

4 *Effecten van ICT op sociale cohesie in Cyburg, Amsterdam*

Dennis Beckers

4.1 *Sociale cohesie onder druk*

De samenhang van onze maatschappij is de laatste decennia veranderd. Traditionele sociale verbanden hebben plaatsgemaakt voor nieuwe; de rol van bestaande instituties zoals gezin, school, bedrijfs- en beroepsorganisaties, kerk en verenigingen is sterk veranderd. We zijn anders gaan denken over normen, waarden, religie en politiek. Het traditionele gezin is niet meer de standaard en andere culturen hebben zich verweven met de Nederlandse. Er is consensus dat deze veranderingen in de stedelijk-industriële samenleving consequenties hebben voor de sociale samenhang van onze samenleving (Ferlander en Timms 1999), maar de meningen verschillen of deze nu verbetert of verslechtert.

Tijdens de troonrede van 2003 werd grote bezorgdheid uitgesproken over de cohesie in de Nederlandse samenleving. 'De waarden van verschillende bevolkingsgroepen blijken soms ver uit elkaar te liggen en de integratie verloopt niet voorspoedig [...]. Grote steden zien zich geplaatst voor een opeenhoping van problemen', aldus de koningin. Lokale overheden en welzijnsorganisaties zien al geruime tijd dat de sociale cohesie in stadswijken onder druk staat en dat dit onder andere zou kunnen leiden tot isolatie van bewoners, gevoelens van onveiligheid en een tragere integratie van vreemdelingen. Om de negatieve effecten van de veranderingen in de samenleving op sociale cohesie tegen te gaan wordt op verschillende plaatsen geëxperimenteerd met ICT-toepassingen op lokaal niveau om zo bij te dragen aan het verhogen van de sociale cohesie tussen de bewoners van stadswijken.

Dit hoofdstuk draagt op basis van empirische data bij aan de discussie over het effect van ICT op de sociale cohesie in stadswijken en daarmee aan de toekomstige ontwikkeling van dergelijke projecten in Nederland. De hoofd-vraag in dit hoofdstuk is of Cyburg heeft bijgedragen aan de sociale cohesie

in het heterogene, multiculturele stadsdeel Zeeburg in Amsterdam.

Paragraaf 4.2 geeft een beknopt literatuuroverzicht van de begrippen sociale cohesie en sociaal kapitaal. Daarna worden de belangrijkste bevindingen van eerdere onderzoeken naar de effecten van ICT op sociale cohesie gepresenteerd in paragraaf 4.3. Paragraaf 4.4 beschrijft het stadsdeel Zeeburg in Amsterdam en het project Cyburg waar het onderzoek heeft plaatsgevonden. De onderzoeksmethodologie en de verzamelde data worden in paragraaf 4.5 beschreven. Vervolgens worden in paragraaf 4.6 de onderzoeksresultaten gepresenteerd van Cyburg als mogelijke katalysator voor sociale cohesie in Zeeburg. Paragraaf 4.7 besluit het hoofdstuk met een conclusie en beleidsaanbevelingen voor overheden en organisaties voor het opzetten van websites ter verbetering van sociale cohesie in stadswijken.

4.2 *Sociale cohesie, sociaal kapitaal en ict: een literatuuroverzicht*

Sociale cohesie en sociaal kapitaal

Sociale cohesie is een diffuus begrip waarvoor vele verschillende definities bestaan. Bij al deze verschillende definities komt een aantal elementen steeds terug. Het begrip wijst telkens op de coherentie van een sociaal of politiek systeem, de bindingen die mensen hebben, en hun onderlinge betrokkenheid en solidariteit.

De operationalisatie van sociale cohesie in dit hoofdstuk is voornamelijk gebaseerd op het werk van Putnam (2000). In zijn boek *Bowling alone* presenteert hij een indrukwekkende hoeveelheid gegevens waarmee hij laat zien hoe in de laatste decennia de sociale structuur van de Verenigde Staten steeds sneller uiteenvalt. Putnam gebruikt het begrip 'sociaal kapitaal' voor zijn analyse, een begrip dat met name door publicaties van Pierre Bourdieu, James Coleman en Putnam populair is geworden (De Hart 2002). Putnam definieert sociaal kapitaal als 'de sociale netwerken en de normen van wederkerigheid en vertrouwen die daaruit voortkomen' (Putnam 2000). Hij ziet sociaal kapitaal dus als de verwachting van een individu dat andere burgers normen van wederkerigheid en vertrouwen zullen volgen. In dit hoofdstuk zal het begrip sociaal kapitaal als equivalent gebruikt worden voor sociale cohesie.

Sociaal kapitaal, of het ontbreken daarvan, beïnvloedt volgens Putnam het welzijn van individuen in vrijwel elk aspect van hun leven. Een hoog sociaal kapitaal zou individuen productiever en minder gevoelig voor depressies maken en zowel hun mentale als fysieke welzijn verbeteren. Ook voor

gemeenschappen als geheel is sociaal kapitaal belangrijk; onderzoek suggereert dat het criminaliteit, tienerzwangerschappen, kindermisbruik, afhankelijkheid van sociale bijstand en drugsmisbruik verlaagt (Putnam 2000).

Uit de literatuur blijkt dat de mate van sociale cohesie die een individu ervaart, afhangt van zowel individuele kenmerken als kenmerken op hogere niveaus zoals groepen, wijken en steden. Kenmerken die op individueel niveau positief zijn voor de mate van sociale cohesie, zijn inkomen, opleiding en het hebben van een werkkring of kinderen. Op wijkniveau blijkt dat wanneer er grote sociaal-demografische ongelijkheid bestaat tussen groepen bewoners, wantrouwen kan ontstaan en individuen minder snel geneigd zouden zijn zich voor elkaar in te zetten. Hierbij speelt de etnische samenstelling van de wijk een rol, maar ook een hoge mobiliteit zou niet bevorderlijk zijn voor de sociale cohesie in een wijk; immers, wie toch snel weer verhuist, zal niet veel tijd investeren in het aangaan van sociale relaties in de buurt.

Verval van sociale cohesie

Het idee dat de sociale banden tussen mensen verslappen, werd al ruim honderd jaar geleden verwoord door auteurs als De Tocqueville, Tönnies, Simmel en Durkheim (De Hart 2002). Zij stelden dat de overgang naar de moderne industriële samenleving gepaard zou gaan met het 'ontwortelen' van mensen uit hun sociale omgeving, onder andere door het verhuizen van arbeiders van het platteland naar grote steden.

