel lijkt de sceptische houding van journalisten en redacteuren: journalisten hebben moeite om met burgers samen te werken, omdat het onverenigbaar zou zijn met hun werkrouines en opvattingen over professionaliteit (Paulussen et al., 2007; Domingo et al., 2008; Lewis et al., 2010). Veel mediaprofessionals zijn huiverig om het voorheen gesloten journalistieke proces open te stellen voor 'leken' (O'Sullivan & Heinonen, 2008) en maken zich ernstig zorgen over kwesties als kwaliteit, relevantie en betrouwbaarheid (Hermida & Thurman, 2008).

Wijkjournalistiek is blijkbaar gevangen in een tragisch dilemma: het heeft als opdracht om anders te zijn, maar zodra het afwijkt van het normale blijken professionele redacteuren het moeilijk te vinden om wijkjournalistiek op waarde te schatten (vgl. Paulussen & Ugille, 2008). Omgekeerd lijken de wijkjournalisten of burgerjournalisten op den duur af te zien van deelname als van hen dezelfde berichtgeving wordt verwacht als van professionals, met als gevolg dat projecten op den duur niet worden doorgezet. De vraag is of er een uitweg bestaat uit dit dilemma waarbij professionals en burgerjournalisten verschillen qua doelstellingen en verwachtingen. Kan er naar wijkjournalistiek worden gekeken op een wijze die recht doet aan het bijzondere karakter ervan?

5.3 Wijkjournalistiek als een vorm van community journalism

Eerder in het verslag citeerden we een journalist van NOVA die stelde dat een week verblijven in een wijk voldoende moest zijn om een goed verhaal over die wijk te kunnen vertellen. Hoewel de journalistieke professionals er uiteindelijk toe neigen om wijkjournalistiek met dezelfde maten te meten als de 'gewone' journalistiek, stelt de oprichter van het al tien jaar oude Cineac Rotterdam, dat wijktelevisie maakt voor en door Rotterdammers:

Laatst kwam er een journalist van het AD een week in de wijk wonen om het wijkgevoel op te snuiven en daarover te rapporteren. Weet je hoe beledigend dit is? Ik woon hier al mijn hele leven, zo iets kun je niet in een weekje ervaren.

Door wijkjournalistiek niet te benaderen als een 'gewone', hyperlokale vorm van journalistiek, maar – in de anglo-saksische traditie van 'community journalism' – op te vatten als 'anders'²⁹, opent zich een nieuw perspectief.

Volgens Jock Lauterer (2006), auteur van het boek *Community Journalism: A Personal Approach*, is het "de gebruikelijke misvatting dat wijkjournalistiek – hij gebruikt de term *community journalism* – een kleine versie is van de lokale journalistiek". Hij stelt: "We zijn niet beter, gewoon anders. Het verschil is zo fundamenteel, dat we een ander ras zouden kunnen zijn" (Lauterer, 2006, p. xiv). *Community journalism* is een vorm van journalistiek die evenals lokale journalistiek een specifieke (kleine) geografische locatie bedient, zoals steden en wijken, maar zich nadrukkelijk qua benadering en doelstelling afzet tegen de reguliere journalistiek. Als reden voor het ontstaan ervan wordt aangevoerd dat de 'grote stad journalistiek' niet langer voldoet als verhalenverteller van kleinere gemeenschappen.

Community journalism onderscheidt zich ten opzichte van een conventionele journalistieke benadering door de bijzondere manier waarop verhalen worden verteld. Lowrey en collega's (2008) sommen een aantal karakteristieken op. Volgens hen is *community journalism* 'intiem, zorgzaam en persoonlijk' en 'reflecteert het op de gemeenschap en vertelt het de verhalen van de gemeenschap'. *Community journalism* wordt omschreven als 'een lopend verhaal over de gemeenschap', verteld met de stemmen en vanuit de perspectieven van die gemeenschap, als 'toegankelijk' en als genre 'waar journalisten oprecht geven om hun publiek' (p.276). Lowrey e.a. onderscheiden twee functies van *community journalism*:

29) Wij laten deze term voorlopig onvertaald, omdat woorden als 'gemeenschapsjournalistiek' in het Nederlands andere associaties oproepen.

Community journalism would (a) reveal, or make individuals aware of, spaces, institutions, resources, events, and ideas that may be shared, and encourage such sharing and (b) facilitate the process of negotiating and making meaning about community. (Lowrey et al., 2008, p. 288)

Bij conventionele media staat de journalistieke kwaliteit voorop, maar bij community journalism is dat op zichzelf beschouwd geen relevante dimensie: daar staat het faciliteren van het proces van betekenis geven aan de gemeenschap op de eerste plaats. Volgens Lowrey en collega's zijn bij community journalism twee onderling samenhangende doelstellingen relevant: 'luisteren en leiden' (listening en leading) en 'diversiteit en sociale samenhang' (social pluralism en social cohesion). Dat betekent dat niet journalistieke kwaliteit, maar de kwaliteit van de gemeenschap bovenaan staat.

Praten over wijkjournalistiek als 'lokale journalistiek' of als 'community journalism' levert twee verschillende beoordelingskaders op voor wat telt als goede journalistiek of als goede verhalen. Beide interpretatiekaders gebruiken een eigen logica die het 'afwijkende' karakter of juist de overeenkomsten met het normale benadrukt. Waar bij lokale journalistiek de journalistiek als apart genre centraal staat, is bij community journalism de gemeenschap het meest belangrijk. De vraag is hoe *U in de Wijk* zich verhoudt tot deze twee kaders. Hoe zien de betrokkenen zichzelf, hun werkzaamheden en de rol van anderen?

5.4 Hoe werkt *U in de Wijk*?

Voor de professionals van *U in de Wijk* vormt de, naar conventionele criteria, ondermaatse berichtgeving over de wijken de reden om wijktv te faciliteren.

Geert Voskamp, producent RTV Utrecht:

Je ziet zeker dat landelijke media, die komen überhaupt pas ergens naar toe als er problemen zijn. Dat is het nadeel van nieuws, nieuws is: er is iets aan de hand dus je komt er op af. En hoe verder je van een bepaalde locatie af zit, hoe minder snel je daarop af komt. Dus hoe groter problemen moeten zijn voor je erop af komt. En die dingen selecteren elkaar uit. 'Hee jongen er zijn straatverboden, er zijn berovingen en spanningen'. Dus zeg maar de andere verhalen worden niet verteld.

De burgerjournalisten snappen niet waarom de reguliere media zo op de negatieve aspecten van de wijk belust zijn. Het gevolg is immers, zoals uit hoofdstuk 2 en 3 bleek, dat de media een eigen dynamiek in de wijk genereren. Dat betekent dat ze niet uitsluitend verslag doen van wat er gebeurt in de wijk, maar zelf onderdeel gaan vormen van de gebeurtenissen in de wijk. Een wijkjournalist legt uit hoe

de berichtgeving door landelijke media zelf een probleem creëert in de wijk. Wijkjournalist Reshma Dewkalie (29, projectleider) vertelt:

Er werd met stenen gegooid, die jongens stonden daar en die kregen aandacht. En hij vroeg alleen maar van: "Waarom doe je dat nou?". Als iemand tegen mij zou zeggen "Waarom doe je dat nou?" dan word ik ook tegendraads. Dan ga ik ook zeggen: "Waarom film je me nou?". Dat is geen tv. Dat is een reactie uitlokken en eigenlijk bestempelen wat al duidelijk is. Wat mensen al weten.

Vrijwel unaniem willen de wijkjournalisten met *U in de Wijk* werken aan een meer realistische verbeelding van de wijk. Dat wijkjournalisten andere verhalen willen vertellen, betekent niet dat zij de ogen sluiten voor de problemen in de wijk. Maar bewoners en wijkjournalisten herkennen hun wijk maar zeer ten dele in de buitenproportionele en vaak ook sensationele berichtgeving van de reguliere media. Wijkjournaliste Joke Visscher (56, medewerker wijkbureau) zegt:

Er zijn problemen, dat zal ik niet ontkennen. Sluit ik m'n ogen niet voor. Maar in verhouding tot wat de landelijke media schrijven zeg ik nou nee sorry, jullie overtrekken het enorm. (...) Ja daar word ik ook heel gauw boos om. En met mij een heleboel medewijkbewoners. Als jij namelijk iets hebt met je wijk en je woont er heel leuk, het is fijn. Er zijn wat problemen en het wordt gelijk afgeschilderd als een of andere probleemwijk.

De wijkjournalisten van *U in de Wijk* stellen dat ze vanuit een ander perspectief nieuws willen maken. In tegenstelling tot de landelijke en regionale media zijn ze minder automatisch gespitst op conflictgeoriënteerd nieuws. Doel is om juist met een open blik op een eerlijke manier hun wijk in beeld te brengen.

Wijkjournalist Erik van Marissing (30, geografisch onderzoeker)

Nou kijk wat Prem³⁰ doet is op zoek naar nieuwswaarde door dingen heel zwart wit en in extremen te benoemen. Wij proberen door de ogen van mensen zelf te kijken, dus je valt ze niet bij voorbaat aan om iets of je plakt niet een stempel op maar je probeert te kijken zoals zij zelf kijken en daardoor dingen te laten zien.

Opvallend is dat niet alleen de wijkjournalisten, maar ook de professionele begeleiders en initiatiefnemers iets anders verwachten van *U in de Wijk* dan conventionele berichtgeving. De professionele coördinator en begeleider van de wijkjournalisten noemt bijvoorbeeld heel nadrukkelijk dat ze niet wil zijn zoals de

30) Prem Radhakishun, destijds presentator van het programma PremTime van de NPS.

landelijke media die 'alleen komen als er rellen zijn', maar mensen wil prikkelen en nieuwsgierig maken naar de wijken. Ook de initiatiefnemers van wijkTV - de regionale omroep, de woningcorporatie en de gemeente - onderschrijven dat wijkjournalistiek niet tot 'traditioneel' nieuws hoeft te leiden, liever niet zelfs. Zo stelt één van de initiatiefnemers Yves Vermeulen, de manager directiestaf van de woningcorporatie, het volgende:

Het moet wat minder dat hijgerige nieuws zijn want dan vertel je niet je eigen verhaal maar dan probeer je een beetje NOS-Journaal te spelen. Dat is wel een keer leuk maar je moet dat niet elke keer doen.

Alle betrokkenen bij *U in de Wijk* zijn het er over eens dat de berichtgeving een ander karakter moet hebben. De eensgezindheid onder de professionals en burgerjournalisten is opvallend, omdat uit eerder onderzoek is gebleken dat professionele journalisten vaak het bekende, traditionele nieuws als referentiepunt hanteren voor het meten van de kwaliteit van burgerjournalistiek. Zo gaven redacteurs van het regionale online platform van RTV Utrecht, Unieuws.nl, een jaar eerder nog aan dat berichten het liefst acute nieuwswaarde moeten hebben en kort en bondig geschreven met een heldere opbouw (Costera Meijer et al., 2009). *U in de Wijk* wil juist een platform bieden voor andere gelaagde items, die niet hoeven te voldoen aan de reguliere journalistieke eisen, maar die wel recht doen aan de wijk en haar bewoners.

Gelaagdheid: item Chronisch zieke kinderen

Het item van *U in de Wijk* over chronisch zieke kinderen is een goed voorbeeld van een gelaagd item. In het filmpje komen enkele leerkrachten van een school voor chronisch zieke kinderen aan het woord. Aan de kinderen worden korte vragen gesteld over hun ziekte. Een vrouwelijke leerkracht vertelt geëmotioneerd over de keerzijde van haar beroep, namelijk dat leerlingen soms ook komen te overlijden. In dit verhaal zitten aspecten van cultuurverschillen, betrokkenheid van ouders bij de school en de leefwereld van kinderen. Het item biedt niet alleen informatie over de school, maar ook informatie over het leven met een chronische ziekte en hoe gezinnen met verschillende culturele achtergronden hiermee omgaan.

Zie: <http://www.youtube.com/watch?v=-9mS67Jvgf4>

Dat de *U in de Wijk*-ers bewust anders willen zijn, laat zien dat zij zich wellicht beter kunnen vinden in de kaders die community journalism aanbiedt. Lokale journalistiek is gericht op 'echt' nieuws produceren, terwijl community journalism erop gericht is bewoners een stem te geven en binding te creëren binnen de gemeenschap.

5.5 Wanneer is *U in de Wijk* een succes?

Uit eerder onderzoek (o.a. Costera Meijer, 2009; Lewis, 2010) blijkt dat het uitmaakt voor het succes van een participierend journalistiek project of de betrokkenen dezelfde doelen, ambities, motieven en professionele waarden koesteren. Als professionele journalisten 'conventionele' kwaliteitscriteria hanteren, dan blijkt in de praktijk dat participerende journalisten uiteindelijk toch aan deze criteria moeten voldoen willen ze als 'goed' te boek staan en hun producten gemakkelijk geplaatst krijgen. Die houding zagen we terug bij verschillende projecten, bijvoorbeeld bij het Stads-vj project van Omroep Brabant en Unieuws van RTV Utrecht. Hoewel het doel van beide projecten is om burgerjournalisten en jonge mensen verfrissende nieuwe items te laten maken, blijkt bij navraag dat de redactie de bijdragen uiteindelijk toch vooral beoordeelt aan de hand van technische kwaliteit en de mate van 'hard nieuws' (Costera Meijer et al., 2009). Onze conclusie is dat het voor zowel de professionals als de vrijwilligers frustrerend uitpakt als er sprake is van grote verschillen in opvattingen over journalistieke kwaliteit. Het vormt een belangrijke, zij het niet de enige, reden om met bepaalde participerende journalistiekprojecten te stoppen.

Om die reden onderzoeken we in welke mate de betrokkenen bij *U in de Wijk* overeenkomen in hun opvattingen over wijkjournalistiek. Op het eerste gezicht zijn de overeenkomsten groot. Zowel de wijkjournalisten als de professionals zijn zich bewust van de eenzijdige, slechte reputatie van Kanaleneiland en Overvecht en van de constructieve rol die wijktelevisie kan vervullen. Hoewel voor vrijwel iedereen geldt dat het maken van 'ander nieuws' het onderscheidende doel is van *U in de Wijk*, noemen betrokkenen verschillende motieven en prioriteiten.

Professionele motieven

'Iets doen voor de wijk' is een motief dat vaak genoemd wordt door alle betrokkenen. Professionals spreken van 'sociale stijging', 'herkenbaarheid vergroten' en 'persoonlijke ontwikkeling'. Voor woningcorporatie Mitros vormt de ambitie om 'mensen meer betrokken te maken bij hun wijk' een belangrijke reden om *U in de Wijk* te faciliteren. 'Versterking van het woongenot' is een andere belangrijke doelstelling van de woningcorporatie. Door te 'horen wat er leeft in de wijk' zou Mitros beter in staat zijn om de wijk van binnenuit te verbeteren. Yves Vermeulen, de voorzitter van de initiatiefnemers verenigd in de stichting 'Vrienden van *U in de Wijk*' en tevens manager directiestaf bij woningcorporatie Mitros, laat mooi zien hoe *U in de Wijk* een type verhalen mogelijk maakt dat de corporatie zelf niet zou kunnen vertellen en dat de bestaande regionale omroep niet zou willen vertellen:

Het enige dat ze willen is versterking van het woongenot. Nou, met wijkTV probeer je die positieve verhalen naar boven te krijgen. Dus je wilt niet alleen boven tafel te krijgen wat mensen vinden maar je probeert ook die positieve verhalen naar

boven te krijgen. Die verhalen kunnen wij niet vertellen. Ik kan wel zeggen... vanuit communicatie... 'Kanaleneiland is een prachtige wijk'. Iedereen denkt: 'Het is wel goed'. RTV Utrecht die vindt dat niet interessant, gewone omroep, die zijn toch vooral op zoek naar de nare dingen, overvallen, schietincidenten, weet ik het allemaal. Dus de goede verhalen, positieve verhalen, die moeten komen uit de wijk zelf. Of hun vraagstukken, want het hoeft niet alleen een goed-nieuws show te zijn, het gaat erom beide kanten te laten zien.

