

Rotterdam

***B&D City Een internet
van gewone omgangsvormen
Citylab 010 - 2022***



Inhoud

HOE KUNNEN WE MEER
MENSEN BETREKKEN IN

PARTICIPATIE

PROCESSEN

EN

GENUANCEERDE

DISCUSSIES OVER
DIVERSITEIT ?

GEGEVENS	
HET INITIATIEF	
SAMENVATTING	
PROBLEEMSTELLING	
DE VERNIEUWING	
DE DOELGROEP	
MAATSCHPELJKE BIJDRAGE/ VERANTWOORDING	
PLAN VAN AANPAK	
ACTIVITEITEN	
PLANNING	
DE AANVRAGER	
PROJECTORGANISATIE	
SAMENWERKINGSVERBANDEN	
TOEKOMSTVISIE	
OPSCHAALBAARHEID	
VERDIENMODEL	
DE BEGROTING	
UITGAVEN	
INKOMSTENS	
SPECIFICATIE PER FASE	
EIGEN BIJDRAGE	
ONDERSTEUNINGSBRIEVEN	
ZADKINE	
WIJKRAAD MATHENESSE	
WIJKMANAGER MATHENESSE	
AMBASCO SAMURE	
BAS BOORSMA (CDO ROTTERDAM)	
CLICKNL-NEDERLANDSE OVERHEID	

Gegevens

NAAM INITIATIEF: ROTTERDAM BEAUTY&DESIGN CITY
EEN INTERNET VOOR GEWONE OMGANGSVORMEN

CONTACTPERSOON HARMEN VAN DE WAL

ORGANISATIE GAMECHANGERS INCLUSIEF C.V.

ADRES MARCONISTRAAT 52
3029AK ROTTERDAM

EMAILADRES HARMEN@KRILL.NL

HOOGTE AANVRAAG €100.000

.....EN
INTERNET
VEILIGER
MAKEN?

Het initiatief

Samenvatting

Een internet van gewone omgangsvormen

We willen een nieuwe plek maken die mensen de kans geeft om aan het openbare leven mee te doen en mee te praten over wat voor hen belangrijk is. Een plek die makkelijker te begrijpen is omdat het meer lijkt op de fysieke wereld waar formele en ongeschreven regels elkaar aanvullen. Een online wereld met alle lagen van de offline wereld die niet wordt gekaapt door de data-verzamelande internetcowboys en trollen. Deze plek missen we nu, en die willen we maken. Hiervoor zijn we een samenwerking aangegaan met de AR-VR specialisten van Ambasco-Samure.

We vragen deze startsubsidie aan om deze plek voor Rotterdam te ontwikkelen en te testen. Als de testresultaten een positieve opbrengst laten zien, willen we het graag verder uitrollen, eerst over de rest van Nederland, daarna over Europa. Daarbij willen we aansluiten bij een netwerk van living labs dat de Nederlandse overheid opzet.

Twee gemeenschappen willen zich aan het plan verbinden, zodat we echte ervaring kunnen opdoen. We beginnen met een MBO dat studenten gereedmaakt voor de wereld (en de markt) van morgen. Met de ervaringen die we daarmee opdoen, zullen we verder gaan met een woonbuurt die genoeg heeft van alle sociale problemen die daar voor en achter de voordeur zijn en mee wil praten over ideeën om hun situatie te verbeteren.

MBO-opleiding Zadkine Beauty & Fashion heeft samen met commerciële en sociale partners een gemeenschap opgericht rondom schoonheid, haarverzorging, mode en sieradenontwerp, het Beauty & Design Lab (B&D Lab). Met het B&D Lab wil Zadkine studenten in contact brengen met de hele diversiteit van de maatschappij. Iedereen die een make-over wil krijgen, ongeacht zijn/haar/hen ras, gender, geaardheid, of draagkracht is er welkom. De omgeving die we daarvoor gaan maken moet hen veiligheid bieden en zal B&D City heten. De tweede gemeenschap is een woonbuurt in

Mathenesse, het Witte Dorp. Mathenesse is een stadswijk in het westen van Rotterdam, maar wordt vaak als een deel van Schiedam gezien. Zij heeft een actieve wijkorganisatie, betrokken burgers, maar loopt er vaak tegen aan dat ze niet iedereen kan bereiken. Voor deze gemeenschap maken we MathenesseOnline.