Met de overgang naar de informatiesamenleving is de discussie over het afbrokkelen van sociale cohesie weer actueel geworden. De belangrijkste oorzaak voor het afnemen van sociale cohesie is volgens Putnam een demografische verschuiving. De plek van oudere generaties is overgenomen door jongere generaties die veel minder gericht zijn op sociale contacten in de buurt dan hun voorgangers. Andere sociale veranderingen hebben deze trend versterkt. Televisie is voor velen de belangrijkste bron van vermaak geworden, waardoor meer sociale vrijetijdsbestedingen verminderen. Vrouwen hebben een vast aandeel gekregen in de arbeidsmarkt, waarmee ze hun eigen mogelijkheden hebben vergroot, maar waardoor de buurt en vrijwilligersorganisaties minder onbetaalde arbeidskrachten tot hun beschikking hebben. Werkenden zien zich in toenemende mate gedwongen om lange uren te maken op het werk en forenzen zijn veel tijd kwijt met reizen, waardoor weinig tijd overblijft voor het bijwonen van bijeenkomsten en gezamenlijke activiteiten binnen het gezin, zoals het avondeten. Als laatste heeft de proliferatie van suburbs, met hun auto-gerichte cultuur en de afwezigheid van gemeenschapsruimten, buurtgenoten verder van elkaar gedistantieerd (Putnam 2000).

4.3 *Effecten van ICT op sociale cohesie*

De laatste jaren zijn er verschillende onderzoeken geweest naar de effecten van ICT op sociale cohesie, maar de uitkomsten van deze onderzoeken verschillen onderling. In het debat over de effecten van ICT op sociale cohesie kunnen drie kampen worden onderscheiden.

Het internet verbetert sociale cohesie

Onderzoeken in deze categorie zijn positief over de effecten van het internet, met name over de mogelijkheid om sociale relaties aan te kunnen gaan zonder onderscheid naar leeftijd, ras, religie of geslacht en locatie (Beamish 1995; Rheingold 1993). Zij vinden empirisch bewijs dat het internet bijdraagt aan participatie in gemeenschappen en goed is voor het aangaan van nieuwe en onderhouden van bestaande sociale relaties (Kazmer en Haythornthwaite 2001; LaRose et al. 2001).

Het internet verslechtert sociale cohesie

Tegenover de vorige groep staan diegenen die op de verlokkingen van online informatie en vermaak wijzen, waardoor gebruikers minder tijd zouden doorbrengen met hun familie en vrienden. Daarnaast zouden nieuwe mogelijkheden voor globale communicatie gebruikers vervreemden van hun lokale gemeenschap en hun interesse in lokale politiek verminderen. Dit alles zou leiden tot isolatie en atomisering van internetgebruikers (Stoll 1995) en daarmee bijdragen aan het verder uiteenvallen van gemeenschappen, het verlies van sociale contacten en een vermindering van welzijn (Kraut et al. 1998; Nie en Erbring 2000).

Het internet verandert sociale cohesie

De derde benadering gaat ervan uit dat de effecten van het gebruik van het internet ingebed zijn in de sociale complexiteit van het dagelijks leven. Het internet is een onderdeel geworden van het dagelijks leven en is een nieuwe manier van communicatie naast de bestaande media. Het internet wordt voornamelijk gebruikt om al bestaande sociale relaties te onderhouden en voor hobby's en politieke interesses. Dit suggereert dat het internet helpt om bestaande patronen van sociale contacten en burgerlijke participatie te versterken (Wellman et al. 2001).

Wellman claimt dat hedendaagse gemeenschappen steeds vaker bestaan uit netwerken. Deze netwerken kunnen lokaal zijn, maar ook gebaseerd zijn op communicatie via de telefoon of het internet. Deze 'gemedieerde' gemeen-

schappen kunnen een fysieke gemeenschap overlappen of verbonden zijn met andere virtuele netwerken. Hedendaagse persoonlijke sociale netwerken kunnen dus bestaan uit verschillende soorten gemeenschappen, zoals familieleden, collega's, interessegroepen en buurtgenoten. Op basis van onderzoek dat van deze benadering uitgaat, concludeert Wellman dat sociale cohesie niet minder wordt, maar in plaats daarvan de samenstelling van persoonlijke netwerken verandert. Het internet stimuleert betrokkenheid, maar stelt tegelijkertijd mensen ook bloot aan meer contacten en meer informatie, wat hun gevoel van verbondenheid met de lokale gemeenschap kan verminderen (Wellman et al. 2001).

Hoe kunnen de verschillen in de gevonden resultaten worden verklaard? Ten eerste zijn er tussen de onderzoeken grote verschillen in definitie en operationalisatie van gebruikte termen. Deze verschillen in gebruikte begrippen en operationalisatie maken dat de resultaten van onderzoeken moeilijk zijn te vergelijken (zie ook hoofdstuk 2). Een tweede mogelijke oorzaak is dat sommige studies alleen onderscheid maken tussen internet- en niet-internetgebruikers en daarbij niet corrigeren voor demografische factoren zoals onderwijs, leeftijd, werk en aantal leden in het huishouden. Zo een simpele tweedeling geeft geen inzicht in de vraag of internetgebruikers meer sociale contacten hebben door het internet, of omdat ze over het algemeen hoger opgeleid zijn *en* zij vaker internetgebruikers zijn dan lager opgeleiden (Nie en Hillygus 2002). Onderzoek laat zien dat ook de locatie waar internet wordt gebruikt (thuis of op het werk), het tijdstip en het doel van belang zijn voor de sociale effecten van internetgebruik (Nie 2001).

Een laatste mogelijke oorzaak is het verschil tussen de locaties waar de onderzoeken zijn uitgevoerd. Veel van de resultaten komen uit de Verenigde Staten, waar omstandigheden zoals andere toegangstechnieken en kosten, de culturele betekenissen van termen als 'individualisme' en 'gemeenschap' en geografische afstanden anders zijn dan bijvoorbeeld in Europese landen. Hierdoor kunnen resultaten van effecten die gevonden worden in een land, niet zonder meer toegepast worden op andere landen (Van Zoonen et al. 2003; vgl. De Haan en Huysmans 2002).

4.4 ICT als buurtplatform

Het idee om ICT te gebruiken om bewoners van wijken nader tot elkaar te brengen kan teruggevoerd worden tot het begin van het tijdperk van de per-

sonal computer. Nadat Arpanet had gezorgd voor een groter bewustzijn van de mogelijkheden van de computer als communicatiemedium, werd al snel het potentieel voor het ondersteunen van lokale gemeenschappen onderkend. Toen in de jaren zeventig van de vorige eeuw personal computers en modems beschikbaar kwamen voor een groter publiek, werden *bulletinboards* opgericht en ontstonden de eerste online gemeenschapsnetwerken. De jaren tachtig van de vorige eeuw waren een pionierstijd, omdat de benodigde technologie nog te gecompliceerd en te duur was voor grootschalige toepassing. De eerste generatie gemeenschapsnetwerken was vooral het resultaat van het verlangen om de mogelijkheden van online communicatie toegankelijk te maken voor een breder publiek.

Naarmate meer gemeenschappen en steden innovatieve projecten startten, verbreedde de term gemeenschapsnetwerken totdat deze vele soorten toepassingen omvatte. Terwijl computer en modems steeds goedkoper werden en software gemakkelijker te bedienen, kwamen overal ter wereld gemeenschappen online. In de literatuur kunnen vele succesvolle voorbeelden gevonden worden, zoals 'The Well' en 'Seattle Community Network' in de Verenigde Staten, maar ook in Nederland zijn er succesvolle initiatieven, zoals de 'Digitale Stad van Amsterdam'.