Mitros verkeert als belanghebbende niet in de positie om bepaalde verhalen over de wijk te vertellen. Professionals van RTV Utrecht bevestigen dat dergelijke wijkverhalen geen prioriteit hebben, omdat ze qua niet voldoen aan het predikaat 'nieuws'. Maar tegelijk beschouwt de omroep dit ook als een tekortkoming. *U in de Wijk* is voor RTV Utrecht een manier om een aanvullend beeld te schetsen van de wijk. Geert Voskamp, producent van RTV Utrecht vertelt:

Het is het verlengde van een proces dat al hier binnen de organisatie begint, van ok laat die controle maar wat los, ga maar wat meer gewone verhalen vertellen. (...) Als je zegt van het is alleen nieuws als er wat aan de hand is, dan gaan we ergens op af en dan maken we het verhaal, dan vertel je maar een heel beperkt gedeelte van wat gebeurt, en je geeft met name bijvoorbeeld bij een wijk als Kanaleneiland niet het volledige beeld van de wijk.

Ook de coördinator en begeleider van de wijkjournalisten noemt bij de belangrijke waarden voor het project niet in eerste instantie journalistieke eisen, maar doelen zoals authenticiteit, een platform bieden en binding creëren. Voor alle betrokkenen is het project een succes als wijkbewoners er wat aan hebben en het bijdraagt aan de samenhang in de wijk.

Burgerjournalistieke motieven

Eerder vonden wij bij burgerjournalisten motieven zoals: onderdeel uitmaken van een gemeenschap, iets aan de maatschappij/wijk bijdragen en zelfexpressie (Costera Meijer et al., 2009). Ook bij *U in de Wijk* lopen de motieven tot deelname uiteen: sommige wijkjournalisten doen mee om in contact te komen met buurtgenoten, omdat het goed staat op een CV of simpelweg omdat het een aangenaam tijdverdrijf is. Hoe mensen zichzelf positioneren maakt uit voor de manier waarop ze hun betrokkenheid benoemen. Een aantal wijkjournalisten ziet het project als mogelijk opstapje naar een carrière bij radio of tv. Voor wijkjournaliste Joke Visscher staat *U in de Wijk* voor het waarmaken van een al lang bestaande droom.

Wijkjournaliste Joke Visscher (56, medewerker wijkbureau):
Ja ik heb al m'n hele leven zoiets gehad dat ik wat met de radio wil gaan doen.

Alleen ik denk dat ik er te oud voor ben en niet de goede opleiding heb. Maar ik mag blijven dromen. Daarvoor heb ik het ook gedaan. Toen dacht ik als het niks wordt, dan weet ik dat. Dan weet ik na een jaar het is niks voor jou, jij kunt dat niet, dan is het ook oké. Maar dan heb je het wel geprobeerd.

Een vergelijkbaar motief noemt wijkjournalist Gabriel Langenberg-Erlach (34, doet vrijwilligerswerk):

Toen ik een klein meisje was zei ik altijd: later als ik groot ben ga ik bij de tv. Ja echt ik heb een dagboek – ik laat het je wel zien – ik zat op de lagere school en was net zo oud als mijn dochter. Ik wou Oprah Winfrey worden, de Nederlandse Oprah Winfrey was mijn grote droom. En ik deed het ook altijd in de klas, dan ging ik zo staan, beker voor mijn snuit en dan had ik een talkshow. (gelach) Altijd, en dat is helemaal verwaterd ook door de buitenwereld, van dat kan je toch niet en dan moet je een HELE zware opleiding doen en dat soort dingen. En toen kwam dit en toen dacht ik en iedereen, mijn man en mijn moeder, ja dat is toch altijd wat je wou, en ik zeg ja ik weet het niet hoor. Toen ben ik toch gaan kijken en in een keer, na de eerste keer al, toen schoten de ideeën door mijn hoofd en toen dacht ik: ja we gaan het gewoon doen.

Deze motieven komen overeen met wat bij de gemeente Utrecht en de corporatie geldt als 'sociale stijging'. Gera Esser, de gebiedsmanager Kanaleneiland van de woningcorporatie, verwoordt het als volgt:

We willen meewerken aan de stijging van de mensen in de wijk. De sociale stijging, dat betekent dat mensen naar buiten kunnen komen en durven. Ja, ik ben het waard, zeg maar.

Voor de 80-jarige wijkjournalist Herman Jansen geldt dat hij wijkjournalist is geworden in het verlengde van zijn hobby. Hij heeft altijd graag gefotografeerd en kan nu zijn vaardigheden en interesses inzetten voor de wijk. Een andere wijkjournalist wil graag mensen leren kennen in de wijk. Hij woont er inmiddels vijf jaar, maar kwam er onlangs achter dat hij eigenlijk helemaal niet in zijn wijk leefde. Daarnaast is wijkjournalistiek voor twee burgerjournalisten die inmiddels niet meer in de wijk wonen, een manier om in contact te blijven met de wijk waar ze nog steeds zo'n intensieve band mee voelen.

Wijkjournalist Reshma Dewkalie (29, projectleider):
Maar ik heb mijn hartje toch altijd nog wel in Overvecht zitten dus ik winkel wel nog steeds, haha, in Overvecht. Ik ben er zoveel, en ik heb vrienden er ook nog zitten. Dus dat maakt het me makkelijk om daar te vertoeven.

Een andere wijkjournalist geeft aan dat ze graag jongeren een stem wil geven, juist omdat oudere bewoners zoveel vooroordelen over hen hebben. Ze vertelt dat dit vooral voortkomt vanuit onwetendheid. Zij wil met *U in de Wijk* deze vooroordelen wegnemen en zo bijdragen aan een betere communicatie tussen ouderen en jongeren.

Hoewel de wijkjournalisten verschillende motieven noemen om deel te nemen aan het project, is het de wijk die hen bindt. Het gemeenschappelijke doel is 'iets doen voor hun wijk'. Enerzijds is dat door een andere berichtgeving te bieden en zo mensen in en buiten de wijk te laten zien dat Kanaleneiland en Overvecht meer te bieden hebben dan problemen. Anderzijds willen de wijkjournalisten bijdragen aan de onderlinge band van bewoners en hun verbondenheid met de wijk zelf. Unaniem geven de wijkjournalisten aan dat ze graag willen dat zowel buitenstaanders als wijkbewoners een beetje positiever over de wijk gaan denken. Dit laatste is opvallend, omdat uit interviews gebleken is dat de wijkbewoners over het algemeen helemaal geen negatief beeld hebben van hun wijk.

Faciliteren in plaats van aansturen

Als het gaat om de doelen van het project, valt de faciliterende houding van de professionals op. In plaats van zelf aan te geven wat goede verhalen zijn, stellen ze hun kennis en deskundigheid in dienst van de wijkjournalisten en de wijkbewoners. Het succes van *U in de Wijk* hangt niet af van de hoeveelheid scoops of klassieke nieuwsberichten; de kwaliteit van de journalistiek wordt afgemeten aan het verrijkende karakter ervan voor de wijk. Er is geen, laat staan systematisch, onderscheid tussen de doelen en motieven van professionals en wijkjournalisten.

Zowel professionals als wijkjournalisten leggen in de praktijk eigen accenten. Zo is de één meer bezig met het in beeld brengen van fysieke ijkpunten binnen de wijk (bekende gebouwen, pleinen, straatbeelden) en de ander meer met wijkportretten van mensen. Er bestaat ook niet zoiets als dé burgerjournalist (o.a. Paulussen et al., 2007).

5.6 Wat is de waarde van wijkjournalistiek?

Anders dan Ball-Rokeach en collega's (2001) beschrijven, lijkt er geen verband te bestaan tussen woonduur en mate van binding met de wijk. Zo voelt de ene wijkjournalist die 'slechts' vier jaar in de wijk woont zich erg verbonden met de wijk, terwijl een andere wijkjournalist die er al veertig jaar woont dit nauwelijks heeft. De band die wijkjournalisten voelen (of niet) met hun wijk, komt tot uitdrukking in de wijze waarop zij hun werkzaamheden benoemen. Wijkjournalisten die spreken van 'vrijwilligerswerk' of 'hobby', hebben minder met hun wijk dan bijvoorbeeld Joke Visscher, die spontaan uitroept:

Naar een andere wijk, nee, never nooit. (...) Ik moet er niet aan denken. Overvecht is echt mijn wijk, en daar vecht ik ook voor.

Als het gaat om de waarde van wijkjournalistiek, blijkt uit interviews met landelijke en regionale journalisten dat zij zich vaak niet (willen) realiseren wat hun nieuws voor impact heeft op de wijken waarover zij berichten. Op de vraag hoe de items over een probleemwijk eruit moeten zien, hebben zij het over tegenstellingen aanscherpen, kritisch zijn en als het even kan sensationele beelden. Een journalist van RTV Utrecht vertelt hoe het maken van zo'n item in zijn werk gaat:

Meestal is het zo van, hier is het nieuwsonderwerp en ga er mee aan de slag. Van: er is een agent in elkaar geslagen, dat gaan we nu maken. Fitna is uit, dan gaan we naar de moskee om te kijken.

Op de vraag wat de waarde van wijkjournalistiek is, antwoorden de wijkjournalisten unaniem anders dan hun regionale collega's. De wijkjournalisten willen items maken die de buurt helpen, die een positieve toon hebben en de gelaagdheid van de wijk laten zien.

Wijkjournalisten en professionals verschillen onderling in hun verhouding tot *U in de Wijk*. Dit komt door de afstand die ze al dan niet voelen tot de wijk. Zo vertelt wijkjournalist Erik van Marissing:

Mensen die hier al heel lang wonen en van alles hebben meegemaakt en ondanks tegenslagen toch niet uit de buurt weg willen. Ja daar kan ik me niks bij voorstellen.

Een andere wijkjournalist vertelt dat, hoewel hij compassie voelt met de wijk en haar bewoners, zijn gevoel niet gebonden is aan de concrete wijk waar hij woont of aan concrete wijkbewoners. Hij houdt persoonlijk afstand en geeft aan dat hij gemakkelijk ergens anders zou kunnen wonen. Deze distantie komt terug in de manier waarop hij zijn verhouding tot *U in de Wijk* typeert. Hij kan niet altijd echte interesse opbrengen voor de filmpjes van *U in de Wijk* en kijkt maar zelden.

Het lijkt erop dat er een samenhang bestaat tussen de verhouding tot de wijk en het project. Hoe afstandelijker wijkjournalisten staan ten opzichte van de wijk en de bewoners, des te meer afstand houden ze van wijkjournalistiek. Dit verschil in verhouding zien we ook terug bij de professionals. Gera Esser, gebiedsmanager van woningcorporatie Mitros, stelt:

Ik denk dat dat eigenlijk niet zo voor mij is weggelegd. Dit soort dingen. Nee, ik vind het, nee ik denk dat mensen die veel in hun eigen wijk, en woning ook, daarop aangewezen zijn, dat die dat heel leuk vinden. En ehm, ja ik ben niet zo wijkgericht zeg maar.

De hyperlokale schaal van *U in de Wijk* maakt deze vorm van wijktelevisie minder interessant en relevant voor haar als persoon. Ze oriënteert zich in journalistieke zin op het landelijke nieuws.

Voor andere betrokkenen geldt dat juist hun verbondenheid met de wijk maakt dat zij het hyperlokale niveau van wijkjournalistiek waarderen. Ze vertellen verhalen waarin ze hun eigen ervaring verbinden met die van andere wijkbewoners. Doel is om bewoners daadwerkelijk te raken en begrip bij te brengen voor elkaar.

Wijkjournalist Gabriel Langenberg-Erlach (34, doet vrijwilligerswerk):
Als mensen meer betrokken raken dan ja, als je dat over kan brengen met tv, ja... dan heb ik denk ik wel bereikt wat ik wil bereiken. Dat ze denken: ooh ik kan diegene helpen of ik weet nog wel waar ze naartoe kunnen. Of: ik wist niet dat die jeugd het zo moeilijk had. Dat ouders gaan denken: jeetje, ze hebben het helemaal niet zo makkelijk! En ik kan me best voorstellen dat ze om vier uur, als ik met mijn rollator tegen hun been aan loop, dat ze dan een beetje gepikeerd zijn. Dat er gewoon anders naar elkaar wordt gekeken.

In de lijn van haar ambitie om de Nederlandse Oprah Winfrey te worden, zijn de items die zij maakt zeer persoonlijk. In haar bijdragen gaat ze bijvoorbeeld op zoek naar verschillende oplossingen voor een cyste waar ze last van heeft. Zo bezoekt ze een reikimeester³¹ en een acupuncturist³². Met de manier waarop ze informatie vergaart en in beeld brengt, kan het kleine en persoonlijke verhaal ook betekenis krijgen voor andere wijkbewoners.

Dit meer betrokken wijkjournalistieke kader is niet alleen voorbehouden aan de wijkjournalisten, het wordt gedeeld door sommige professionele begeleiders. Voor deze wijkjournalisten en hun begeleiders geldt dat zij er nadrukkelijk vanuit gaan dat hun verhalen iets voor de mensen zelf en de wijk moeten kunnen betekenen. Hun gezamenlijke items laten vaak onconventionele interviews zien, waar het perspectief en het verhaal van de buurtbewoner zelf zoveel mogelijk wordt rechtgedaan.

31) <http://www.uindewijk.nl/kanaleneiland/artikel/98>
32) <http://www.uindewijk.nl/kanaleneiland/artikel/109>

Ook professioneel begeleider en cameraman John Taribuka onttrekt zich aan het afstandelijke journalistieke kader. Hij verklaart dit vanuit zijn hulpverleningsachtergrond. Tonen en verbeelden van compassie staan centraal voor hem in de wijkjournalistiek. Dat betekent niet dat hij zichzelf 'onprofessioneel' vindt, maar dat hij de professionaliteit van zijn bijdrage verbindt aan het zo goed mogelijk vertellen van het verhaal van de bewoner en in het verlengde hiervan, de wijkjournalist.

Professioneel begeleider en cameraman John Taribuka:
Het doel is gewoon dat ik in ieder geval probeer om verbinding te maken tussen mensen. En ook tussen de manier waarop we met elkaar werken. Dat is wat ik probeer. En dat is wat ik belangrijk vind. (...) En voor sommige mensen is het zo dat hulpverlening en journalistiek niet passen bij elkaar. Ik vind dat het een het ander niet uitsluit. Op het moment dat je verbinding kan maken met mensen, waarbij je dan ook uiteindelijk naar een doel. Want je streeft naar een doel, je wilt mooie programma's maken. En daarbij heb je ook een journalistieke factor nodig, om die vertaalslag naar televisie te maken. En op het moment als je met elkaar goed kan communiceren. En kan je die verbinding maken, krijgt alles kracht.

