

## 2 Buurtmedia: communicatieplatform voor wijkbewoners onderling of venster naar buiten

Workshopleider: Guusje Chabot, adviseur Van de Bunt  
Presentatie: **Ruben Köster, Film It**  
Deelnemers: Organisaties en instellingen die vanuit de wijk journalistieke radio, televisieprogramma's en/of wijkkranten maken voor de buurtbewoners en die gaan over de wijk en verspreid worden in print of uitzenden via internet, lokale of regionale omroep.

Wijkmedia dichten de kloof tussen media en gebruikers/kijkers en tussen verschillende groepen in een samenleving. De mediaproducties vergen namelijk veel samenwerking en input van de wijkbewoners als makers van deze producties. Zo leren ze elkaars wereld kennen. Het positieve effect van hun inspanningen straalt ook af op de gebruikers/kijkers van deze media; zij zien wat er allemaal voor initiatieven in hun wijk zijn. Dit werkt stimulerend en kan in een wijk de sociale binding, participatie en burgerschap vergroten en uiteindelijk ook het imago van de wijk verbeteren.

### Onderwerpen workshop:

In verschillende wijken wordt met ondersteuning van 'buurtmedia' gewerkt aan kwaliteitsverbetering in de buurt. Wat zijn de ervaringen, is er sprake van 'buurtmedia' als algemeen concept, wat kan er van elkaar worden geleerd? In deze workshop trachten we een antwoord te vinden op de volgende vragen:

- Wat zijn buurtmedia en wat is hun rol in de wijk of buurt? Is er ook niet een rol van buurtmedia als visitekaartje voor de buurt
- Is er een samenhangende media-aanpak in de wijk? Hoe kunnen verschillende journalistieke media in de buurt hun krachten bundelen (wijkkrant, wijkwebsite, wijk TV) om tot een multimediaal journalistiek product te komen? Hoe kan er worden aangesloten bij organisaties en instellingen in de wijk? Met wie werkt men samen?
- Hoe kan met beperkte financiële middelen en optimale betrokkenheid van bewoners participerende journalistiek in de wijk worden bedreven. Wat zijn werkbare en betaalbare formats?

### Toelichting:

Kenmerkend voor de werkwijze van wijkmedia is de community-benadering: een bottom up-benadering waarbij aansluiting wordt gezocht door de redacties bij wat er speelt in de wijk, bij de verhalen uit de buurt en bij de ideeën van de bewoners. De items worden zo gemaakt, dat voor de totstandkoming veel interactie met de wijkbewoners nodig is. Soms als bron van informatie, andere keren wellicht als burgerjournalist. Door de laagdrempeligheid van de buurtmedia biedt het groepen mensen die op dit moment niet direct toegang hebben tot de media een platform. Een professioneel platform dat participatie, talentontwikkeling, diversiteit, creativiteit, het democratiseringsproces en het burgerschapsgevoel ondersteunt. Wijkmedia dichten de kloof tussen media en gebruikers/kijkers en tussen verschillende groepen in een samenleving. Doel is om een sociaal netwerk te creëren: mensen met elkaar te laten communiceren, de mogelijkheid te geven hun visies te delen, om met elkaar in contact laten komen, elkaars wereld leren kennen, van elkaar leren. Passief en actief. Kijkers zien welke bewonersinitiatieven er zijn, zien van elkaar wat de anderen doen. Dit heeft een stimulerend effect op de buurt, geeft empowerment, creëert een positiever beeld de wijk en bevordert de sociale cohesie.