In Europa werd het opzetten van gemeenschapsnetwerken gestimuleerd toen in 1994 het Bangemann-rapport werd gepresenteerd. Dit rapport stimuleerde het debat over de effecten van nieuwe ICT op de economie en de samenleving als geheel. De belangrijkste boodschap was dat de informatiesamenleving het potentieel heeft om de kwaliteit van leven van Europese burgers te verhogen, de efficiëntie van sociale en economische organisaties te verbeteren en cohesie te versterken (Bangemann 1994). Een van de aanbevelingen van dit rapport was om lokale initiatieven te stimuleren, omdat anders commerciële mogelijkheden en banen verloren zouden gaan.

Vandaag de dag is bijna elke Europese gemeente online. De redenen voor het bouwen van een website zijn divers, zoals het informeren van burgers, het aanbieden van een 'portal' voor de stad of het bieden van een platform voor discussie tussen burgers en politiek. Er wordt in verschillende steden geëxperimenteerd met de toepassing van ICT voor het verhogen van sociale cohesie tussen burgers. Cyburg is een voorbeeld van zo'n project dat bewoners van een stadsdeel kan helpen om zich te organiseren en sociale banden aan te gaan.

Cyburg

In 1999 ontstond bij Stichting Nederland Kennisland het idee om een grote groep huishoudens te laten experimenteren met nieuwe ICT-applicaties. Staatssecretaris Verstand schreef een wedstrijd uit voor steden die de 'Kenniswijk' van Nederland wilden worden. Ze stelde ruim honderd miljoen gulden beschikbaar voor het project, met als voorwaarde dat het bedrijfsleven een even groot bedrag zou investeren. Vijftien steden deden mee aan de wedstrijd. De regio Eindhoven/Helmond veroverde uiteindelijk de titel Kenniswijk en de subsidie.

Op 1 juni 2001 besloten Amsterdam en de andere steden de plannen voor hun eigen kenniswijk toch door te zetten. In Amsterdam heet de kenniswijk Cyburg. Cyburg wordt voor een deel gefinancierd met Europees geld. Met medewerking van de Europese Unie hebben de provincie Noord-Holland en de gemeente Amsterdam het programma *De transparante regio* opgezet. Dit programma wordt voor de helft gefinancierd door het Europees Fonds voor de Regionale Ontwikkeling (EFRO) voor het onderdeel Innovatieve Acties, en voor de andere helft door de provincie Noord-Holland en de gemeente Amsterdam. Daarnaast heeft Amsterdam, net als Den Haag, Deventer en Eindhoven, de status van 'digitale broedplaats' gekregen, waardoor ook het ministerie van Grotesteden- en Integratiebeleid bijdraagt (zie hoofdstuk 1).

Cyburg is een experiment dat moet dienen als proeftuin voor onderzoek naar de ontwikkeling en toepassing van ICT voor individuen, bedrijven en overheden in stadsdelen. Op termijn moeten applicaties en concepten die hun waarde bewezen hebben, ter beschikking komen van andere stadsdelen en steden. Binnen het Cyburg-project is een aantal aandachtsgebieden geformuleerd, waaronder de sociale leefomgeving van de burger. Hierbij staat de term sociale cohesie centraal. De mobiliteit in Amsterdam is hoog: gemiddeld verhuizen Amsterdammers iedere twee à drie jaar. Er is dus weinig tijd om sociale contacten in de buurt aan te gaan. ICT zou kunnen helpen om burgers (en groepen burgers) elkaar te laten vinden via het internet. Het doel is de leefkwaliteit te verbeteren door sociale contacten tussen burgers met behulp van ICT te stimuleren. Andere aandachtsgebieden van Cyburg zijn het dichterbij de burger brengen van de politiek, het stimuleren van bedrijvigheid en het verbeteren van overheidsdiensten.

Cyburg wordt beheerd door de Stichting Amsterdam Kennisstad Cyburg. Deze stichting bestaat uit een stichtingsbestuur en een projectbureau. Het bestuur is het controleapparaat en het projectbureau is verantwoordelijk voor de organisatie en ontwikkeling van de projecten binnen Cyburg.

De locatie van het Cyburg-project is het stadsdeel Zeeburg in het oosten van Amsterdam. Het stadsdeel bestaat uit drie wijken. De eerste, het Oostelijk Havengebied met 14.652 inwoners, is een buurt met voornamelijk nieuwe en duurdere woningen en een over het algemeen hoogopgeleide autochtone bevolking. De tweede wijk, de Indische buurt met 23.573 inwoners, wordt juist gekenmerkt door het laagste gemiddelde inkomen in Amsterdam en een bevolking die voor de meerderheid van allochtone afkomst is (Van der Zee en Hylkema 2002). De derde en laatste wijk is IJburg, maar omdat deze nog in opbouw is en er tijdens dit onderzoek nog nauwelijks bewoners waren, is deze wijk voor dit onderzoek uitgesloten.

Het meest zichtbare gedeelte van Cyburg is de website *www.cyburg.nl*. Deze website bestaat onder andere uit een portal voor de buurt, waar redacteurs van Cyburg nieuwsberichten plaatsen over gebeurtenissen in Zeeburg. Deze redacteurs zijn journalisten in dienst van Cyburg. Maar ook bewoners kunnen berichten plaatsen, hun commentaar toevoegen aan al geplaatste items en op elkaars commentaar reageren.

Een ander belangrijk onderdeel van *Cyburg.nl* is het e-mailboek. Dit is de plek waar gebruikers van Cyburg contact met buurtgenoten kunnen maken, interactieve groepen vormen en advertenties plaatsen. Gebruikmaken van het e-mailboek kan anoniem. Gebruikers krijgen een Cyburg-mailadres zodat het eigen e-mailadres niet zichtbaar is, maar ze kunnen ook hun persoonlijke gegevens online zetten, zoals hun e-mailadres, naam en adres, beroep en hobby. Daarnaast biedt Cyburg groepen een mailinglist, de mogelijkheid om documenten delen en foto's te tonen, het aanpassen van het uiterlijk van de online omgeving, het onderhouden van een ledenlijst en een forum voor groepsdiscussie. Als laatste zijn er de 'zoekertjes', kleine advertenties van particulieren.

Naast het e-mailboek en de portal biedt Cyburg ook ondersteuning aan tientallen projecten van groepen burgers en bedrijven. De focus ligt op de sociale leefomgeving, het stimuleren van economische bedrijvigheid en proeven rondom de verbetering van overheids- en non-profitdiensten voor burgers. Ook probeert Cyburg zich actief te manifesteren in de discussie over barrières die grootschalig gebruik van internetapplicaties en technologische mogelijkheden in de weg staan. Het Cyburg-project loopt tot het einde van 2003, maar sommige deelprojecten lopen langer door.

ontdek het samen
Cyburg

start | sitemap | over cyburg | vragen | help | privacy/disclaimer

OOSTELIJK HAVENGEBIED | INDISCHE BUURT | IJBURG

start samen een groep
stuur elkaar e-mail

CYBURG
WOMEN
WERKEN
CULTUUR
SPORT
VERKEER
MENSEN
POLITIEK

ZOEK

Algemeen nieuws

Cyburg is een proeftuin voor maatschappelijke ICT-diensten.
Deze nieuws-site voor en door de buurt is een van de projecten van Cyburg. Meer weten? Zie www.cyburg.org of abonneer je op de [nieuwsbrief](#).