Ook de initiatiefnemers van wijktv noemen betrokkenheid bij de wijk als invalshoek. Een voorbeeld van een perspectief dat ruimte schept voor wijkjournalistiek als 'community journalism' geeft de marketing- en communicatiemanager van RTV Utrecht. Haar vertrekpunt vormen de wensen van bewoners en het zou haar taak zijn om die wensen zoveel mogelijk te realiseren.

Mariska Fennema, manager marketing en communicatie RTV Utrecht:
Ja, ik zou het veel meer uit de mensen zelf laten komen. En kijken als er dingen ontbreken of je dat kan faciliteren. Zo zou ik er naar kijken. En niet zozeer van ik heb wat van je nodig maar meer van hoe kan ik dat faciliteren om daar iets neer te zetten wat door veel meer mensen wordt gebruikt. (...) Waar is behoefte aan en dat vergeten mensen wel eens, maar daar draait het uiteindelijk wel om. Waar is behoefte aan en wat kun je ontwikkelen om aan die behoefte te voldoen.

Wat opvalt, is dat er waardeverschillen zijn die niet synchroon lopen met de klassieke scheidslijnen. In tegenstelling tot wat uit eerder onderzoek bleek (o.a. Paulussen & Ugille, 2008; Lewis, 2010), is hier geen eenduidig onderscheid te maken tussen de wijkjournalisten en de professionals. De waarde die wordt gehecht aan wijkjournalistiek lijkt samen te hangen met de manier waarop mensen naar wijkjournalistiek kijken. Zo onderscheiden wij een wat meer afstandelijke 'klassiek professionele' manier en een meer betrokken, faciliterende manier van kijken. De twee visies zijn niet eenduidig bij de één wel en bij de ander niet aanwezig, maar per persoon overheerst vaak een bepaalde visie.

Beide visies hebben bestaansrecht binnen de wijkjournalistiek, maar in beide schuilt het gevaar dat bepaalde onderwerpen of invalshoeken worden uitgesloten omdat ze niet als waardevol worden beschouwd. Grof gezegd resulteert een wat meer afstandelijke houding in filmpjes niet zelden in het centraal stellen van een gebeurtenis of plek, terwijl mensen die erg bij de wijk betrokken zijn juist filmpjes maken en waarderen waar de bewoners een centrale rol spelen. In het vorige hoofdstuk zagen we dat bewoners – anders dan wij aanvankelijk dachten – verhalen over mensen niet op voorhand interessanter of waardevoller vinden dan verhalen over de fysieke kanten van de wijk.³³ Beide benaderingen hebben dan ook bestaansrecht binnen wijktelevisie.

5.7 Wat zijn problemen waar professionals en wijkjournalisten tegenaan lopen?

Op basis van eerder onderzoek verwachtten wij dat de problemen waar betrokkenen van *U in de Wijk* mee te kampen krijgen, zich zouden afspelen op het vlak van de communicatie tussen professionals en wijkjournalisten. Bij vergelijkbare projecten hadden de professionals bepaalde ideeën over kwaliteit die botsten met de idealen en de capaciteiten van de burgerjournalisten (Costera Meijer et al., 2009; Lewis, 2010). Bij *U in de Wijk* is er een duidelijke overeenstemming over het doel van het project en lijkt de tegenstelling professional/wijkjournalist een ondergeschikte rol te spelen. Wijkjournalisten hoeven dus niet op te boksen tegen een gevestigde journalistieke cultuur, maar dat betekent natuurlijk niet dat zij geen problemen kennen.

Praktische obstakels

Een aantal wijkjournalisten noemt problemen zoals de hoeveelheid beschikbare sleutels van de redactieruimtes en het aantal camera's. Verder vonden alle wijkjournalisten dat deelname aan het project ze meer tijd kost dan verwacht. Ze zouden één dag in de week kwijt zijn aan *U in de Wijk*, maar in de praktijk vergt met name het voorwerk - het vinden van onderwerpen en het maken van afspraken - een veel grotere inspanning. Sommige wijkjournalisten willen of kunnen er niet meer dan één dag in steken en houden daar aan vast, anderen investeren soms wel twee of drie dagen per week in *U in de Wijk*. Zo vertelt wijkjournalist Joke Visscher dat ze eigenlijk dagelijks met het project bezig is:

Als ik niet afspraken aan het maken ben, dan ben ik wel aan het interviewen of ik ben aan het overleggen of nieuwe items aan het bedenken. Ik denk tv, ik eet tv en ik slaap tv.

33) We vermoeden overigens dat dit voor niet-wijkbewoners anders ligt. Omdat voor hen de herkenning van de fysieke infrastructuur van een wijk veel minder belang heeft, zullen zij verhalen over mensen in de wijk waarschijnlijk waardevoller vinden.

Hoewel ze aangeeft met ontzettend veel plezier aan het project mee te werken, benoemt ze ook dat het in de toekomst misschien een probleem kan worden. Zij steekt veel tijd in de voorbereiding van items en dat brengt hoge telefoonkosten met zich mee, die voor eigen rekening zijn. Hoewel alle wijkjournalisten zeggen hun werk met liefde te doen, weten ze niet zeker of ze het langere tijd volhouden om er zoveel tijd in te steken. Hierin schuilt wellicht een bedreiging voor de voortgang van *U in de Wijk*.

Inhoudelijke dilemma's

Wijkjournalisten en professionals, vooral degenen die zich sterk verbonden voelen met wijkbewoners, willen met hun items recht doen aan de complexiteit van de wijk en de ervaringen van bewoners. Ze vinden dat verschillende groepen een stem moeten krijgen, ook de groepen die moeilijk bereikbaar zijn of een ingewikkeld verhaal te vertellen hebben. Dit geldt bijvoorbeeld voor de Marokkaanse gemeenschap in beide wijken. Wijkjournalisten en begeleiders worstelen soms met de journalistieke toegang tot bepaalde groepen.

Professioneel begeleider en cameraman John Taribuka:

Wat ik hier nog mis is gewoon, meer gekleurtheid, in de redactie. Dat zou ik graag wat meer vanuit Marokkaanse, Turkse, Surinaamse wherever. Meer de afspiegeling ook in de redactie. Het is met name dat ik toen vanochtend, die man moet ik even bellen. Want hij heeft die ingang daar wel.

In de persoonlijke interviews met onderzoekers kwam de kwestie van narratieve representativiteit (door verhalen recht doen aan het heterogene karakter van de wijk) weinig expliciet aan de orde. Als het gaat over wie in beeld wordt gebracht, betreft dit veelal individuele mensen. Dat is begrijpelijk gezien een van de doelstellingen van *U in de Wijk*: recht doen aan het eigene van mensen juist buiten hun zogenaamde 'groepskenmerken' om. Een oplossing hiervoor zit volgens de betrokkenen wellicht in het krijgen van een meer gevarieerde redactie.

Coördinator Clé Jansen:

Ik hoop gewoon dat die Marokkaanse jongen wat gaat worden want ik zou het heel leuk vinden als we ingang hebben in de Marokkaanse gemeenschap. Want nu merk je wel, dat kom je gewoon tegen, die willen niet in beeld.

Een van de wijkjournalisten praatte nadrukkelijk over een ander type in- en uitsluiting van groepen bewoners in de berichtgeving over de wijk. *U in de Wijk* zou niet alleen maar mensen aan het woord moet laten die met veel plezier in de wijk wonen.



Wijkjournalist Najja Loukili

Wijkjournalist Reshma Dewkhalie:

En ik ben bij U in de Wijk er wel een beetje van overtuigd dat er vaak wordt gezegd van: Oh het is fantastisch in Overvecht, het is allemaal leuk in Overvecht en wil ook weer terug naar Overvecht, maar er zijn mensen die het níet leuk hebben in Overvecht. En die krijgen dan géén tijd en geen gezicht in de nieuwe wijk.

Dit is een lastig punt voor de wijkjournalisten. Zij beseffen allemaal terdege dat de wijken de nodige problemen kennen en dat die aan de kaak gesteld moeten worden. Mensen aan het woord laten die zich kritisch uitlaten over gebeurtenissen of over mensen of groepen in de wijk, is echter niet eenvoudig. Sommige bewoners zijn bijvoorbeeld bang om hun verhaal te vertellen.

Wijkjournalist Joke Visscher:

De mensen moeten wel bereid zijn daaraan mee te doen. En daar regeert een heleboel angst op dit moment. Die willen gewoon niet in beeld, er regeert gewoon een bepaalde angst voor een bepaalde groep.

Hoewel dit soort problemen eventueel op te lossen zijn door bewoners onherkenbaar (bijvoorbeeld alleen de voeten of een silhouet) in beeld te brengen, staan ze model voor een groter probleem: hoe krijg je de vraagstukken van bepaalde wijkbewoners in beeld waarbinnen andere wijkbewoners een (kwali)jke rol vervullen? Aan de andere kant vinden de wijkjournalisten het zelf ook lastig om 'hete hangijzers' aan de orde te stellen, vooral als het gaat om het wijzen naar bepaalde bevolkingsgroepen. Een voorbeeld is een uitspraak van een bewoner naar aanleiding van een item³⁴ van *U in de Wijk* waarin kinderen tuinen opknappen van wijkbewoners die dit zelf niet kunnen:

Wijkbewoner Anton (86, Kanaleneiland)

Hè, hoe komt dat nou dat die tuinen er zo uitzien? Want dat wordt niet belicht. Het feit wordt geconstateerd. Het is een rotzooitje en de kinderen gaan d'r wat aan doen. Maar waarom het een rotzooi is dat wordt niet belicht. Hè, d'r is d'r niet één die durft te zeggen dat het ze allemaal worst is dat ze er geen bal aan doen de Marokkanen enzovoort. Want dat is politiek niet correct. Hè dat doe je niet. Maar het is wel zo. En dat is misschien een punt in het algemeen bij dit soort films. Het is erg leuk en laten we vooral optimistisch blijven.

34) <http://www.uindewijk.nl/kanaleneiland/artikel/17>

Toen ze deze reactie vernamen, bleken wijkjournalisten hier ook mee zitten. Ze merken dat het gemakkelijker is om mooie verhalen over de wijk te vertellen. Interessant is dat het niet alleen maar een pre is dat de journalisten zelf in de wijk wonen, het kan ook lastig zijn. Zo stelt wijkjournalist Verina Agassi:

Wat mijn ervaring is met mensen, ik woon midden in een straat met veel Marokkanen in Overvecht. Verleden keer gaf ik voorlichting en ik had amper wat gezegd 'ja, jullie brengen altijd alles negatief in het nieuws, die kutmarokkanen'. Ze hadden nog helemaal niks gezien. Je krijgt die hele lading op je. Als ik niet er middenin zou wonen heb je een andere band met de wijk, dan kun je dingen makkelijker zeggen.

En even later vertelt ze:

Ook hoe je zelf staat in de wijk. Ik sta er middenin en heb al de nodige problemen gehad. Woonde ik ergens anders dan kun je wat meer risico nemen.

Om recht te kunnen doen aan de complexe verhoudingen en problemen binnen de wijk, is vertrouwen van de wijkbewoners erg belangrijk. Zoals ook al in eerder onderzoek werd geconcludeerd (Hietbrink, 2009; Costera Meijer et al., 2009) duurt het een tijdje voordat het vertrouwen van bewoners is gewonnen. Een valkuil is dat wijkjournalisten, uit angst het vertrouwen van de bewoners kwijt te raken, huiverig worden om ook kritische items te maken. Wijkjournalisten hebben soms het gevoel 'verantwoordelijkheid' voor de wijk te dragen, waardoor ze niet altijd kritisch kunnen zijn. Het feit dat wijkjournalisten zelf in de wijk wonen, heeft voor- en nadelen. Voordeel is dat ze veel contacten hebben en precies weten wat er speelt. Hun fysieke aanwezigheid in de wijk, maakt het soms juist ook lastig om sommige vraagstukken aan de orde te stellen of bepaalde bewoners een stem te geven. Dat wijkjournalisten ook bewoners zijn van een wijk maakt ze kwetsbaar, ook in hun eigen ogen. Het maakt het minder gemakkelijk om bepaalde verhalen te maken. Deze ongemakkelijke verhouding van wijkjournalistiek tot de waakhondfunctie van kritische journalistiek, geeft aan dat er wellicht ook een reeks verhalen bestaat die wijkjournalisten meer moeite kost dan professionele journalisten die niet in de wijk wonen.

5.8 Conclusie wijkjournalistiek: gewoon hetzelfde én gewoon anders!

De vraag die centraal staat in dit hoofdstuk is of *U in de Wijk* eenzelfde risico loopt als eerdere burgerjournalistieke projecten. Ofwel: welke factoren spelen een rol bij het succes of het mogelijk mislukken van *U in de Wijk*? Door in kaart te brengen welke verschillende functies *U in de Wijk* vervult voor de betrokkenen kregen we inzicht in de overeenkomsten en potentiële botsingen tussen mediaprofessionals en

burgerjournalisten, hun onderliggende motieven, normen en routines en de manier waarop deze kunnen bijdragen aan het slagen of falen van het project.

Het dilemma waarin wijkjournalistiek is opgesloten - de opdracht anders te zijn, maar ook gewoon hetzelfde - werkt door bij *U in de Wijk*, maar wel in een andere gedaante. In de eerste plaats bestaat er, anders dan bij de eerder genoemde hyperlokale projecten, grote overeenstemming tussen professionals en wijkjournalisten over de doeleinden en verwachtingen jegens *U in de Wijk*. Alle betrokkenen bij *U in de Wijk* zijn het er over eens zijn dat de berichtgeving een ander karakter moet hebben. De vraag is nu hoe dat 'anders-zijn' wordt ingevuld.

In dit onderzoek onderscheiden we twee kaders waarbinnen wijkjournalistiek kan worden bedreven: het kader van de lokale journalistiek, waarbij het schaalniveau onderscheidend is van regionale of landelijke journalistiek, maar inhoud en focus aan conventionele professionele criteria moet voldoen, en het kader van community journalism, waarbij de journalistiek in dienst staat van de gemeenschap. De vraag is hoe *U in de Wijk* zich verhoudt tot deze twee kaders.

Zakelijk of zorgend

Dé burgerjournalist en dé professional bestaan niet, daarvan is *U in de Wijk* het bewijs. Het is opvallend dat de verschillen tussen betrokkenen niet de klassieke scheidslijn volgen tussen professionals en wijkjournalisten, maar binnen de groepen zijn te vinden. Hoewel er consensus bestaat over de doelen van het project, geven alle betrokkenen daar een eigen invulling aan. Ieder kiest een eigen invalshoek en vult de verantwoordelijkheid voor de wijk anders in. Het blijkt niet uit te maken of betrokkenen handelen vanuit een omroep of woningcorporatie en of ze wijkjournalistiek zien als hobby of als opstapje naar een journalistieke carrière. Wat er wel toe doet is hoe betrokkenen zich persoonlijk verhouden tot de wijk en tot het project.

Een manier om naar wijkjournalistiek te kijken is als 'werk', vrijwillig of betaald. Een dergelijk perspectief vertaalt zich in de regel in een wat meer zakelijke, op de fysieke kant van de wijk gerichte houding. Een ander gezichtspunt is om wijkjournalistiek te bedrijven als een vorm van vriendschap. Vanuit deze oriëntatie proberen wijkjournalisten de stemmen van bewoners zo goed mogelijk te vertolken. Professionals die meer zorgend zijn ingesteld, zien het als hun primaire verantwoordelijkheid om de wijkjournalisten hierin zo goed mogelijk te faciliteren.

Wijkgericht of mensgericht

U in de Wijk wil een platform bieden waar verhalen kunnen worden verteld die recht doen aan de wijk en haar bewoners. Wijkjournalisten, initiatiefnemers en

Wijkgericht/persoonsgericht

In het item over de Joodse begraafplaats in Overvecht laat de beheerder de begraafplaats zien en vertelt daarbij over de historie en over Joodse gewoontes. Door dit wijkgerichte perspectief wordt een meestal onzichtbaar stukje van de wijk toegankelijk gemaakt. Dat ondersteunt bewoners in hun fysieke oriëntatie op de wijk.

<http://www.uindewijk.nl/overvecht/artikel/1115>

In een ander item wordt Sammy, een straatveger uit Overvecht, geportretteerd. In het filmpje zie je hem aan het werk in de wijk, waarbij hij vertelt over zijn persoonlijke achtergrond. Daarnaast vertolkt hij in een rap wat het overlijden van zijn vader voor hem heeft betekend. <http://www.uindewijk.nl/overvecht/artikel/1006>

bewoners (zie hoofdstuk 3) vinden het belangrijk om te laten zien hoe de wijk echt is. Dat betekent dat er niet alleen positief nieuws mag worden verteld, want "dan wordt het nep". Een centraal vraagstuk van *U in de Wijk* is hoe de negatieve beeldvormingspiraal te doorbreken die voortkomt uit het stigma 'probleemwijk' en op een constructieve wijze bij te dragen aan de samenhang in de wijk, terwijl bewoners zich toch serieus genomen voelen in hun kritiek op en verschillende ervaringen van de wijk. Dit is geen eenvoudige opdracht want het vraagt van de wijkjournalisten om zowel goed te luisteren naar bewoners en hun unieke verhalen een platform te bieden, als in deze verschillende stemmen samenhang te ontdekken en deze goed te verwoorden en - het is immers televisie - te verbeelden. De niet geringe opgave van *U in de Wijk* is om zowel de gemeenschap een dienst te bewijzen, als goede journalistiek op wijkniveau te bedrijven.

Wanneer het vraagstuk geformuleerd wordt in termen van een sociale mensgerichte of fysieke wijkgerichte aanpak, kan het dilemma worden overstegen. *U in de Wijk* vertelt zowel verhalen over individuele mensen als over de wijk als gemeenschappelijke ruimte. Soms gaat het om het bieden van een platform voor 'wijkcommunicatie', een andere keer om leuke filmpjes over plekken en gebeurtenissen uit de buurt. Omdat beide vertelvormen de wijk en z'n bewoners 'leesbaar' maken, hebben ze een belangrijke oriënterende functie en worden ze door bewoners op prijs gesteld.

Kritisch of kwetsbaar

Wijkjournalisten onderschrijven allemaal dat het belangrijk is om een realistisch en zo nodig ook kritisch beeld van de wijk te geven. In de praktijk blijkt echter dat kritische verhalen zich moeilijker laten vertellen, al was het maar omdat ook bewoners last hebben van vooroordelen over de wijk en soms bang zijn dat hun verhaal tot repercussies kan leiden. Bovendien hebben veel mediagebruikers slechte ervaringen met een 'kritisch format'. Vaak genoeg delft in de reguliere kritische berichtgeving de nuance het onderspit en juist die nuance doet ertoe als je

middenin het probleem woont, of er dagelijks mee te maken hebt. Als het vraagstuk niet precies genoeg wordt belicht, is er altijd wel een groep of een persoon die er aanstoet aan neemt of bij wie nieuws, al was het maar door een verkeerde nadruk, 'pijn doet' (Costera Meijer, 2010).

Nog moeilijker is het om vraagstukken te behandelen waarbinnen bepaalde (groepen) wijkbewoners zelf een (kwelijke) rol vervullen. Veel wijkjournalisten hebben namelijk het gevoel dat zij als verhalenvertellers een speciale 'verantwoordelijkheid' dragen voor de wijk. Vanuit het kader van 'community journalism' is dat ook het geval. Zoals Lowrey et al. (2008) al stellen, kenmerkt deze benadering zich door intimiteit, zorgzaamheid en persoonlijke betrokkenheid. Vanuit een dergelijk kader is het vrijwel onmogelijk (zware) kritiek te uiten op de wijk en bepaalde bewoners(groepen). Bovendien wonen wijkjournalisten in de wijk, wat niet geldt voor reguliere journalisten. Dat geeft ze in vele opzichten een voorsprong, omdat ze zich de tegenstrijdige gevoelens en ambivalente reacties van bewoners beter kunnen voorstellen en daarmee preciezer kunnen verbeelden, maar hun fysieke aanwezigheid in de wijk maakt het ook lastig om sommige vraagstukken aan te snijden of bepaalde mensen aan het woord te laten. Als bewoners zijn wijkjournalisten kwetsbaar. Ze komen de hoofdpersonen van hun filmpjes immers op straat tegen en na het draaien van een bepaald item staan ze weer samen met hun 'onderwerpen' in de rij bij Albert Heijn. Deze ongemakkelijke verhouding tot de waakhondfunctie van lokale journalistiek, geeft aan dat sommige doeleinden van lokale journalistiek en community journalism zich niet zo gemakkelijk laten verenigen.

Faciliterend of coachend

Zoals gezegd bestaat er weinig wrijving tussen de wijkjournalisten en professionals. Dit betekent niet dat de wijkjournalisten geen problemen of obstakels kennen. Alle wijkjournalisten noemen de hoeveelheid tijd die ze in het project steken. De wijkjournalisten werken op vrijwillige basis, ze kunnen dus niet onbeperkt tijd in het project steken.

Een ander aspect van de vrijwillige basis waarop de wijkjournalisten werken is dat zij zich, terecht, een bepaalde vrijheid toe-eigenen als het gaat om de onderwerpkeuze van de items en manier waarop ze die maken. De wijkjournalisten hebben hun eigen interesses en werkwijze en geven aan dat ze van daaruit ook wijkjournalistiek willen bedrijven. Dit betekent dat de wijkjournalisten, anders dan professionele journalisten, maar tot op zeker hoogte 'coachbaar' zijn. Dat kan een probleem worden als zij items maken die volgens de professionals kwalitatief slecht in elkaar zitten. Omgekeerd kan het tot onenigheid leiden als de professionals hun eigen criteria (bijvoorbeeld dat je in sommige situaties afstand moet houden van je onderwerp) willen doorzetten tegen de wens van de wijkjournalist in, die juist nadrukkelijk van binnenuit het verhaal wil vertellen.



Wijkjournalist Gabriel Langenberg-Erlach

6. Conclusies en aanbevelingen

De reden voor de initiatiefnemers van *U in de Wijk* (Mitros Wonen, gemeente Utrecht en RTV Utrecht) om met wijktelevisie te starten, was tweeledig. Een eerste aanleiding was de constatering dat wijkbewoners te maken hebben met grootstedelijke problemen die samenhangen met veranderingen in het sociale en fysieke leefklimaat van de wijk. In de tweede plaats constateerden ze dat de huidige berichtgeving over de probleemwijken Overvecht en Kanaleneiland geen recht doet aan de wijze waarop bewoners hun wijk beleven. De initiatiefnemers nemen aan dat wijktelevisie de volgende functies zou kunnen vervullen om deze problemen te verminderen:

1. *U in de Wijk* zou de sociale cohesie in de wijk kunnen bevorderen. Wijktelevisie stimuleert, zo is de gedachte, bewoners hun wijk beter te leren kennen, samen te werken en actiever met hun woonomgeving bezig te zijn.
2. *U in de Wijk* zou een nieuwe manier van journalistiek bieden die wél recht doet aan de beleving van wijkbewoners. Zij vertellen hun eigen verhaal en kiezen hun eigen manier om dat verhaal te vertellen
3. *U in de Wijk* zou een nieuwe informatiebron voor overheden en woningcorporaties kunnen vormen: in plaats van onderzoeksrapporten levert het directe beleving en meningen op.

De initiatiefnemers van *U in de Wijk* verzochten ons om te onderzoeken of wijktv er ook inderdaad in slaagt 'andere' verhalen uit de wijk los te krijgen. Bovendien wilde men weten of het mogelijk was om via *U in de Wijk* andere vormen van communicatie op gang te brengen tussen de bewoners onderling en tussen de instanties en de bewoners.

Maatschappelijk en wetenschappelijk belang van het onderzoek

Er bestaan, stelden we aan het begin van dit rapport, vier redenen om aandacht te besteden aan media en probleemwijken.

Een eerste reden om wijkmedia te onderzoeken is dat er tot op heden nauwelijks beleidsmatige en wetenschappelijke aandacht bestaat voor de manieren waarop (hyper)lokale media in Nederland inzetbaar zijn om de diverse leefstijlen en culturele waarden van wijkbewoners in beeld te brengen en te duiden. In dit onderzoek hebben we beschreven hoe wijkmedia in het algemeen en *U in de Wijk* in het bijzonder van betekenis kunnen zijn voor de wijk en de wijkbewoners.

Een tweede reden voor dit onderzoek was de grote behoefte onder bewoners van zogenaamde probleemwijken aan andere nieuwsverhalen dan de landelijke en regionale berichtgeving over hun wijk. Die behoefte komt voort uit de slechte kwaliteit van de berichtgeving over deze wijken. Uit onze analyse blijkt dat reguliere

berichtgeving over probleemwijken eenzijdig, sensatiebelust en weinig informatief is en niet zonder reden de afgelopen jaren aanleiding gaf tot heftige debatten. Het nieuws over de Utrechtse wijken Kanaleneiland en Overvecht vormt, zo constateren we in een kwalitatieve en kwantitatieve analyse, geen breuk met deze traditie.

Een derde reden om aandacht te besteden aan de wijkberichtgeving is het maatschappelijke belang dat wordt toegekend aan de buurt als aangrijpingspunt voor het bevorderen van de democratische gezindheid van burgers. Met name in de grote steden leven mensen met een verschillende taal en cultuur vaak zonder wederzijdse betrokkenheid dicht op elkaar, waardoor het moeilijk is om democratische 'spelregels' te volgen. Als je elkaars dagelijkse gewoontes niet kent, wordt het moeilijker om met elkaar rekening te houden of samen te overleggen over de mores en inrichting van de buurt.

De vierde reden is dat in Nederland weinig onderzoek is gedaan naar de manier waarop wijktelevisie georganiseerd moet zijn om succes te hebben. Dat dit een belangrijke vraag is, blijkt uit het feit dat eerdere wijkjournalistieke projecten vaak een kort leven beschoren zijn. Om die reden gaat onze analyse in deze rapportage steeds gepaard met praktische aanbevelingen voor *U in de Wijk*.

1. Andere verhalen vertellen, of verhalen anders vertellen

Bewoners stellen prijs op andere verhalen, blijkt uit hoofdstuk vier. Wat er zo anders is aan die verhalen wordt hieronder uiteengezet.

Dichterbij moet ook 'dicht erop' betekenen

Reguliere media blijven in gebreke als het gaat om berichtgeving over de Utrechtse probleemwijken Kanaleneiland en Overvecht. Zowel de landelijke als de regionale media concentreren zich op een beperkt aantal thema's die het clichébeeld van de probleemwijk bevestigen en vergroten. Dat regionale media dichterbij de bron zitten, betekent niet dat zij vanzelfsprekend dichterbij de wijk zitten. Bewoners komen niet vaker aan het woord dan bij landelijke media en het perspectief van de wijk komt evenmin automatisch serieus aan bod. Bewoners willen dat wijktelevisie verhalen vertelt vanuit het perspectief van de wijk en de bewoners. Dat levert een bredere selectie van nieuws op dat vaker verteld wordt vanuit een oplossingsgericht kader.

Serieuze waarheidsvinding in plaats van leedvermaak

Bewoners hebben om twee redenen grote behoefte aan verhalen die de wijk en de vraagstukken van bewoners serieus nemen. In de eerste plaats hopen ze dat door een andere wijze van verslaggeving het stigma 'probleemwijk' aan kracht zal inboeten. Media verslaan namelijk niet alleen wat er gebeurt, maar zijn ook zelf

als actor verantwoordelijk voor de versterking van problemen in de wijk: direct, omdat journalisten –als ze al in de wijk komen– door hun aanwezigheid reacties oproepen van bewoners en, indirect, door de impact van hun berichtgeving. Deze impact blijkt uit de reacties van buurtbewoners op de reguliere berichtgeving over hun wijk. Bewoners van vooral Kanaleneiland maken zich kwaad over de manier waarop journalisten de clichés over de wijk stelselmatig reproduceren of zelfs nog aandikken. Bewoners verwijten mensen die niet in de wijk wonen, dat zij zich met enig leedvermaak verkneukelen dat het gras in Overvecht en Kanaleneiland bruiner is dan in hun eigen woonwijk. Ook denken ze dat de media dit beeld met opzet in stand houden. Door een meer gebalanceerde, realistische en herkenbare berichtgeving kunnen de media het vertrouwen van deze groep mensen terugwinnen.

Niet uitsluitend positief nieuws, maar constructieve verhalen

Journalisten gaan er niet zelden vanuit dat alternatief nieuws over de wijk, het nieuws waar bewoners op zitten te wachten, uitsluitend goed nieuws moet zijn. Dat blijkt niet het geval. Bewoners willen constructief ingekaderd, maar wel realistisch nieuws dat recht doet aan de problemen van de wijk en aan de oplossingen waaraan wordt gewerkt. Met nadruk wordt gesteld dat ze een goed nieuws show niet op prijs stellen: 'Dat is nep'.

Als *U in de Wijk* -anders dan de reguliere media- er voor zorgt dat de situatie van de wijken recht gedaan wordt in plaats van dat er wordt ingezoomd op spectaculaire incidenten, hopen bewoners dat ook mensen van buiten de wijk er kennis van nemen. Dan durven vrienden en familie weer gemakkelijker op bezoek te komen en hoeven bewoners zich minder vaak te verantwoorden voor het wonen in de wijk.

Constructieve verhalen: item Zakkenrollen

In het item over preventie van zakkenrollen wordt het onderwerp op een luchtige manier benaderd. De maakster gaat op de markt de informatiefolder - in de vorm van een hand met de tekst 'Deze hand had van een zakkenroller kunnen zijn' - testen. Ze kruipt in de huid van een zakkenroller en stopt de folder in tassen en zakken van het winkelend publiek. Vervolgens vraagt ze enkele 'slachtoffers' om een reactie. Het filmpje maakt zo op een speelse manier het probleem duidelijk. De nadruk wordt gelegd op wat mensen er zelf tegen kunnen doen. Het item werkt daardoor niet alleen waarschuwend, maar biedt ook bruikbare informatie.

Zie: <http://www.uindewijk.nl/overvecht/artikel/1031>

Gastvrijheid als journalistieke deugd voor verhalenvertellers in de wijk: onvoorwaardelijke onbevooroordeeldheid.