Het E-mailboek vormt het 'kloppend hart' van Cyburg.
Schrijf je in en maak contact met buurtgenoten, ontvang wekelijks nieuws over je buurt en plaats een 'zoekertje' op het [Buurttribunaal](#)!

Vragen, informatie en contact
Neem [contact](#) op of kijk bij [veelgestelde vragen](#) of [Help](#).

zeeburgers → **Cyburg**

Maj opent strand op IJburg - 10.06.03
Sinds oosten heeft Amsterdam officieel een

COMPUTERS WENNEN
Deel 5 : Frustraties: kort maar hevig -
na na na

Links

- Een veilig Amsterdam
- Cyburg Webvideo onthullen!
- **Perstunte Cyburg**
 - Bredeschool
 - Vraag en aanbod

[alle links](#)

Agenda

- **03.05.03 - 28.09.03**
Tekeningen van Fritz Behrendt in het perstmuseum
- **16.05.03 - 15.06.03**
Expositie van Gerd Kanz en A.F. Penck
- **12.06.03**
[In de buurt van ICT](#)
Landelijke manifestatie ICT en de samenleving

Figuur 4.1 Screenprint van de Cyburg homepage

4.5 Onderzoek in de buurt

Methoden van onderzoek

Om het effect van ICT op sociale cohesie in Zeeburg te meten is gebruikgemaakt van een telefonische en een online enquête, zijn de logfiles van *Cyburg.nl* geanalyseerd en zijn interviews gehouden met bewoners die betrokken zijn bij andere websites in Zeeburg.

De telefonische enquête is uitgevoerd onder de bewoners van Zeeburg. Deze enquête is gebaseerd op de Social Capital Community Benchmark Survey, ontwikkeld aan de universiteit van Harvard (The Saguaro Seminar, 2003). De vragenlijst is vertaald en aangepast aan de Amsterdamse situatie en er werden enkele vragen aan toegevoegd. De enquête bevatte vragen over sociale cohesie, het gebruik van ICT en sociaal-demografische gegevens van de respondent. De enquête is in april 2003 afgenomen onder 502 respondenten, waarvan de helft in de Indische buurt woonde en de andere helft in het Oostelijk Havengebied. De selectie van respondenten was gebaseerd op een random steekproef van telefoonnummers. Ondanks de random selectie moet met een vertekening van de resultaten rekening worden gehouden. Vergeleken met de bevolkingsstatistieken zijn buitenlanders ondervertegenwoordigd, door taalproblemen en een lager percentage mensen met een telefoonaansluiting. Ook lager opgeleiden zijn ondervertegenwoordigd, omdat deze groep een minder positieve houding heeft ten opzichte van telefonische enquêtes dan hoger opgeleide bewoners.

Om inzicht te krijgen in gebruik en gebruikers van *Cyburg.nl* is een online vragenlijst uitgezet. De resultaten hiervan verschaffen inzicht in de sociaal-

demografische kenmerken van de gebruikers, sociale cohesie en het gebruik van *Cyburg.nl* en het internet in het algemeen. Er is voor een online enquête gekozen omdat de doelgroep (gebruikers van *Cyburg* en met name het e-mailboek) een groep is waarvan verwacht mag worden dat die goed te bereiken is via het medium en dat er voldoende kennis en mogelijkheden bij de doelgroep aanwezig zijn om de enquête in te vullen. Daarnaast speelt mee dat internet een effectieve en goedkope manier is om een vragenlijst te verspreiden.

De online vragenlijst kon een maand lang worden ingevuld en was bereikbaar via een 'banner' op de voorpagina van de portal en een artikel op de *Cyburg*-portalsite. De vragenlijst is eveneens via mailings onder de aandacht gebracht van de e-mailboekgebruikers. De online enquête werd door 102 respondenten beantwoord, ongeveer een negende deel van het aantal mensen dat zich op dat moment had ingeschreven voor het e-mailboek. De respondenten zijn niet representatief voor alle gebruikers van *Cyburg.nl*, maar worden gezien als de groep meest betrokken en ervaren gebruikers.

Al voordat *Cyburg.nl* online kwam, bestonden in Zeeburg andere websites gericht op de buurt. Om van de ervaringen van deze websites te leren zijn interviews gehouden met betrokkenen.

Onderzoeksresultaten

Tabel 4.1 laat een aantal demografische statistieken zien over de populatie van het Oostelijk Havengebied (OH) en de Indische buurt (IB). Deze gegevens zijn van belang omdat volgens de literatuur de sociale cohesie in een wijk voor een groot deel beïnvloed wordt door sociaal-demografische ken-

Tabel 4.1 Demografische gegevens over de respondenten in de Indische buurt (IB) en het Oostelijk Havengebied (OH)

	Telefonische enquête		Bevolkingsregister	
	IB	OH	IB	OH
Gemiddelde leeftijd in jaren	43	42	33	
Man	42%	46%	52%	
Alleenstaanden	52%	25%	44%	46%
Huishoudens met kinderen	36%	57%		
Gemiddeld aantal kinderen per huishouden	1.6	1.6		
Percentage huishoudens met inkomen				
> 3.200 euro	8%	42%		
'Hoger opgeleid'	50%	75%		
Allochtoon ¹	24%	15%	69%	36%

Bron: telefonische enquête 2003

merken van de populatie. Bij het meten van de effecten van ICT op sociale cohesie zullen deze gegevens dus ook meegenomen moeten worden.

De gevonden gegevens karakteriseren het Oostelijk Havengebied als een wijk met relatief veel hoogopgeleiden, vaak families met twee inkomens en met kinderen. Het gemiddelde opleidingsniveau en inkomen in de Indische buurt liggen veel lager en het aantal allochtonen is hoger. Het grote inkomensverschil tussen de gemiddelde inkomens in de twee wijken is opvallend. Zoals tabel 4.1 laat zien, is de categorie allochtonen ondervertegenwoordigd in de steekproef.