Als *U in de Wijk* niet in eerste instantie als feitelijk en zakelijk medium wordt beoordeeld, maar in termen van een betrokken en duidende praktijk als journalistiek verhalenverteller, kunnen wijkjournalisten misschien beter tegemoet komen aan de wensen en verlangens van uiteenlopende bewoners: verhalen die de wijk zin en richting geven. Roger Silverstone (2007) stelt daartoe een aantal nieuwe journalistieke waarden voor die elke (wijk)journalist ter harte zou moeten nemen. Een waarde die wij in het bijzonder relevant achten voor multiculturele wijken is gastvrijheid. Gastvrijheid wordt niet in brede kring erkend als een journalistieke 'deugd', toch achten wij hem relevant voor wijkjournalisten. Het is essentieel voor journalisten om 'vreemdelingen' in een bepaalde wijk welkom te heten en naar hen te luisteren.

Vreemdelingen zijn, in de traditionele betekenis van het woord, mensen die nieuw komen wonen in een wijk: allochtonen. Maar in Overvecht maken allochtone groepen substantieel deel uit van de wijk, en in het geval van Kanaleneiland zijn ze zelfs in de meerderheid. Daarmee dreigen de autochtone bewoners, hoewel ze al veel langer wonen in de wijk, in de positie van vreemdeling te raken. Dit verklaart de gevoelens van ontheemdheid en vervreemding van sommige, oudere witte wijkbewoners.

Gastvrijheid als journalistieke deugd betekent ook naar deze groep bewoners luisteren en hun vraagstukken serieus nemen.

Gastvrijheid is sterk verbonden met kwesties als rechtvaardigheid en waarheidsgetrouwheid. De journalistieke deugd gastvrijheid staat voor de het aanbieden van mediaruimte aan vreemdelingen. Niet alleen ruimte geven aan 'de ander' om te spreken, maar ook de verplichting voor journalisten om zo te luisteren dat de ander het gevoel krijgt dat hij of zij daadwerkelijk wordt gehoord.

Om de verhalen en vraagstukken van mensen die zich op dit moment miskend en ongezien voelen over de 'nieuwsdrempel' te tillen, is het van belang dat journalisten zo goed mogelijk hun eigen vooroordelen onderkennen om zo open mogelijk de 'vreemdelingen' tegemoet te kunnen treden.

Daarom gaat gastvrijheid, aldus suggereren wij, niet over het bieden van een podium aan mensen die op voorhand worden geassocieerd als 'anders' (namelijk de nieuwkomers of allochtonen), maar geldt de waarde voor alle groepen of personen die zich 'anders' voelen. Gastvrijheid betekent niet een houding waarin verhalen van 'vreemdelingen' worden getolereerd, paternalistisch bejegend of lijdzaam worden ondergaan. Journalistieke gastvrijheid gaat over een houding van onvoorwaardelijke onbevooroordeeldheid.

2. Democratische gezindheid van burgers vergroten

De Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (2004) wijst de buurt aan als nieuwe locatie voor de democratie. Naast fysieke inrichting, veiligheid en onderwijs

meent de WRR dat de sociale infrastructuur een wezenlijk terrein is waarin de buurt een meerwaarde heeft voor bewoners. Ook de Raad voor de Maatschappelijke Ontwikkeling (2007) constateert dat, naast instituties en in de grondwet vastgelegde basisprincipes, de democratische gezindheid of levenswijze van burgers een belangrijke pijler vormt van de democratie. Daarbij duidt de Raad op de rol die buurten kunnen spelen bij het bevorderen van de democratische gezindheid van burgers.

Opvallend in deze nota's is dat aan de journalistiek slechts een beperkte rol wordt toebedeeld in vraagstukken over democratie, burgerschap en participatie. Als rol voor de journalistiek denken de raden vooral aan simpelweg verslaggeving of het bevorderen van het maatschappelijke debat. In dit onderzoeksrapport hebben we aannemelijk gemaakt dat een toegankelijke en ondersteunende informatie- en communicatiestructuur zeker zo belangrijk is voor steden en buurten.

Probleem: onbegrip en vooroordelen

Momenteel versterken landelijke en regionale media het onbegrip tussen mensen in probleemwijken. Onbegrip is een belangrijke blokkade voor mensen om tot democratische omgangsvormen en een democratische overlegstructuur te komen. Als media herhaaldelijk inzoomen op 'vervaarlijk uitziende' jongeren die rondhangen op een pleintje, dan remt dit bewoners om met deze jongens in gesprek te treden. Vergelijkbare beelden bestaan over junkies, vuilniszakken op verkeerde plaatsen, onverzorgde portieken of slecht geschilderde raamkozijnen. Dergelijke beelden geven de kijker onmiddellijk de indruk dat het er in deze wijk agressief aan toegaat en dat de verloedering een feit is. De boodschap is duidelijk: verstandige mensen doen er goed aan dergelijke wijken te mijden.

Als media vooroordelen bevestigen, zeker als dit systematisch gebeurt, dan verdwijnt een belangrijke basis voor mensen om met elkaar te communiceren. Ze herkennen in de werkelijkheid van alledag niet meer de echte verveling van hangjongeren, maar uitsluitend de vermeende dreiging zoals die op televisie in beeld wordt gebracht. Ze hebben geen oog meer voor het bord dat aangeeft wanneer de corporatie met achterstallig onderhoud gaat beginnen, maar interpreteren slecht schilderwerk als teken van een achterstandsbuurt. Wijkmedia kunnen in het doorbreken van die beelden, clichés en vooroordelen een belangrijke rol vervullen, hoewel het overnemen van deze rol door de reguliere media een grootschaliger effect kan sorteren.

Niet sociale cohesie maar een vertrouwd gevoel

Sociale cohesie is een term die in de context van achterstandswijken vaak opduikt. De nota 'Samenwerken aan de Krachtige Stad' uit 2004 stelt dat in grote steden verhoudingsgewijs veel achterstand bestaat en mensen er vaak zonder wederzijdse

betrokkenheid dicht op elkaar leven met grote verschillen in taal en cultuur. Volgens de initiatiefnemers van *U in de Wijk* kan wijktelevisie de sociale cohesie in de wijk bevorderen. Wijktelevisie stimuleert, zo is de gedachte, dat bewoners hun wijk beter leren kennen, gaan samenwerken en zo actiever met hun woonomgeving bezig te zijn. In hoofdstuk 3 zetten we echter uiteen dat gebrek aan sociale cohesie in een wijk niet het grootste probleem is. Niet het ontbreken van gemeenschappelijke normen en waarden, maar veel fundamenteeler, het niet vertrouwd zijn met verschillen tussen mensen –vaak op een veel alledaagser niveau– zorgt ervoor dat mensen met miscommunicatie te maken krijgen. Dus als mensen elkaar begrijpen, hoeven ze niet dezelfde waarden te hebben om toch met elkaar te kunnen communiceren.

Voorspelbaarheid en vertrouwdheid met elkaars gewoontes

Eén van de eigenschappen van probleemwijken als Overvecht en –meer nog– Kanaleneiland is de culturele mengelmoes. Mensen met verschillende achtergronden wonen dicht op elkaar en krijgen in het dagelijks leven met elkaars ‘vreemde’ gewoontes en gebruiken te maken. Het onjuist interpreteren van de alledaagse routines, hebbelikheden en tradities van ‘de ander’ leidt tot onbegrip, irritatie en angst. Sommige bewoners voelen zich daardoor ontheemd, alsof ze een buitenstaander zijn in hun eigen wijk.

Wijkmedia kunnen helpen met het duiden van de onderlinge verschillen en op die manier de wijk ‘leesbaar’ maken voor de bewoners. Door buurtgenoten en situaties beter te leren voorspellen, kan de buurt meer vertrouwd worden en het thuisgevoel toenemen. Door bijvoorbeeld uit te leggen dat Marokkaanse jongeren slechts uit verveling hangen en niet uit kwade wil, boezemen ze bewoners minder angst in. De media ontkrachten op die manier clichés, doorbreken stereotypen en nemen vooroordelen weg.

Tegelijkertijd kunnen media ook zelf wijkiconen tot leven brengen. Zoals de Tros de zanger Frans Bauer inzet als prototype van de gewoon gebleven gezellige Nederlander, zo kan *U in de Wijk* mensen als Sammy, de rappende straatveger, misschien laten uitgroeien tot een voorbeeldige en publieke wijkfiguur. Deze van oorspong niet-Nederlandse straatveger uit Overvecht lijkt op het eerste gezicht het type ‘onruststoker’. In het filmpje vertelt (en rapt) hij echter op inspirerende wijze hoe het overlijden van zijn vader de loop van zijn leven heeft beïnvloed. Dit item over Sammy illustreert, zo blijkt uit de reacties van geïnterviewde bewoners, op ontroerende wijze hoe *U in de Wijk* clichés kan doorbreken door de menselijkheid en uniciteit van personen te laten zien.

Samenhang op verhaalniveau

Als het gaat om gebrek aan cohesie, is het brengen van samenhang op verhalend niveau een wezenlijke taak van de media. In hoofdstuk 2 betoogden we dat

gebrek aan samenhang in het nieuws over Kanaleneiland en Overvecht een van de oorzaken zou kunnen zijn van het niet doordringen van positief nieuws tot het collectieve geheugen van mensen in de wijk. Zo laat het nieuws af en toe een tot optimisme stemmende gebeurtenis toe (bijvoorbeeld de kunstenaars die een flat in Kanaleneiland opknappen (zie H2) maar doordat deze gebeurtenis niet in verband wordt gebracht met een verhaal van twee weken eerder over flats waar je zelfs je hond nog niet in zou laten wonen, blijft de tegenstelling onbelicht en dringt het rooskleurige karakter van het nieuwsbericht onvoldoende door. Een belangrijke aanbeveling is dan ook dat als het gaat om verhalen die niet aansluiten op of zelfs lijnrecht in gaan tegen de vooroordelen en clichés van mensen, dit door wijktelevisie expliciet wordt benoemd en onderdeel wordt gemaakt van het verhaal dat wordt verteld.

3. Succesvolle wijktelevisie: welke verhalen dient U in de Wijk te vertellen?

Hoewel bewoners vrijwel allemaal benadrukken dat *U in de Wijk* realistisch moet zijn, willen ze in geen geval een herhaling van de toon en inhoud van het nationale of regionale nieuws. Als *U in de Wijk* aandacht besteedt aan onveiligheid of misdaad, aan verloedering of eenzaamheid, dan zien bewoners het liefst dat dergelijke verhalen gepaard gaan met een oplossingsgericht frame, een vrolijke en goedgehumeerde toonzetting, het gebruik van verschillende perspectieven (in plaats van hoor- en wederhoor) en een herkenbare fysieke setting. Dat betekent in de praktijk dat bewoners een voorkeur hebben voor items die het accent leggen op manieren om je veiligheid te vergroten, hoe je misdaad kunt voorkomen, verloedering kunt tegengaan, en hoe je contact kunt leggen met mensen.

De bewoners hebben voorkeuren voor bepaalde thema’s, benaderingen en onderwerpen. Ze maken daarbij onderscheid tussen verhalen over bewoners die een gemeenschappelijk sociaal referentiekader scheppen, en verhalen over de wijk die een gemeenschappelijk fysiek kader creëren. In het eerste geval staan de ervaringen van wijkbewoners centraal en in het tweede geval bekende en onbekende plekken ‘in de buurt’. In beide gevallen maken de filmpjes de wijk concreter en realistischer voor bewoners, en daarmee beter voorspelbaar.

Een belangrijk aspect van het scheppen van vertrouwen is letterlijk en figuurlijk het tastbaar en ‘aanraakbaar’ maken van de wijk(bewoners). In de praktijk betekent dit dat wijktelevisie aanleiding kan zijn om in gesprek te treden met buurtgenoten, wat voorheen niet gebeurde omdat bewoners niet durfden of geen aanleiding konden bedenken voor een praatje.

4. Gewoon hetzelfde én gewoon anders

U in de Wijk moet zowel 'gewoon hetzelfde' als 'gewoon anders' zijn dan de conventionele journalistiek. Aan de ene kant moet het community journalism bedrijven: interessante verhalen vertellen die, door het begrip van de wijkbewoners onderling te vergroten, de gemeenschap binden. Daarnaast moet *U in de Wijk* ook de functies van lokale journalistiek niet uit het oog verliezen. Bewoners geven aan dat ze niet zitten te wachten op een 'good news show' over hun wijk. Ze willen dat belangrijke verhalen over hun wijk verteld worden, waartoe – juist in probleemwijken – ook de negatieve verhalen over de wijk en haar bewoners behoren.

Voor wijkmedia is het om twee redenen lastig om kritische verhalen te vertellen. In de eerste plaats ervaren wijkjournalisten een interne blokkade. Zij vinden het lastig om te kritische items te maken. De oorzaak hiervan is tweeledig: ze zijn bang het vertrouwen van de bewoners kwijt te raken, en ze zijn kwetsbaar omdat ze zelf ook in de wijk wonen. Een mogelijke oplossing zou zijn om dit type verhalen door te geven aan de journalisten bij RTV Utrecht. Omdat zij verder weg staan van de wijk zullen ze minder snel persoonlijke hinder ondervinden van het berichten over negatieve kwesties. Een tweede reden hangt samen met wijkbewoners die niet als bron willen fungeren. Zij geven aan zich te kwetsbaar te voelen. Angst voor het stempel 'racist' of voor represailles van betrokkenen, blijkt diep te zitten. Een voorbeeld is de 53-jarige Hanneke Denenkamp, bewoner van Kanaleneiland. In de twee diepte-interviews vertelde ze ons openhartig over haar wens 'op de achtergrond' misstanden in de wijk aan de kaak te willen stellen. Op televisie zou ze echter nooit iets zeggen over misstanden, vanwege de onvoorspelbaarheid van de reacties: 'Ze kunnen zomaar je ruiten inslaan'.

Dit dilemma waar bewoners mee kampen (verandering teweeg willen brengen maar daar niet aan mee durven werken) lost zichzelf gedeeltelijk op als wijkmedia erin slagen om het wederzijdse begrip te vergroten. Als wijktelevisie tafereeltjes die sommige bewoners angst aanjagen (van blaffende honden tot en met hangjongeren) toont en verklaart, neemt de voorspelbaarheid van het gedrag van honden en jongeren toe waardoor de angst afneemt. Toch zit het probleem niet alleen in onbegrip en wantrouwen, maar is angst ook een reële kwestie. Als bepaalde wijkbewoners in de berichtgeving van *U in de Wijk* in een kwaad daglicht gesteld zouden worden (bijvoorbeeld vanwege asociale of zelfs criminele activiteiten) is de kans aanwezig dat niet alle boosdoeners dit met evenveel gratie accepteren. Een mogelijke oplossing hiervoor is een digitale klaagmuur op de website van *U in de Wijk*. Daar kunnen bewoners op een anonieme en dus veilige manier misstanden aan de kaak stellen. Ze blijven zelf buiten schot, en wijkmedia kunnen toch de verhalen vertellen die van belang zijn voor het verbeteren van het leefklimaat in de wijk.