Gebruik van internet

Uit de telefonische enquête blijkt dat er verschillen in frequentie van internetgebruik zijn tussen het Oostelijk Havengebied en de Indische buurt. In de laatstgenoemde buurt ligt het percentage internetverbindingen in huishoudens en het dagelijks internetgebruik iets lager dan in de eerste (tabel 4.2). In 2002 had in Nederland 61 procent van de huishoudens een internetverbinding thuis (zie hoofdstuk 2). Zoals elders in Nederland hangt het internetgebruik in Cyburg samen met sociaal-demografische kenmerken. Ook in deze Amsterdamse wijk maken hoger opgeleiden, personen met een hoger inkomen en jongeren er vaker gebruik van.²

In Cyburg blijken communicatie en het opzoeken van informatie de populairste online activiteiten; virtuele vrijetijdsbesteding en online winkelen zijn veel minder populair. 73 procent van de respondenten zegt wel eens online overheidsdiensten te gebruiken. Ongeveer de helft van de responden-

Tabel 4.2 Het gebruik van het internet en van de Cyburg-website in Cyburg

	IB	OH
Gebruikt internet dagelijks	57%	66%
Heeft thuis een internetverbinding	79%	94%
Gebruikt het internet ten minste eenmaal per week voor:		
communicatie	58%	80%
opzoeken van informatie	50%	61%
aanbieden van informatie	7%	10%
vermaak	15%	6%
online winkelen	0%	1%
online overheidszaken afhandelen	4%	2%
Kent <i>Cyburg.nl</i>	38%	70%
Gebruikt <i>Cyburg.nl</i>	3%	4%

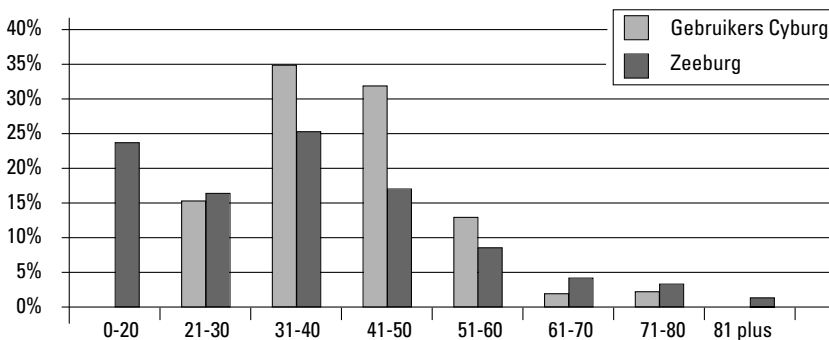
Bron: telefonische enquête 2003

ten kent Cyburg, maar er is een groot verschil tussen bewoners in het Oostelijk Havengebied (waar 70 procent *Cyburg.nl* kent) en in de Indische buurt (38 procent). Dit heeft waarschijnlijk te maken met het hogere aantal niet-Nederlands spreken in deze laatste buurt. Verder blijkt dat nog maar weinig respondenten *Cyburg.nl* gebruiken. Van diegenen die Cyburg kennen, gebruikt vier procent de nieuwsportal, drie procent het e-mailboek en vier procent andere diensten. Blijkbaar heeft de website *Cyburg.nl* zich gedurende het laatste jaar niet kunnen profileren als dé website van de buurt.

Uit de logfiles blijkt dat de Cyburg-portal in juni 2003 door ongeveer zesduizend unieke bezoekers per maand werd bezocht. Dit aantal is hoger dan op grond van de uitkomsten van de telefonische enquête verwacht kon worden. Veel bezoek op de website komt van buiten Zeeburg. Dat is ook wel aannemelijk, omdat op Cyburg behalve over de buurt ook veel algemene informatie staat over bijvoorbeeld ICT, *open source*³ en politiek.

De respondenten van de online vragenlijst representeren de meest enthousiaste en frequente gebruikers van *Cyburg.nl*. Van hen woont 52 procent in het Oostelijk Havengebied, 27 procent in de Indische buurt, 1 procent in IJburg en 20 procent elders. De resultaten van de online vragenlijst laten zien dat deze groep vrij homogeen is en voornamelijk bestaat uit mannen (69%) tussen de 30 en 50 jaar (73%) van Nederlandse afkomst (87%) met werk (79%). De oververtegenwoordiging van de groep 30 tot 50 jaar in *Cyburg.nl* betekent dat jongeren relatief weinig tot de bezoekers behoren. Opvallend is verder de hoge gemiddelde opleiding van de respondenten: maar liefst 89 procent heeft vwo, hbo of een universitaire studie afgerond. Deze populatie wijkt weinig af van wat werd gevonden bij het onderzoek van een vergelijkbare website 'De Digitale Stad van Amsterdam' (DDS) dat in 1994, 1996 en 1998 is uitgevoerd (Schalken en Flint 1995; Beckers en Van den Besselaar 1998).⁴ Een verschil tussen de bezoekers van de twee websites is dat in *Cyburg.nl* de jongeren tot twintig jaar volledig ontbreken, terwijl dit in DDS juist een grote groep was. De respondenten zijn voornamelijk ervaren en intensieve internetgebruikers; 96 procent geeft aan dagelijks internet te gebruiken en de meesten hebben dan ook een snelle verbinding.

Van de respondenten op de online enquête heeft 69 procent een loginnaam voor het e-mailboek, maar slechts 34 procent is lid van een e-mailgroep. Deze lage deelname onder frequente bezoekers sluit aan bij gegevens uit de logfiles van het systeem. Daaruit blijkt dat 88 procent van de bezoekers alleen de hoofdpagina van de portal bekijkt en niet verder 'doorklikt'.



Bron: online enquête en o+s (2003)

Figuur 4.2 De leeftijdsverdeling van de respondenten en die van de bewoners van Zeeburg

Wanneer men kijkt naar zowel de portal als het e-mailboek, dan blijkt dat ICT, internet en Cyburg, wonen, cultuur en (gemeente)politiek de onderwerpen zijn die de gebruikers het meest interesseren. Onderwerpen die de gebruikers in de context van Cyburg het minst interesseren, zijn gezondheid en zorg, onderwijs, kinderen en geloof.

Cyburg als faciliterende organisatie

Naast het aanbieden van de website had Cyburg ook als doel het faciliteren van initiatieven uit de buurt. Hoewel er bij de start van Cyburg wel contacten zijn geweest met deze lokale initiatieven, heeft de organisatie uiteindelijk weinig hiermee samengewerkt. Uit de interviews blijkt dat de betrokkenen het gevoel hadden te maken te hebben met een 'logge' organisatie, omdat het vaak lang duurde voordat een beslissing werd genomen. Het was voor de respondenten soms onduidelijk welke persoon bij Cyburg moest worden aangesproken, of ze hadden het gevoel van het kastje naar de muur te worden gestuurd. Ook verbaasden sommige respondenten zich over het dubbele werk dat Cyburg verrichtte: er waren bijvoorbeeld al verschillende websites die nieuws uit de buurt aanboden voordat Cyburg daar ook mee begon. Ten slotte werd Cyburg als iets 'van boven' ervaren, en niet als iets dat voortkwam uit de behoefte van de wijk. Na verloop van tijd heeft Cyburg dit zich ook gerealiseerd en werd de slagzin *high interaction, low tech* in het leven geroepen om aan te geven dat het vanaf dat moment meer ging om interactie dan om technologie.

4.6 Sociale cohesie nader onderzocht

In deze paragraaf wordt teruggekomen op de hoofdvraag: wat is de invloed van het gebruik van internet op de sociale cohesie in Zeeburg? Om de uitkomsten van de telefonische enquête beter te kunnen interpreteren zijn de antwoorden op de vragen die op sociale cohesie betrekking hebben, geclusterd door middel van factoranalyse. Tabel 4.3 geeft een overzicht van de gevonden factoren en met welke variabelen deze zijn gemeten. Hieruit blijkt dat er binnen de drie aspecten van sociale cohesie die Putnam (2000) onderscheidt, namelijk vertrouwen, sociale contacten en participatie, zeven factoren geïdentificeerd kunnen worden. Op basis van de factoranalyse blijkt vertrouwen nader te kunnen worden onderverdeeld in 'vertrouwen in buurtgenoten' en 'vertrouwen in politiek'. Het aspect 'sociale contacten' is niet verder onderverdeeld. Participatie blijkt nader uitgesplitst te kunnen worden in participatie in nationale politiek, participatie in lokale politiek, lokale betrokkenheid zoals het doen van vrijwilligerswerk of het actief zijn in lokale verenigingen, en religieuze participatie.