Wijkjournalist Sila Ramsiekoensing

Literatuur

- Aalberts, Chris (2006). *Aantrekkelijke politiek? Een onderzoek naar jongeren en popularisering van politiek*. Amsterdam: Het Spinhuis.
- Bakker, Piet (2002). *Persfusies en Oplage-Ontwikkelingen in Nederland 1983-2001*. Paper voor Etmaal van de Communicatiewetenschap. Universiteit van Amsterdam.
- Ball-Rokeach, Sandra J., Kim, Yong-Chan, & Matei, Sorin (2001). Storytelling Neighbourhood: Paths to Belonging in Diverse Urban Environments. *Communication Research*, 28(4), 392-428.
- Barkin, Steve M. (1984). The journalist as storyteller: an interdisciplinary perspective. *American Journalism*, winter, 27-33.
- Berkhout, Hans (2009). *Burgerjournalistiek: De Hype Voorbij*. www.dejournalist.nl/achtergronden/bericht/burgerjournalistiek-de-hype-voorbij, verkregen op 3 mei 2010.
- Bird, Elizabeth S. & Dardenne, Robert. W. (2008). News as myth and storytelling: Lessons and challenges. In: Wahl-Jorgenson, Karin. & Hanisch, Thomas. (Eds). *Handbook of Journalism*. New York: Routledge, p. 205-217.
- Blokland, Talja (2008). *Oog voor Elkaar, Veiligheidsbeleving en Sociale Controle in de Grote Stad*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Brink, Gabriel van den (2004). *Schets van een Beschavingsoffensief: Over Normen, Normaliteit en Normalisatie in Nederland*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Brower, Sidney (1996). *Good Neighborhoods: A Study of In-Town and Suburban Residential Environments*. Westport, CT: Praeger Publishers.
- Chung, Deborah Soun (2007). Profits and Perils. Online News Producers Perceptions of Interactivity and Uses of Interactive Features. *Convergence*, 13(1), 43-61.
- Clarke, Susan E. & Gaile, Gary L. (1998). *The Work of Cities*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Costera Meijer, Irene (2008). 'Ons eigen' AT5. *Op Zoek naar de Maatschappelijke Betekenis van AT5 als Publieke Omroep voor Amsterdam en Amsterdammers*. Onderzoeksrapport. Amsterdam: VU/UvA.
- Costera Meijer, Irene, Arendsen, Jolien & Merks, Mark (2009). *Participerende Journalistiek: Kans of Bedreiging? Inventarisatie van Participerende Journalistiek in Nederland*. Zwolle, lectoraat Media & Civil Society.
- Costera Meijer, Irene (2010). Democratizing Journalism: Realizing the Citizen's Agenda for Local News Media. *Journalism Studies*, 11(3), 327-342.
- Dean, Jo and Hastings, Annette (2000). *Challenging Images, Housing Estates, Stigma and Regeneration*. Bristol: The Policy Press.
- Dilek (2005). *Een grappige gebeurtenis*. www.geheugenvanoost.nl/page/2761/nl, verkregen op 3 mei 2010.
- Dirks, Jeroen (2009). Burgerjournalistiek potentiële zegen voor media. www.spreekbuis.nl/content/1108/%E2%80%98Burgerjournalistiek_potenti%C3%ABle_zegen_voor_media'.html, verkregen op 3 mei 2010.
- Domingo, David, Quandt, Torsten, Heinonen, Ari, Paulussen, Steve, Singer, Jane B. & Vuinovic, Marina (2008). Journalism Practices in the Media and Beyond. An International Comparative Study of Initiatives in Online Newspapers. *Journalism Practice*, 2(3), 326-342.
- Duyvendak, Jan Willem (2009). Thuisvoelen: Een Korte Introductie op Drie Artikelen. *Sociologie*, 5(2), 257-260.
- Eikelenboom, Katinka & Pas, Gerrit (2009). *Banen of barbecues? Kanaleneiland als case study van het wijkbeleid*. Utrecht: Wetenschappelijk Bureau GroenLinks
- Evers, Huub (2008). *Boschveld 55: Een Concept met Toekomst*. www.denieuwereporter.nl/2008/06/boschveld-55-een-concept-met-toekomst/, verkregen op 3 mei 2010.
- Finnegan, John R. & Viswanath, Kasisomayajula (1988). Community Ties and Use of Cable TV and Newspapers in a Midwest Suburb. *Journalism Quarterly*, 65(2), 456-463.
- Goffman, Erving (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Doubleday.
- Goffman, Erving (1966). *Behavior in Public Places*. New York: The Free Press.
- Heider, Don, McCombs, Maxwell & Poindexter, Paula M. (2005). What the Public Expects of Local News: Views on Public and Traditional Journalism. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 82(4), 952-967.
- Hermes, Joke (2006). Citizenship in the Age of Internet. *European Journal of Communication*, 21(3), 295-309.
- Hermida, Alfred & Thurman, Neil (2008). A Clash of Cultures: The Integration of User-Generated Content Within Professional Journalistic Frameworks at British Newspaper Websites. *Journalism Practice*, 2(3), 343-356.
- Hietbrink, Niek (2009). *Prachtjournalistiek?* Zwolle, lectoraat Media & Civil Society.
- Kim, Yong-Chan & Ball-Rokeach, Sandra J. (2006). Neighborhood Storytelling Resources and Civic Engagement: A Multilevel Approach. *Human Communication Research*, 32(4), 411-439.
- Land, Marco, van der & Laan Bouma-Doff, Wenda, van der (2010). *Keuzevrijheid op Maat voor Bewoners van Arme Buurten*. In press.
- Lauterer, Jock (2006). *Community Journalism: A Personal Approach*. Chapel Hill: University of North Carolina.
- Lewis, Seth C. (2010). Citizen Journalism: Motivations, Methods, and Momentum. In Maxwell McCombs, Amber Willard Hinsley, Kelly Kaufhold & Seth C. Lewis (Eds.), *The Future of News: An Agenda of Perspectives*. San Diego: Cognella, p. 59-76.
- Lewis, Seth C., Kaufhold, Kelly, & Lasorsa, Dominic L. (2010). Thinking about Citizen Journalism: The Philosophical and Practical Challenges of User-Generated

Content for Community Newspapers. *Journalism Practice*, 4(2), 163-179.

Livingstone, Sonia (2009). On the mediation of everything: ICA Presidential Address 2008. *Journal of Communication*, 59(1), 1-18.

Lowrey, Wilson, Brozana, Amanda, MacKay, Jenn Burleson (2008). Toward a Measure of Community Journalism. *Mass Communication and Society*, 11(3), 275-299.

Moy, Patricia, McCluskey, Michael R., McCoy, Kelley, & Spratt, Margaret A. (2004). Political Correlates of Local News Media Use. *Journal of Communication*, 54(3), 532-546.

O'Sullivan, John & Heinonen, Ari (2008). Old Values, New Media: Journalism Role Perceptions in a Changing World. *Journalism Practice*, 2(3), 357-371.

Paulussen, Steve, Heinonen, Ari, Domingo, David & Quandt, Torsten (2007). Doing it Together: Citizen Participation in the Professional Newsmaking Process. *Observatorio Journal*, 1(3), 131-154.

Paulussen, Steve & Ugille, Pieter (2008). User Generated Content in the Newsroom. Professional and Organisational Constraints on Participatory Journalism. *Westminster Papers on Culture and Communication* (WPCC), 5(2), 24-41.

Permentier, Mathieu (2003). *De reputatie van Nederlandse concentratiebuurten. Een onderzoek naar de reputatie van Kanaleneiland*. Masters Thesis, Universiteit van Utrecht.

Ross, Karen (2007). The Journalist, the Housewife, the Citizen and the Press: Women and Men as Sources in Local News Narratives. *Journalism*, 8(4), 449-514.

Rietman, Jan (2007). *Actieve Regionale Pers en Dualisme*. Openbaar Bestuur.

Ryfe, David M. (2009). Broader and Deeper: A Study of Newsroom Culture in a Time of Change. *Journalism*, 10(2), 197-216.

Sampson, Robert, Raudenbush, Stephen & Earls, Felton. (1997). Neighborhoods and violent crime: a multilevel study of collective efficacy. *Science*, 277(5328), 918-924.

Severin, Werner J. & Tankard, James W. (2001). *Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media*. New York: Longman.

Silverstone, Roger (2007). *Media and Morality. On the Rise of the Mediapolis*. Cambridge: Polity Press.

Tonkens, Evelien, Uitermark, Justus & Ham, Marcel (2006). *Handboek Moraliseren. Burgerschap en Ongedeelde Moraal*. Amsterdam: Van Gennep.

Wacquant, Loïc (1993). Urban Outcasts: Stigma and Division in the Black American Ghetto and the French Urban Periphery. *International Journal of Urban and Regional Research* 17(3), 366-383.

Wilson, William Julius (1996). *When Work Disappears. The World of the New Urban Poor*. New York: Alfred A. Knopf.

Onderzoeksrapporten en nota's

Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties (2004). *Samenwerken aan de Krachtige Stad: Uitwerking van het stelsel Grotestedenbeleid 2005-2009* (GSB-III), Den Haag (bestuurlijk overleg 8 april).

Raad voor het Landelijk Gebied (2009). *Braakliggend Veld: Advies over de Toekomst van het Landelijk Gebied*. Utrecht, RLG publicatie 09/08.

Raad voor de Maatschappelijke Ontwikkeling (2007). *Vormen van Democratie*. Amsterdam: Uitgeverij SWP.

Bestuursinformatie Gemeente Utrecht (2008). *Utrecht Wijkenmonitor*. www.utrecht.nl/images/Secretarie/Bestuursinformatie/Publicaties2008/WM2008/wijkenmonitor_2008.pdf

Bestuursinformatie Gemeente Utrecht (2008). *Utrecht Wijkenmonitor*. www.utrecht.nl/images/Secretarie/Bestuursinformatie/Publicaties2009/pdf/wijkenmonitor2009.pdf

Utrecht buurtmonitor (2010). <http://utrecht.buurtmonitor.nl>

Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (2004). *De Staat van de Democratie, Democratie Voorbij de Staat*. Amsterdam: Amsterdam University Press.

Stichting Vrienden van U in de Wijk (2009). *Projectplan U in de Wijk*. Intern document.

Bijlage I: Wat is *U in de Wijk*?

U in de Wijk is een multimediaal pilot-project dat sinds 16 september 2009 wijktelevisie maakt voor en door wijkbewoners in de Utrechtse 'probleemwijken' Kanaleneiland en Overvecht en dat wordt gefaciliteerd door een coördinator en videoprofessionals. Het is een initiatief van woningcorporatie Mitros, de gemeente Utrecht en RTV Utrecht. Reden voor dit project was de constatering dat de wijkbewoners niet alleen te maken hebben met grootstedelijke problemen samenhangend met veranderingen in het sociale en fysieke leefklimaat van de wijk, maar bovendien ernstig lijden onder de discrepantie tussen de externe reputatie van hun wijk (de wijze waarop de wijk keer op keer negatief in het nieuws komt) en het beeld dat mensen zelf van hun wijk hebben. Hun wijkbeleving komt met andere woorden niet overeen met het beeld dat door landelijke en regionale media van deze wijken wordt geschetst.

Opzet van het project

U in de Wijk is ontwikkeld naar het voorbeeld van *Cineac Pietje Bell* in Rotterdam. *Cineac Pietje Bell* is een wijkjournalistiek project voor en door bewoners, dat inmiddels in negen Rotterdamse wijken loopt. Volgens de oprichter van *Pietje Bell* willen en kunnen wijkbewoners hun eigen nieuws maken. Wim Nottroth is door de initiatiefnemers van *U in de Wijk* gevraagd om het project te helpen opzetten en wijkjournalisten te trainen.

Begin 2009 is gestart met de ontwikkeling van het project *U in de Wijk*. Er werd een coördinator aangesteld, waarbij bewust werd gekozen voor iemand zonder journalistieke achtergrond (de coördinator is fotograaf en filmmaker). Vervolgens zijn via verschillende wijkinstanties en huis-aan-huisbladen oproepen gedaan voor deelnemers aan het project. De coördinator voerde twintig gesprekken met potentiële deelnemers en selecteerde daaruit tien bewoners. De bewoners werken op vrijwillige basis, met hen is afgesproken dat zij één dag per week investeren in *U in de Wijk*. Deze mensen vormen twee redacties: één in Kanaleneiland en één in Overvecht.

Om het project praktisch te ondersteunen werden twee professionele begeleiders aangenomen die ervaring hadden als journalist en editor. Elke redactie krijgt ondersteuning van een begeleider, die in principe 2,5 dagen per week voor het project werkt.

De bewoners maken zelf hun programma's: onderwerpen verzinnen, interviews doen, reportages maken, filmen en monteren. In mei en juni kregen de redactieleden een training van de coördinator en oprichter van *Cineac Pietje Bell*. Hierin werd aandacht besteed aan praktische zaken, zoals hoe een camera werkt, maar ook journalistieke

vaardigheden zoals interviewen en creëren van een spanningsboog. Vanaf juni begonnen de wijkjournalisten met het maken van filmpjes, met als doel te oefenen en om vast wat filmpjes te maken voor de opening van *U in de Wijk*.

Het doel is dat elke redactie per week tien minuten televisie maakt, wat neerkomt op drie tot vijf items per week. De programma's zijn te zien op UStad (via de kabel op kanaal 12/224,25 Mhz) de televisiezender voor de stad Utrecht en worden 's avonds een aantal keer herhaald. Ze zijn ook te bekijken op de website www.uindewijk.nl. Elke dinsdag om 18.00 uur is de beurt aan *U in de Wijk* Overvecht, elke woensdag 18.00 uur zendt *U in de Wijk* Kanaleneiland uit. De start van uitzendingen van *U in de Wijk* vond plaats op 16 september.

Bijlage II: Omschrijving van Kanaleneiland en Overvecht

De bouw van Kanaleneiland en Overvecht maakte deel uit van het structuurplan tot 1970, een plan voor grootschalige uitbreiding van de stad Utrecht in de jaren vijftig. Deze wijken, samen met Hoograven, moesten de grote naoorlogse woningnood oplossen. Kanaleneiland moest ruimte bieden aan 30.000 en Overvecht aan 45.000 Utrechtenaren. De wijken hebben zich op verschillende manieren ontwikkeld.

Kanaleneiland

De bouw van Kanaleneiland begon in 1957 en werd als voltooid beschouwd in 1971. De wijk is opgezet volgens de idealen van de functionele stad. Er werd een strikte scheiding tussen wonen, werken en recreëren gerealiseerd. De woongebieden waren ruim opgezet en werden van elkaar gescheiden door forse sport- en groenvoorzieningen. Kanaleneiland heeft onder Utrechtenaren enige tijd bekendheid genoten als 'Rozeneiland', vanwege de vele rozenperken die in het openbaar groen waren geplant. Nog altijd kenmerkend voor Kanaleneiland zijn de vierlaags portiekflats, al zijn er door de vernieuwing van de jaren negentig ook meer eengezinswoningen en andersoortige flats gebouwd. Samen met de bouw van bedrijventerreinen aan de rand van Kanaleneiland en alle voorzieningen in de buurt moest het een stad op zich vormen waar de bewoners hun hele leven konden blijven wonen.

De aanvankelijke bewondering voor Kanaleneiland maakte al snel plaats voor ontevredenheid. Waren de woningen voor jaren zestig begrippen nog redelijk groot en modern, een decennium later keerde de middenklasse – voor wie de wijk oorspronkelijk was gebouwd – Kanaleneiland de rug toe. Hun plaats is geleidelijk ingenomen door nieuwkomers, vooral niet-westerse allochtonen. Zij vormen nu al jarenlang een meerheid in de wijk. Op dit moment is nog geen kwart van de inwoners van autochtone afkomst (22,3%). De groep inwoners met een Marokkaanse achtergrond is in Kanaleneiland met circa veertig procent het grootst. Er wonen relatief veel uit Turkije afkomstige Nederlanders in de wijk (18,4%).