Hoe hangt het internetgebruik nu samen met de zeven factoren van sociale cohesie? Het blijkt dat de frequentie van sociale contacten in de buurt vermindert als het internetgebruik hoger is. Ook participatie in de buurt en het bijwonen van religieuze diensten worden negatief beïnvloed door internetgebruik. Daarentegen zijn er zwakke positieve verbanden tussen het vertrouwen in buurtgenoten en lokale politiek en participatie in nationale en lokale politiek enerzijds en de frequentie van het gebruik van internet anderzijds. Er is geen effect gevonden voor participatie in lokale politiek en participatie in de buurt.⁵

Het is de vraag of internetgebruik ook de oorzaak van deze verschillen in cohesie is, of dat andere (doorkruisende) factoren hiervoor verantwoordelijk zijn. Mogelijk is de samenhang het resultaat van sociaal-demografische kenmerken die zowel cohesie als internetgebruik beïnvloeden. Om te controleren voor de invloed van doorkruisende factoren is een regressieanalyse uitgevoerd (zie tabel 4.4).⁶

Tabel 4.3 Factoranalyse van sociale-cohesie-indicatoren (in factorladingen)

	Vertrouwen in buurtgenoten	Sociale contacten	Lokale betrokkenheid	Nationale politiek	Lokale politiek	Vertrouwen in politiek	Religie
Vertrouwen autochtonen	0.849						
Vertrouwen allochtonen	0.871						
Vertrouwen mensen in de buurt	0.784						
Vertrouwen winkeliers in de buurt	0.695						
Vertrouwen in politie in de buurt	0.533						
Vertrouwen in mensen in het algemeen	-0.510						
Frequentie bezoek vrienden buiten de buurt		-0.673					
Frequentie bezoek vrienden uit de buurt		-0.648					
Frequentie bezoek vrienden met andere culturele achtergrond		0.669					
Bijwonen bijeenkomsten clubs/organisaties			0.748				
Frequentie vrijwilligerswerk			0.718				
Lidmaatschap organisaties			0.690				
Interesse nationale politiek				0.830			
Gestemd bij laatste nationale verkiezingen				0.790			
Samenwerken om wijk te verbeteren						0.733	
Bijwonen politieke bijeenkomsten						0.639	
Bijwonen bijeenkomsten over buurtzaken						0.536	
Vertrouwen lokale politiek							0.765
Vertrouwen nationale politiek							0.819
Bijwonen religieuze diensten							0.865

Extractie methode: hoofdcomponenten analyse.

Rotatie methode: varimax met Kaiser-normalisatie.

Rotatie geconvergeerd in 7 iteraties.

Bron: telefonische enquête 2003

Tabel 4.4 Regressieanalyse van drie aspecten van sociale cohesie, Cyburg Amsterdam, 2003 (in gestandaardiseerde regressiecoëfficiënten, alleen significante verbanden ($p < .05$))

	Vertrouwen		Sociale contacten		Participatie		
	Vertrouwen in buurtgenoten	Vertrouwen in politiek	Nationale politiek	Lokale politiek	Lokale betrokkenheid	Religie	
Geslacht (man)		0.164					
Etniciteit (allochtoon)	-0.161		-0.108				0.139
Opleidingsniveau			0.357		0.138		-0.148
Leeftijd				0.169			
Inkomen							
Werkkring				-0.103			
Grootte huishouden				0.145	0.110		
Gebied							
Frequentie gebruik internet							
Attitude t.o.v. ICT							
Internet thuis							
Frequentie internetgebruik voor:							
communicatie	0.143						
opzoeken informatie							
aanbieden van informatie							
vermaak	-0.131		-0.145				
online winkelen		-0.166					
Online overheidsdiensten							
Verklaarde variantie (Adj. R2)	0.057	0.040	–	0.180	0.039	0.025	0.042

Bron: telefonische enquête 2003

Over het algemeen kan gesteld worden dat de combinatie van sociaal-demografische kenmerken en gegevens over internetbezit en -gebruik een slechte verklaring vormt voor de onderscheiden aspecten van sociale cohesie. Dit blijkt uit de lage verklaarde variantie. Alleen de factor participatie in nationale politiek blijkt redelijk verklaard te kunnen worden. Toch blijkt internetgebruik, ook na statistische controle, nog steeds significant samen te hangen met drie van de aspecten van sociale cohesie, te weten vertrouwen in buurt-

genoten, vertrouwen in politiek en participatie in nationale politiek. Per cohesieaspect zijn dit echter verschillende gebruikskenmerken. Omdat ook steeds andere achtergrondkenmerken significant zijn, worden de onderscheiden aspecten hier verder afzonderlijk besproken.

Vertrouwen

Het vertrouwen in buurtgenoten is afhankelijk van etnische achtergrond. Allochtonen blijken wat minder vertrouwen in buurtgenoten te hebben dan autochtonen. Frequentie van internetgebruik is voor dit vertrouwen niet van belang, wel het doel waarvoor internet wordt gebruikt. Er is een positieve relatie met internetgebruik voor communicatieve doeleinden, terwijl gebruik voor vermaak een negatieve relatie heeft met vertrouwen in buurtgenoten. Meer vertier op het net gaat dus samen met een lager vertrouwen in buurtgenoten. Het vertrouwen in politiek blijkt negatief samen te hangen met online winkelen. Naarmate mensen meer digitaal consumeren, hebben zij minder vertrouwen in politici.

Sociale contacten

Of mensen meer of minder actief zijn in het onderhouden van sociale contacten, blijkt noch met achtergrondkenmerken, noch met internetgebruik samen te hangen.

Participatie

Geen van de participatiekenmerken blijkt nog met internetgebruik samen te hangen nadat er gecontroleerd is voor achtergrondkenmerken. Op de onderscheiden participatiefactoren zijn steeds verschillende sociaal-demografische factoren van invloed. Hoger opgeleiden en autochtonen participeren meer in de nationale politiek dan lager opgeleiden en allochtonen. Bij de religieuze participatie is dit omgekeerd. Hier zijn de lager opgeleiden en de allochtonen actiever. Personen uit grote huishoudens zijn wat meer betrokken bij de buurt en bij de lokale politiek dan personen uit kleine huishoudens. Mogelijk is het vooral de aanwezigheid van kinderen die binding met de directe omgeving versterkt. Werkenden ten slotte participeren wat minder in de lokale politiek dan niet-werkenden.