Kanaleneiland wordt door haar bewoners slecht gewaardeerd, al lijkt de wijk na jaren onderaan de ranglijst te hebben gebungeld nu de weg omhoog te vinden. Vooral de criminaliteit in de wijk, de hangjongeren en de bevolkingssamenstelling werden lange tijd als een groot probleem gezien (zie Bestuursinformatie Gemeente Utrecht, 2003a). In het afgelopen jaar 'scoort' Kanaleneiland een stuk beter als het gaat om criminaliteit en overlast, maar desondanks staat de wijk nog helemaal

onderaan in de rangorde als het gaat om de reële veiligheid in Utrechtse wijken (zie Wijkenmonitor Utrecht, 2009, p. 10).

Wel wordt de wijk in zijn geheel door de bewoners beter gewaardeerd. Gaf in 2006 nog bijna zestig procent van de inwoners aan 'niet gehecht te zijn aan de buurt', in 2008 gold dat slechts voor een derde van de inwoners. Ook zijn de bewoners een stuk tevredener over de jongerenvoorzieningen in Kanaleneiland: in 2006 zei 16,1% tevreden te zijn tegen 27,8% in 2008. Daarnaast is het aandeel van de bewoners dat zich verantwoordelijk zegt te voelen voor de wijk gestegen met een kleine 7% (van 65% naar 71,7%) (Wijkenmonitor Utrecht, 2009).

Overvecht

Overvecht is een ruim opgezette en groene wijk. Het type woningbouw is aanzienlijk anders dan in Kanaleneiland: de wijk heeft het hoogste aandeel flats (78%) en sociale huurwoningen (74%) van Utrecht. De flats zijn over het algemeen ook hoger (10 verdiepingen), waardoor er meer woningen op één portiek uitkomen.

Net als in Kanaleneiland is de bevolkingssamenstelling van Overvecht de afgelopen tien tot vijftien jaar sterk veranderd, waarbij autochtone bewoners plaatsgemaakt hebben voor bewoners van niet-westerse afkomst. De autochtone bewoners vormen op dit moment nog wel de grootste groep in Overvecht (47,8%), gevolgd door van oorsprong Marokkaanse bewoners (21,3%).

De sociale cohesie in Overvecht is lager dan in de stad. De bewoners zijn minder gehecht aan de wijk en zo'n 11% geeft aan onvoldoende sociale contacten te hebben in de buurt. Toch is het algemeen buurtoordeel de afgelopen jaren gestegen tot een (nog altijd lage) score van 5.5. De veiligheid staat er, ondanks duidelijke verbeteringen, op Kanaleneiland na het slechtst voor van alle Utrechtse wijken.

Bijlage III: Methode

Het onderzoek bestaat uit drie samenhangende deelonderzoeken. Het eerste onderzoek betreft de aard en omvang van de reguliere berichtgeving over Kanaleneiland. Het tweede, en centrale, onderzoek gaat over de ervaring van wijkbewoners met reguliere berichtgeving over de wijk en hun wensen en verwachtingen ten aanzien van wijktelevisie. Het derde onderzoek is een analyse van de verwachtingen, motieven en doelen van de deelnemende organisaties, de betrokken professionals en de wijkjournalisten zelf.

In de volgende paragrafen wordt per deelonderzoek besproken wat de aanpak was en eventueel welke mensen zijn geïnterviewd.

Ad H2. Onderzoek naar berichtgeving

We onderzoeken of de aanleiding van het project, voortkomend uit de aanname dat het landelijke en regionale nieuws eenzijdig is en systematisch de werkelijkheid vertekend, 'terecht' is.

De analyse van de berichtgeving werd gecoördineerd en grotendeels uitgevoerd door Mark Merks en drs. Jolien Arends. Het betreft in eerste instantie een automatische inhoudsanalyse betrekking hebbend op berichten waarin minimaal eenmaal in de lopende tekst wordt gerefereerd aan de wijk Kanaleneiland als onderwerp van de zin.

Deze berichten waren afkomstig uit de vijf landelijke kranten - Algemeen Dagblad, De Telegraaf, De Volkskrant, NRC Handelsblad en Trouw - en het regionale dagblad AD/Utrechts Nieuwsblad. Om deze data te vergaren is gebruik gemaakt van het digitale archief van databank LexisNexis. Vervolgens is de berichtgeving over Wittevrouwen gekozen als vergelijkingsmateriaal, omdat deze wijk in 2008 te boek stond als de veiligste buurt van Utrecht (Utrechtse Wijkmonitor, 2008).

Besloten is om te kijken naar de artikelen die vanaf 1 januari 2007 tot 31 oktober 2009 zijn gepubliceerd. Waar in het geval van Kanaleneiland en Wittevrouwen het mogelijk was om de gehele periode 1 januari 2007 tot 31 oktober 2009 te coderen, was het wat betreft Overvecht noodzakelijk om wat de regionale berichtgeving betreft een steekproef te nemen. De term 'Overvecht' levert in het archief van de regionale krant AD/Utrechts Nieuwsblad namelijk ruim vijftienhonderd artikelen op. In totaal zijn 11 maanden uit drie opeenvolgende jaren geanalyseerd. Uit 2007 zijn de maanden januari, april, juli en november volledig geanalyseerd. Uit 2008 zijn de maanden februari, mei, augustus en december volledig geanalyseerd. Uit 2009 zijn de maanden maart, juni en september volledig geanalyseerd. De

spreiding van maanden is zo gekozen om te voorkomen dat bepaalde jaarlijkse agendapunten, zoals de Sinterklaasviering, de dataset zouden vervuilen. Alle seizoenen en kwartalen zijn in deze steekproef vertegenwoordigd. Het is kortom een representatieve steekproef waarvan de resultaten te vergelijken zijn met andere data. Om de resultaten in het verslag niet alleen qua percentages, maar ook qua absolute aantallen vergelijkbaar te maken, zijn de regionale data van Overvecht geëxtrapoleerd naar de volledige periode van 34 maanden.

Alle treffers die de zoekterm 'Kanaleneiland', 'Overvecht' of 'Wittevrouwen' in het archief van de geselecteerde krant opleverde, zijn vervolgens bekeken. Niet alle treffers zijn geanalyseerd en verwerkt in de dataset, omdat ze niet allemaal relevant zijn voor nadere inspectie. Zo zijn serviceberichten (berichten over bijvoorbeeld wegwerkzaamheden, de tv-gids, expositieoverzichten, etcetera) niet geanalyseerd. Ook lezersbrieven zijn uitgesloten: het betreft immers geen redactietekst. Zoeken in LexisNexis levert soms ook dubblures en éénregelige aankondigingen op. Deze dubbelgangers en ankeilers zijn ook niet interessant voor nadere inspectie. Verder zijn verwijzingen naar Kanaleneiland in bijvoorbeeld opsommingen niet meegenomen. Ook de korte nieuwsberichten, de eenkolomsberichten van minder dan honderd woorden, zijn niet meegenomen. Dat heeft twee redenen. De allereerste is pragmatisch van aard: het coderen van ruim tweeënhalf jaar aan berichtgeving in zes kranten over twee wijken is veel werk. Een selectie moest gemaakt worden en het bekijken van langere artikelen over een grotere periode is door ons waardevoller geacht dan het bekijken van een kortere periode met kort nieuwsberichten. De tweede reden is inhoudelijk van aard: het gaat in dit onderzoek om de wijze waarop journalisten schrijven over en werken in de betreffende wijken. Brongebruik en genrekeus zijn daarin belangrijke variabelen. Eenkolommers voldoen bijna per definitie niet aan een aantal variabelen (daarover zo meer) waar het in het onderzoek specifiek om draait.

In totaal werden 475 artikelen over Kanaleneiland geanalyseerd, 67 over Wittevrouwen en 238 over Overvecht. Dit zijn artikelen die daadwerkelijk gaan over de verschillende wijken.

Alle artikelen die de selectieprocedure hebben overleefd, zijn vervolgens gecodeerd aan de hand van tien variabelen. Sommige variabelen, zoals de krant van plaatsing, de datum waarop het artikel in die krant stond, en het jaar van publicatie, zijn bedoeld om de procedure transparant te maken en het mogelijk te maken datasets te vergelijken. Daarnaast is geanalyseerd op: positieve of negatieve teneur; thema; framing van de wijk; aanwezigheid van de journalist in de wijk; het gebruik van bronnen. Ook is gekeken naar de aard en ernst van de onderwerpen die zijn behandeld (gaat het bijvoorbeeld over roofovervallen of over het probleem dat er niet genoeg parkeerplaatsen zijn voor bakfietsen) en de samenhang van het nieuws

(staan berichten op zich of wordt er een verband gelegd tussen de onderlinge berichten).

Operationalisering

Het beoordelen of een artikel een positieve of negatieve van teneur heeft, is een lastige kwestie. Daarom is besloten om te beoordelen of de gebeurtenis of trend zich positief of negatief ontwikkelt. Woordkeus speelt daarin een grote rol. Artikelen die draaien om onderwerpen die worden aangekondigd als 'probleem' (wanneer er sprake is van ruzie of onenigheid, wanneer algemeen als negatief aanvaarde zaken als criminaliteit of vandalisme toenemen, wanneer politici of wijkbewoners zich negatief uitlaten, of wanneer sprake is van criminele handelingen) zijn als negatief gecodeerd. Artikelen waarin mensen zich positief uitspreken over gebeurtenissen, en waarin bericht wordt van toename van in het algemeen als positief ervaren onderwerpen als werkgelegenheid, geluk en sociale veiligheid, zijn gecodeerd als positief. De keus om het zo te doen heeft tot gevolg dat bijvoorbeeld berichten over daling van de criminaliteit in Kanaleneiland naar een niveau dat voor andere wijken nog steeds niet acceptabel is, gecodeerd worden als positief. Criminaliteitsdaling is immers positief: start- en eindniveau kunnen in die beoordeling geen rol spelen. Daar staat tegenover dat een artikel over parkeerproblematiek in Wittevrouwen (moeders kunnen op het schoolplein de bakfiets niet kwijt) als negatief wordt gecodeerd.

De analyse op thema's is gedaan op basis van de vooraf geformuleerde verwachting dat de focus zal liggen op de wijk als probleemwijk. Daarom hebben wij vijf brede categorieën en één restcategorie gecreëerd.

De categorie 'Criminaliteit & Misdaad' draait om artikelen waar sprake is van directe criminele handelingen, bijvoorbeeld diefstal. Ook rechtszaken, arrestaties, en andere berichten waarbij sprake is van misdadige handelingen vallen in deze categorie.

De tweede categorie, 'Sociale omgeving, (on)veiligheid & leefbaarheid', draait niet om directe criminele handelingen, maar bijvoorbeeld om vandalisme waarbij geen aanwijsbare dader te vinden is. Ook zaken als onveiligheidsgevoelens en de jaarlijkse wijkmonitoren vallen in deze categorie.

De derde categorie, 'Wijkopbouw – publiek niveau', is nauw verwant aan 'Sociale omgeving, (on)veiligheid & leefbaarheid'. Het verschil zit in het feit dat de focus in categorie 'Wijkopbouw – publiek niveau' ligt op de wijze waarop publieke actoren zoals overheidsinstellingen en semi-overheid proberen om door middel van projecten en beleid de wijk te verbeteren. Wanneer sprake is van een artikel dat in beide categorieën lijkt te vallen, zijn kop en intro doorslaggevend. Wanneer in het intro gesproken wordt over een (semi-)overheidsproject, of woordvoerders van instanties aan het woord komen, valt het artikel in de categorie 'Wijkopbouw – publiek niveau'. Wanneer in het intro gesteld wordt dat burgers na een reeks tasjesroven

bang zijn om de straat op te gaan, valt het in categorie twee. En het bericht over de daadwerkelijke tasjesroof valt in de categorie 'Criminaliteit & Misdaad'.

De vierde categorie 'Wijkopbouw – particulier initiatief' draait niet om wijkverbetering door overheid of aanverwanten, maar door particuliere organisaties. De vijfde categorie, 'Politiek/verkiezingen', draait om de berichtgeving over verkiezingen en hun campagnes, maar ook om politieke handelingen op gemeentelijk en landelijk niveau. Wanneer een politieke partij de media zoekt en uitspraken doet over een gebeurtenis zonder dat daar concrete handelingen aan vastzitten, valt het artikel in de categorie 'Politiek/verkiezingen'.

De zesde categorie is de restcategorie 'Anders'. Alle berichtgeving die niet in de eerdere vijf categorieën valt, komt in deze categorie. Het is onze verwachting dat deze categorieverdeling goed past bij de wijken Overvecht en Kanaleneiland, maar niet aansluit bij Wittevrouwen.

Om de **framing** van het artikel te bepalen is gekeken of naar de wijken werd verwezen als probleemwijk (of Vogelaarwijk, kracht- of prachtwijk). Daarnaast is gekeken naar woordkeuzes en beschrijvingen om te bepalen of het artikel probleemgericht is en wat de ernst van de problemen is. Artikelen die draaien om onderwerpen die worden aangekondigd als 'probleem' (wanneer er sprake is van ruzie of onenigheid, wanneer algemeen als negatief aanvaarde zaken als criminaliteit of vandalisme toenemen, wanneer politici of wijkbewoners zich negatief uitlaten) zijn gecodeerd als negatief.

Om de **aanwezigheid van een journalist** in de wijk te achterhalen, is gekeken naar aanwezigheid van sfeer- of locatiebeschrijvingen. Of de journalist in de wijk is geweest, is gemakkelijk te bevestigen aan de hand van woordconstructies. Wanneer de journalist een plek in de wijk, een persoon of het weer beschrijft, dan moet deze ter plekke zijn geweest. Wanneer de journalist verslag doet van een raadsvergadering, en schrijft wat er tijdens die vergadering plaatsvindt, wie op welk moment wat zegt, dan is aannemelijk dat de journalist ter plekke was. Wanneer markers als deze ontbreken, is het artikel gecodeerd als 'onduidelijk', wat dus niet wil zeggen dat de journalist er niet geweest kan zijn, maar dat het niet uit het verhaal valt op te maken.

Ten slotte is gekeken naar brongebruik en of **wijkbewoners geciteerd** zijn. We vroegen ons af of de journalist bewoners uit de beschreven wijk in het artikel aan het woord laat, en of hij dat doet in de hoedanigheid als wijkbewoner. Zo kan de woordvoerder van de gemeente Utrecht wellicht in Overvecht, Kanaleneiland of Wittevrouwen wonen, maar zodra zij vanwege haar werk wordt geciteerd spreekt zij natuurlijk niet als wijkbewoner. Mensen die vanwege hun functie worden geciteerd, worden niet gecodeerd in deze categorie. Voor woordvoerders van

bewonerscommissies is een uitzondering gemaakt: zij bekleden hun functie immers omdat zij in de wijk wonen.

Ad H3 & 4 Bewonersonderzoek

Het tweede subonderzoek is uitgevoerd onder bewoners en richt zich op hun ervaring met de reguliere berichtgeving over de wijk, hun beleving van de wijk en hun wensen en verwachtingen ten aanzien van wijktelevisie. Dit onderzoek is uitgevoerd op basis van diepte- en waarderingsinterviews. We hebben geprobeerd een representatieve afspiegeling van de wijken te creëren, door mensen te interviewen van verschillende leeftijden en afkomsten. In de praktijk bleek dit niet altijd even gemakkelijk: zo vormden Marokkaanse mannen een lastig bereikbare groep.