Samenvattend kan uit de bovenstaande cijfers geconcludeerd worden dat de frequentie van internetten de onderscheiden aspecten van sociale cohesie niet beïnvloedt en dat specifieke doelen van internetgebruik soms wel en soms juist niet met deze aspecten van sociale cohesie samenhangen. Min-

stens zo belangrijk als het internetgebruik zijn sociaal-demografische kenmerken van respondenten.

Doorstroming

Een vaak gehoorde hypothese is dat bij een hoge doorstroming de sociale cohesie in een wijk lager zou zijn. Om deze hypothese te toetsen is de relatie tussen de factoren van sociale cohesie en woongedrag berekend. Hierbij is onderscheid gemaakt tussen de twee buurten, omdat veel huizen in het Oostelijk Havengebied pas vrij recentelijk zijn gebouwd. Uit tabel 4.5 blijkt echter dat in de Indische buurt zwakke maar significante ($p < .05$) negatieve verbanden bestaan tussen hoe lang iemand in de wijk woont, en participatie in de buurt, politieke participatie en vertrouwen in de politiek. In het Oostelijk Havengebied is er alleen een zwak negatief verband met vertrouwen in de politiek.⁷ Deze negatieve verbanden zijn opvallend, omdat deze tegengesteld zijn aan de verwachtingen in de literatuur.

Tabel 4.5 Samenhang woongedrag en verschillende aspecten van sociale cohesie, gecontroleerd voor leeftijd

		Vertrouwen in buurgenoten	Vertrouwen in politiek	Sociale contacten	Participatie nationale politiek	Participatie lokale politiek	Participatie buurt	Participatie religie
Indische buurt	partiële correlatie	-0.06	-0.20	-0.03	-0.23	-0.04	-0.17	-0.09
	p	0.37	0.00	0.69	0.00	0.54	0.01	0.15
Oostelijk Havengebied	partiële correlatie	-0.028	-0.14	-0.07	-0.08	0.10	0.01	-0.034
	p	0.66	0.03	0.27	0.20	0.13	0.89	0.59

Bron: telefonische enquête 2003

4.7 Samenvatting en aanbevelingen

Sociale cohesie is een onderwerp dat de laatste jaren sterk in de aandacht is komen te staan. Binnen de Europese Unie en door landelijke en lokale overheden wordt gezocht naar manieren om de negatieve gevolgen van toeneemende individualisering voor de sociale cohesie tegen te gaan.

Technologie kan sociale trends niet veranderen, maar kan overheden wel helpen ermee om te gaan. Een mogelijkheid tot het versterken van sociale banden binnen lokale gemeenschappen is de toepassing van het internet.

De resultaten van het gepresenteerde onderzoek ondersteunen noch het

pessimistische beeld over afbrokkelende sociale cohesie, noch utopische visies over de mogelijkheden van ICT als middel om sociale cohesie te verhogen. Op basis van de gevonden resultaten is de vraag of het gebruik van internet nu leidt tot een stijging dan wel daling van de sociale cohesie van de bewoners, niet met een simpel ja of nee te beantwoorden. Frequentie van het gebruik van internet blijkt niet van invloed te zijn, het doel waarvoor internet wordt gebruikt, soms wel. Echter, de invloed van sociaal-demografische kenmerken is minstens zo groot. Het blijkt dat de bevindingen afhankelijk zijn van contextuele factoren zoals (etnische) achtergrond van bewoners, opleidingsniveau en de grootte van het huishouden.

Het blijkt niet gemakkelijk te zijn om buurtbewoners actief te betrekken bij een website gericht op hun buurt. In Zeeburg gebruikt maar een klein deel van de bewoners de website *Cyburg.nl*. Redenen voor dit lage gebruik zijn de voor de bewoners onduidelijke doelstelling van de website, de gecompliceerde structuur en technische problemen. Het gebruikersonderzoek laat zien dat diegenen die *Cyburg.nl* gebruiken, voornamelijk hoogopgeleide autochtone mannen zijn met veel ICT-ervaring. Andere groepen, die juist meer van de site zouden kunnen profiteren dan de groep die door zijn achtergrond toch al een voorsprong heeft, maken er niet of nauwelijks gebruik van. De samenwerking van Cyburg met initiatieven uit de buurt verliep niet altijd even gemakkelijk. Cyburg werd gezien als een 'logge' organisatie en bewoners probeerden op andere manieren hun doel te bereiken. Op basis van de resultaten kan een aantal aanbevelingen worden geformuleerd voor het opzetten van websites gericht op het verbeteren van sociale cohesie in wijken.

- Men moet realistisch blijven over de verwachtingen van de effecten van ICT op sociale cohesie. ICT is maar een van de middelen om sociale cohesie te stimuleren, naast andere initiatieven van organisaties zoals het welzijnswerk, vrijetijdsverenigingen en kerken.
- Toegang tot het internet blijkt steeds minder een issue te zijn, maar vaardigheden om het net op een nuttige manier te gebruiken zijn dat wel. Juist voor kwetsbare groepen in de samenleving is het aanbieden van extra ondersteuning door middel van cursussen of zelfhulpgroepen erg belangrijk.
- Communicatie is voor sociale cohesie een eerste behoefte. Ondersteun verschillende soorten online communicatie, zowel asynchroon (e-mail, mailinglijsten, fora) als synchroon (chat).
- Laat de site het 'geheugen' van de buurt zijn door verstuurd berichten op te slaan en toegankelijk te houden, bijvoorbeeld in forums. Zorg vooraf voor duidelijke regels voor het modereren van berichten.

- Geef gebruikers de mogelijkheid zelf verantwoordelijkheid te nemen voor het bouwen en beheren van een gedeelte van de website. Op die manier kan functionaliteit door de gebruikers zelf worden toegevoegd en worden de inzet en de band met de website groter. Een *bottom-up*-benadering werkt beter dan een *top-down*-benadering.
- Als een organisatie het doel heeft om initiatieven uit de buurt te faciliteren, dan moet alert gereageerd worden op voorstellen. Als een bewoner een idee heeft maar een maand moet wachten, is het momentum alweer verdwenen. Zorg voor een vast aanspreekpunt in de organisatie om te voorkomen dat bewoners het gevoel hebben van het kastje naar de muur gestuurd te worden.
- Wil een website een wezenlijke bijdrage kunnen leveren aan de sociale cohesie in een wijk, dan zal die moeten aansluiten bij al bestaande initiatieven in de wijk. Door samen te werken in plaats van te concurreren kan een synergie op gang gebracht worden met organisaties met dezelfde belangen.
- Identificeer sleutelfiguren in de wijk en probeer hen te winnen voor het initiatief.
- Kies bewust het niveau van de gemeenschap waarop de website zich richt. Wanneer dit niveau te hoog wordt, zoals een stadsdeel, de hele stad of de provincie, ervaren de gebruikers het al snel als een ver-van-mijn-bedsituatie. Door een website te richten op de bewoners van een straat of buurt zullen zij zich meer betrokken voelen en meer participeren.
- Technische onvolkomenheden leiden tot irritatie en het afhaken van gebruikers. Houd de techniek simpel: beter een simpele site die goed werkt, dan een ingewikkelde waar problemen mee zijn.
- Veel bezoekers van *Cyburg.nl* namen niet de moeite op nieuwsberichten te reageren omdat ze zichzelf daarvoor eerst moesten aanmelden, wat als omslachtig werd ervaren. Maak voor de website een onderscheid tussen faciliteiten waarvoor gebruikers zich wel of niet hoeven aan te melden.
- Maak de doelstelling van de website zo duidelijk mogelijk. Een website kan, zeker bij de start, niet tegelijk een portal voor de buurt, het visitekaartje van het project, een communicatieplatform voor bewoners, een uithangbord voor de plaatselijke middenstand, een vacaturebank en advertentiekrant en het verzamelpunt van allerlei buurtprojecten te zijn. Het is bijna onmogelijk al deze functies gelijktijdig goed te vervullen en voor de bewoners zal de doelstelling van de site onduidelijk zijn. Begin simpel, later kan altijd nog functionaliteit worden toegevoegd.

Dankbetuiging

Voor het schrijven van dit hoofdstuk is dank verschuldigd aan Wouter van Gent en Bob Wielinga, programmagroep Sociaal Wetenschappelijke Informatica (SWI) aan de Universiteit van Amsterdam en Peter van den Besselaar van het Nederlands Instituut voor Wetenschappelijke Informatiediensten (NIWI). Het onderzoek dat ten grondslag lag aan dit hoofdstuk, is mogelijk gemaakt door het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling, de provincie Noord-Holland en de gemeente Amsterdam.

Noten

- ¹ Gedefinieerd als mensen waarvan ten minste één ouder niet in Nederland is geboren.
- ² De frequentie van internetgebruik hangt positief samen met inkomen ($\gamma=0.396$, $p=0.00$), met opleidingsniveau ($\gamma=0.386$, $p=0.00$) en negatief met leeftijd ($\gamma=-0.031$, $p=0.00$).
- ³ Er is sprake van *open source* software wanneer de software gratis beschikbaar en verspreidbaar is, en de programmacode (de *'source code'*) door iedereen aangepast en uitgebreid kan worden.
- ⁴ De Digitale Stad van Amsterdam (<http://www.dds.nl>) was een website waar gebruikers gratis e-mail en een homepage konden krijgen. Het was een van de eerste online gemeenschappen in Nederland. In 2000 werd de digitale stad gesloten.
- ⁵

Vertrouwen in buurtgenoten:	$r = 0.102$ ($p = 0.022$)
Vertrouwen in lokale politiek:	$r = 0.113$ ($p = 0.011$)
Sociale contacten:	$r = -0.267$ ($p = 0.000$)
Participatie nationale politiek:	$r = 0.252$ ($p = 0.000$)
Participatie lokale politiek:	$r = 0.009$ ($p = 0.338$)
Participatie in de buurt:	$r = -0.056$ ($p = 0.207$)
Participatie religie:	$r = -0.187$ ($p = 0.000$)
- ⁶ Om het probleem van de ontbrekende waarden zo veel mogelijk te reduceren zijn 'zuinige' modellen geschat waarin alleen variabelen zijn opgenomen die in eerdere, uitgebreidere analyses significant met de betreffende factor van sociale cohesie samenhangen. Uit deze regressieanalyse kwamen geen significante variabelen voor de factor sociale contacten naar voren en deze factor is vervolgens niet nader onderzocht.
- ⁷ In tabel 4.5 is voor leeftijd gecorrigeerd, omdat het aannemelijk is dat ouderen al langer in een wijk wonen dan jongeren. Om de woontijd te vergelijken moet dus gecorrigeerd worden voor leeftijd. Dit geldt eigenlijk alleen voor de Indische buurt, omdat de meeste woningen in het Oostelijk Havengebied pas recent zijn gebouwd en leeftijd daar dus minder van belang is. Mede daarom zijn de twee wijken ook apart gehouden.

Literatuur

- Bangemann, M. (1994). *Europe and the global information society. Recommendations to the European Council. Report of the High-level Group on the Information Society*. European Council.
- Beamish (1995). *Communities on-line. Community-based computer networks* (proefschrift). Massachusetts: MIT.
- Beckers, D. en P. van den Besselaar (1998). 'Sociale interactie in een virtuele omgeving: De digitale stad'. In: *Informatie en Informatiebeleid*. Winter (16) 4.
- Ferlander, S. en D. Timms (1999). 'Computer-supported community networks and social cohesion' (paper 1st Regional Telematics Conference). Geraadpleegd 15 juni 2003 via <http://www.stir.ac.uk/schema/conf/Tanum/tanumpaper.doc>
- Haan, J. de en F. Huysmans (2002). *E-cultuur; een empirische verkenning*. Den Haag: SCP.
- Hart, J. de (red.) (2002). *Zekere banden: Sociale cohesie, leefbaarheid en veiligheid*. Den Haag: SCP.
- Kazmer, M.M. en C. Haythornthwaite (2001). 'Judging multiple social worlds: Distance students online and offline'. In: *American Behavioral Scientist* (45) 3, p. 510-529.
- Kraut, R. et al. (1998). 'Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and well-being?' In: *American Psychologist* (53) 9, p. 1017-1031.
- LaRose, R., M. Eastin en J. Gregg (2001). 'Reformulating the internet paradox: social cognitive explanations of internet use and depression'. In: *Journal of Online Behavior* (1) 2.
- Nie, N. (2001). 'Sociability, interpersonal relations and the internet. Reconciling conflicting findings'. In: *American Behavioral Scientist* (45) 3, p. 420-435.
- Nie, N. en L. Erbring (2000). 'SIQSS internet study'. Geraadpleegd op 10 september 2003 via <http://www.stanford.edu/group/siqss>
- Nie, N.H. en D.S. Hillygus (2002). 'The impact of internet use on sociability: Time-diary finding'. In: *IT&Society* (1) 1, p. 1-20.
- O+S (2003). 'De Amsterdamse bevolking'. Geraadpleegd 10 september 2003 via http://www.onstat.amsterdam.nl/index.php?onderwerp=de_amsterdamse_bevolking.
- Putnam, R.D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon & Schuster.
- Rheingold, H. (1993). *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier*. London: Secker and Warburg.
- The Saguaro Seminar (2003). 'The Social Capital Community Benchmark Survey'. Geraadpleegd 10 september 2003 via <http://www.ksg.harvard.edu/saguaro/communitysurvey/index.html>
- Schalken, K. en J. Flint (1995). *Handboek Digitale Steden*. Amsterdam: De Digitale Stad.

- Stoll, C. (1995). *Silicon snake oil: Second thoughts on the information highway*. New York: Doubleday.
- Wellman, B. et al. (2001). 'Does the internet increase, decrease, or supplement social capital? Social networks, participation, and community commitment'. In: *American Behavioral Scientist* (45) 3, p. 437-456.
- Zee, W. van en C. Hylkema (2002). *Stadsdeling en buurtcombinaties in cijfers*. Het Amsterdamse Bureau voor Onderzoek en Statistiek.
- Zoonen, L. van et al. (2003). *Effects of internet use on social cohesion in the Netherlands* (paper, conferentie Media Audiences, Pamplona, 27-28 juni 2003).