De interviews zijn voornamelijk afgenomen en uitgewerkt door studenten van de (pre)masteropleiding Journalistiek van de Vrije Universiteit Amsterdam. Zij zijn begeleid door Mariska van der Sluis en Jolien Arendsen. De interviews zijn geanalyseerd door Irene Costera Meijer, Mariska van der Sluis, Eva van Mossevelde en Marloes van Diffelen.

Diepte-interviews met wijkbewoners

In totaal zijn er 33 diepte-interviews afgenomen bij 16 bewoners van Kanaleneiland en 11 bewoners van Overvecht. Zes bewoners spraken we tweemaal, waarbij het eerste gesprek vooral ging om de wijk en wijkmedia in het algemeen en het tweede gesprek voornamelijk gericht was op de waardering van items van U in de Wijk. Het onderzoek is uitgevoerd onder alle 'potentiële kijkers' van U in de Wijk, dat wil zeggen dat in principe iedere wijkbewoner ondervraagd kon worden. Enkele bewoners vroegen we van tevoren te kijken. Zeven bewoners traden op in een item van U in de Wijk. Hieronder staat weergegeven wie we hebben geïnterviewd.

Tabel 1. Lijst met bewoners bij wie een diepte-interview is afgenomen.

| Naam | Leeftijd | Geslacht | Wijk |
|----------------------------|----------|----------|---------------|
| 1. Ahmad Moellajonov | 19 | man | Overvecht |
| 2. Ammar Massat | 47 | man | Overvecht |
| 3. Anja Stik | 65 | vrouw | Overvecht |
| 4. Anneke van Heekeren | 82 | vrouw | Kanaleneiland |
| 5. Antje Vogel | 63 | vrouw | Kanaleneiland |
| 6. Anton van Heekeren | 86 | man | Kanaleneiland |
| 7. Arlette Muis-Schommelen | 88 | vrouw | Overvecht |
| 8. Arnout Kamerlink | 54 | man | Kanaleneiland |
| 9. Bea van Beuning | 72 | vrouw | Kanaleneiland |
| 10. Bernadine Schäffer | 67 | vrouw | Kanaleneiland |
| 11. Brigitte de Koning | 42 | vrouw | Kanaleneiland |
| 12. Emilie van Heijnen | 48 | vrouw | Kanaleneiland |
| 13. Greet Bakker | 71 | vrouw | Kanaleneiland |
| 14. Hafida Khaled | 25 | vrouw | Kanaleneiland |
| 15. Hanneke Denenkamp | 53 | vrouw | Kanaleneiland |
| 16. Laurentien Oldenkamp | 77 | vrouw | Kanaleneiland |
| 17. Lisanne Andersen | 53 | vrouw | Overvecht |
| 18. Mauro Trovato | 35 | man | Kanaleneiland |
| 19. Monique Copier | 66 | vrouw | Kanaleneiland |
| 20. Naoual Becat | 41 | vrouw | Overvecht |
| 21. Nashida Akram | 35 | Vrouw | Overvecht |
| 22. Oujdia Mousson | 34 | vrouw | Overvecht |
| 23. Pamela de Vries | 24 | vrouw | Kanaleneiland |
| 24. Sef Senna | 37 | man | Kanaleneiland |
| 25. Sven van der Mare | 45 | man | Overvecht |
| 26. Thomas van Tocht | 38 | man | Overvecht |
| 27. Timon de Jager | 57 | man | Overvecht |

In de interviews stonden vier aspecten centraal: de problemen die bewoners verbinden met de huidige berichtgeving over hun wijk, de ervaring en beleving van de wijk, wat *U in de Wijk* voor de bewoners kan betekenen, en de waardering voor *U in de Wijk*. De interviews werden gehouden aan de hand van een semi-gestructureerde vragenlijst en vonden veelal plaats bij de bewoners thuis. Elk interview duurde één tot anderhalf uur. Alle interviews zijn opgenomen, getranscribeerd en vervolgens met behulp van een interpretatieve repertoireanalyse geanalyseerd.

Getoonde items

Met de bewoners zijn per diepte-interview twee tot vier items van *U in de Wijk* besproken. In totaal zijn vijftien verschillende items getoond. De items zijn gekozen op basis van de toon en onderwerpkeus van de filmpjes. Grofweg is een onderscheid gemaakt tussen items waarin een persoon centraal stond, waarin een activiteit of actuele gebeurtenis centraal stond en waarin de wijk centraal stond. Binnen deze categorieën zijn items gekozen op basis van verschillende, zowel positieve als negatieve, eigenschappen (bijvoorbeeld technische kwaliteit, spanningsboog, oplossingsgerichtheid). Onderstaande items zijn aan de bewoners getoond.

Persoonlijk / portret

1. Dierenarts
2. Poëtische postbode
3. Rappende straatveger
4. Zorgwacht

Activiteit / actuele gebeurtenis

5. Kinderboekenweek / Bibliotheek
6. Opknappen tuinen
7. Meisjes voetbaltoernooi
8. Dekseloptocht
9. Echt gebeurd / Limes tentoonstelling

Infotainment over de wijk

10. Verplaatsingsgedrag bedrijven
11. Lets / ruilsysteem
12. Hoek oog in al
13. Straatnamen
14. Ontbijten op zijn Marokkaans
15. Tuin welgelegen

Waarderingsinterviews wijkbewoners

Naast de diepte-interviews zijn 24 waarderingsinterviews gehouden onder de volgende bewoners van Overvecht:

Tabel 2. Lijst met personen bij wie een waarderingsinterview is afgenomen.

| geslacht | leeftijd | afkomst |
|-----------|----------|----------------------------|
| 1. man | 53 | Antilliaans / Nederlands |
| 2. vrouw | 21 | Marokkaans / Nederlands |
| 3. vrouw | 52 | Nederlands |
| 4. man | 65 | Surinaams |
| 5. man | 13 | Marokkaans / Nederlands |
| 6. man | 18 | Nederlands |
| 7. vrouw | 19 | Fins |
| 8. man | 15 | Nederlands |
| 9. man | 36 | Nederlands |
| 10. vrouw | 23 | Nederlands |
| 11. vrouw | 78 | Nederlands |
| 12. vrouw | 56 | Nederlands |
| 13. man | 55 | Nederlands |
| 14. vrouw | 26 | Nederlands |
| 15. vrouw | 24 | Nederlands |
| 16. man | 17 | Nederlands |
| 17. vrouw | 19 | Nederlands |
| 18. vrouw | 41 | Joegoslavisch / Nederlands |
| 19. vrouw | 31 | Nederlands |
| 20. man | 73 | Nederlands |
| 21. man | 68 | Engels / Nederlands |
| 22. vrouw | 61 | Surinaams / Nederlands |
| 23. vrouw | 57 | Nederlands |
| 24. man | 44 | Turks |

In de interviews stonden drie aspecten centraal: bekendheid met en waardering van *U in de Wijk*, functies die wijktelevisie kan vervullen, en waardering van items van *U in de Wijk*. De interviews werden gehouden aan de hand van een semi-gestructureerde vragenlijst, gebaseerd op de vragenlijst gebruikt bij de diepte-interviews. De interviews vonden plaats in het winkelcentrum van Overvecht, elk interview duurde ongeveer 15-20 minuten. De interviews werden afgenomen door twee studenten. De items zijn getoond op een mini-laptop, waarbij de respondent een koptelefoon gebruikte voor geluid. Een van de studenten schreef direct de

antwoorden van de geïnterviewden zo letterlijk mogelijk op en noteerde tevens de reacties van geïnterviewden tijdens het kijken naar de items. De uitwerking van deze interviews is vervolgens meegenomen in de analyses.

Getoonde items

Aan de bewoners is per waarderingsinterview één item van *U in de Wijk Overvecht* getoond, in totaal werden drie verschillende items door acht mensen bekeken en beoordeeld. Er is bij deze interviews bewust gekozen andere items te tonen dan bij de diepte-interviews, om op die manier een zo breed mogelijk beeld van de reacties te krijgen die de individuele filmpjes overstijgen. Wel zijn de filmpjes zo uitgekozen dat ze passen binnen de categorieën: items waar een persoon centraal stond, items waar een activiteit of actuele gebeurtenis centraal stond, en items waar de wijk centraal stond. Onderstaande items zijn aan de bewoners getoond.

Persoonlijk / portret

1. Joke in gesprek met Jansje Tel

Activiteit / actuele gebeurtenis

2. Opening Johan Cruyff Court

Infotainment over de wijk

3. Wijkschouw aan de Maria van Hongarijereef

Ad h5 Onderzoek onder wijkjournalisten en professionals

Dit deel van het onderzoek richt zich op de verwachtingen, motieven en doelen van de deelnemende organisaties, de betrokken professionals en de wijkjournalisten zelf. Het doel is om er achter te komen of en hoe *U in de Wijk* werkt. Het onderzoek is uitgevoerd op basis van diepte-interviews met verschillende betrokkenen. De interviews zijn voornamelijk afgenomen door Jolien Arendsen en getranscribeerd door tweedejaars studenten journalistiek aan de Hogeschool Windesheim. Enkele diepte-interviews zijn afgenomen door studenten van de master Journalistiek aan de VU, in het kader van een mastervak. Naast de diepteinterviews waren er verschillende contactmomenten met de initiatiefnemers, begeleiders en wijkjournalisten, waaraan ook informatie en citaten voor dit onderzoek zijn ontleend. Zo is er een presentatie gegeven aan de initiatiefnemers, zijn de wijkjournalisten en begeleiders uitvoerig van de tussenresultaten op de hoogte gesteld en hebben we een workshop verzorgd aan de wijkjournalisten en begeleiders. Met name tijdens deze laatste twee bijeenkomsten is er veel gepraat met de wijkjournalisten en is informatie die uit die gesprekken naar voren kwam verwerkt in dit onderzoek.

Wijkjournalisten

De wijkjournalisten zijn geïnterviewd aan de hand van een topiclijst, gebaseerd op vragen die voortkwamen uit literatuur en eerder onderzoek. De focus van de vragenlijst lag op vier aspecten: de verhouding die de wijkjournalist met de wijk heeft; hoe de wijkjournalist zichzelf verhoudt tot journalistiek en de functie als wijkjournalist ('hebben' ze iets met journalistiek en zien ze zichzelf als journalist of bijvoorbeeld als vrijwilliger?); de motieven, obstakels, doelen en verwachtingen van de wijkjournalisten; items die wijkjournalisten wel/niet waarderen en zouden willen maken.

De interviews vonden veelal plaats bij de wijkjournalisten thuis, maar een aantal keer ook op hun werk of op de redactie van *U in de Wijk*. Elk interview duurde één tot anderhalf uur. Alle interviews zijn opgenomen, getranscribeerd en vervolgens met behulp van een interpretatieve repertoireanalyse geanalyseerd.

In totaal hebben we zeven wijkjournalisten geïnterviewd en/of gesproken. Op één geval na hebben we vaker dan eens contact gehad met de betreffende wijkjournalisten. De geïnterviewde wijkjournalisten zijn erg divers in achtergrond en kenmerken. Zo variëren de leeftijden van 25 tot 80 jaar, zijn ze zowel hoog- als laagopgeleid en hebben ze verschillende culturele achtergronden. Hieronder staat weergegeven welke wijkjournalisten we hebben geïnterviewd.

Tabel 3. Lijst met geïnterviewde wijkjournalisten.

| Naam | Wijk |
|------------------------------|---------------|
| 1. Erik van Marissing | Kanaleneiland |
| 2. Gabriel Langenberg-Erlach | Kanaleneiland |
| 3. Herman Jansen | Overvecht |
| 4. Joke Visscher | Overvecht |
| 5. Pim Walenkamp | Overvecht |
| 6. Reshma Dewkalie | Overvecht |
| 7. Verina Agassi | Kanaleneiland |

Professionals

Bij 'professionals' moet onderscheid gemaakt worden tussen mensen die werken voor de initiatiefnemende organisaties en begeleiders van de wijkjournalisten. Al deze professionals zijn geïnterviewd aan de hand van een topiclijst, gebaseerd op vragen die voortkwamen uit literatuur en eerder onderzoek. De topiclijsten voor de initiatiefnemers en begeleiders verschilden per individueel gesprek, omdat

elke betrokkene een andere invalshoek had (bijvoorbeeld vanuit de woningbouw, journalistiek of marketing). De focus van de interviews lag wel op grofweg dezelfde aspecten. Er werd aandacht besteed aan de (invloed van) (wijk)media, kwaliteit van journalistiek en de motieven, doelen en verwachtingen van de professionals, alsmede obstakels die het project mogelijk zou kennen. Alle interviews vonden plaats in de werkomgeving van de betrokkenen. Elk interview duurde één tot anderhalf uur. Alle interviews zijn opgenomen, getranscribeerd en vervolgens met behulp van een interpretatieve repertoireanalyse geanalyseerd. In totaal hebben we veertien professionals geïnterviewd die vanuit verschillende functies en invalshoeken verbonden zijn met U in de Wijk.

Tabel 4. Lijst met professionals met wie diepte-interviews zijn gehouden.

| Naam | Functie |
|-------------------------|--|
| 1. Ardy Stemerding | Verslaggever RTV Utrecht |
| 2. Clé Jansen | Coördinator U in de Wijk |
| 3. Geert Voskamp | Producent RTV Utrecht |
| 4. Gera Esser | Gebiedsmanager Kanaleneiland Mitros |
| 5. Hein Hansen | Verslaggever NOVA |
| 6. Jikke Zijlstra | Verslaggever NOS Nieuws |
| 7. John Taribuka | Cameraman en professioneel begeleider U in de Wijk |
| 8. Mariska Fennema | Manager marketing en communicatie RTV Utrecht |
| 9. Marjolein Hogervorst | Verslaggever NOS Nieuws |
| 10. Mark van der Wel | Verslaggever RTV Utrecht |
| 11. Martin de Wit | Verslaggever RTV Utrecht |
| 12. Willem-Jan Bloem | Verslaggever EénVandaag |
| 13. Wim Nottroth | Begeleider journalistieke training U in de Wijk |
| 14. Yves Vermeulen | Manager directiestaf Mitros |

Bijlage IV: Kijk- en leesgedrag van de informanten

Een van de vragen die we aan de geïnterviewde bewoners hebben voorgelegd is of internetgebruik en het kijken en luisteren naar regionale zenders in hun dagritme zit. Opvallend is dat regionale televisie wel wordt gekeken, maar vaak niet heel bewust. De respondenten geven aan soms te blijven hangen tijdens het zappen. Als men bewust naar regionaal nieuws zoekt, is dat om te weten wat er in de directe omgeving is gebeurd. Internet blijkt een populair medium onder de geïnterviewden. Het wordt ook door ouderen vaak gebruikt, al beperkt dat zich vaker tot email en het zoeken naar informatie.



*Wijktelevisie laat zien hoe andere mensen leven. (..) Het is makkelijker om om te gaan met andere mensen als je al wat van ze weet. Hoe beter ik jou ken, bijvoorbeeld hoe beter ik met jou om kan gaan bijvoorbeeld. (...) Dan kan ik makkelijker met jou kletsen.
(Sef Senna, 37)*

*Wijktelevisie kan meer positief nieuws brengen over buitenlanders. Nou ik vind, als je die mensen nou eens leert begrijpen, mensen moeten ook wel wat van ons opsteken natuurlijk, een beetje de cultuur en dat soort dingen, maar dan kun je wel verdraagzamer leven met elkaar.
(Greet Bakker, 71)*