We proberen voor deze gemeenschappen een internetomgeving te maken waarin ongeschreven regels net zo belangrijk zijn als in de fysieke wereld. Een omgeving waarin het openbare domein voor iedereen toegankelijk en veilig is, dat past binnen onze open samenleving. Ons uitgangspunt is dit: wanneer mensen elkaar kunnen zien, gedragen ze zich vaak socialer dan wanneer ze zich ongezien wanen. Ongeschreven regels gaan dan opeens een rol spelen. Dit idee willen we testen met een prototype, door een online wereld te maken waar je, net als in een game, doorheen loopt en andere bezoekers ziet. Zij zijn dan zichtbaar als avatars. Een ander idee is dat wanneer mensen iets delen, een interesse of een belang in iets, ze toleranter zijn voor elkaars onderlinge verschillen. Dit idee willen we testen door samen met de gemeenschappen apart een programma op te zetten. Het doel van het programma is om ervoor te zorgen dat er genoeg bezoekers zijn. Bij B&D City gaat dit over liefde voor het vak. Een van de partners van het B&D Lab, Living Lifestyle Magazine, verzorgt een platform rondom schoonheid, mode, haarverzorging die zich richt op professionals en geïnteresseerden. Iedere vier maanden verzorgen ze een programma met talkshows, longreads, columns en meer. De programma's gaan over het vak in relatie tot een doelgroep die zich verdrukt of niet serieus genomen voelt en worden in de omgeving van B&D City geplaatst. Dwalend door de steegjes en pleinen van B&D city kan je van het ene naar het andere 'artikel' komen. Met de woonwijk gaat het over wat mensen doen om de wijk beter te maken. Mathenesse heeft een actieve beweging die zich sinds een paar jaar bezig houdt met de problemen van de wijk. Ongeschreven regels zijn belangrijk, want zonder ongeschreven regels blijft het

behelpen. Maar we weten we ook dat er altijd conflicten kunnen ontstaan en er over regels gedacht moet worden. Omdat de online wereld toch anders is, vragen we een groep mensen om ons bij de les te houden. Zij scheppen de voorwaarden voor het gebruik van de wereld. Onze overtuiging is dat we kunnen leren van de fysieke wereld. Daar lukt het ook. Kijk naar het verkeer. Natuurlijk gaat er soms iets mis, er zijn ergernissen, kleine en grote ongelukken. Maar als je ziet hoeveel en hoe hard mensen rijden, is dat opvallend weinig.

We willen leren en wát we geleerd hebben delen met anderen. We gaan er van uit dat de omgevingen die we neerzetten niet in een keer goed zijn, en misschien zelf wel opnieuw moeten worden gebouwd. Na twee jaar leren en vier prototypes weten we of dit concept levensvatbaar is. Dan kan Rotterdam het inzetten voor andere wijken in zijn digitale tweelingstad, kan Zadkine het gebruiken voor andere leeromgevingen en kan het de vleugels uitslaan naar de rest van Nederland.

Het initiatief

Probleemstelling

Internet: is het een kans of een hel? Internet heeft grote invloed op onze maatschappij. Sla een willekeurige krant open en je leest er opiniestukken over. Begin een gesprek over Facebook, Tiktok, Thuisbezorgd en Air B&B en mensen raken niet uitgepraat. We kunnen niet meer zonder, zo veel is duidelijk. Het internet is een aanvulling geworden op de fysieke wereld, en wordt dat alleen maar meer. De ontwikkelingen op internet staan niet stil. Momenteel wordt er hard gewerkt aan een internet waar je, net als in een game, doorheen kan wandelen. Met de ontwikkeling van een metaverse zullen veel mensen die nooit gegamed hebben opeens een stuk meer onthand zijn. Maar de wereld op metaverse zal tegelijkertijd zo verleidelijk zijn dat de kans is groot dat we nog meer tijd op het net gaan doorbrengen. Als je niet mee doet val je buiten de boot. En daar wringt nu net de schoen. Als je kijkt naar Amerikaanse ontwikkelingen voor metaverse zie je een soort wilde westen ontstaan waarin de sterkste wint. Kijk je naar China, dan zie je een ontwikkeling waarin veel vrijheden verdwenen zijn. Zijn dat de omgevingen waar je je veilig voelt? Hier, in Nederland, in Europa staan we voor een open samenleving waarin mensen zich veilig genoeg voelen om zichzelf te zijn. Kan dat nog wel binnen de omgevingen die nu worden gemaakt?

Wij denken dat dit alleen kan wanneer we een nieuwe gedragscode ontwikkelen en dat we daar met de ontwikkeling van een metaverse hier een goede kans voor krijgen. Als we het goed doen, kunnen we een internetomgeving ontwikkelen waarin je je net zo natuurlijk beweegt als in de fysieke wereld. Een omgeving waarin de omgangsvormen net zo vanzelfsprekend zijn en iedereen weet dat die per plek verschilt. Zo is het in de fysieke wereld ook: ben je thuis, dan ben je onder de mensen die je intiem kent. Deze plek is veilig, je mag hem zelf inrichten en je kan jezelf laten kennen (Altman 1975). Ben je op straat, dan zien veel mensen je, maar kennen de meesten je niet. Dat betekent niet dat je geen rekening met ze houdt. Je bent alleen meer een toeschouwer, en iemand anders zorgt voor de handhaving van regels (Lofland 1999).

Mensen passen hun gedrag aan aan het niveau van openbaarheid. Als je aan een omgeving kan zien welke omgangsvormen er gelden, wordt die sociaal duurzamer. (Van Dorst 2005). Mensen kunnen elkaar makkelijker corrigeren als het mis gaat, omdat iedereen weet welke codes er op een plek gelden. Kortom, we willen een internetomgeving die veilig voor mensen is, omdat ze de gedragscodes snappen, omdat het hoort bij het openbare domein en door ons allemaal bewaakt wordt. *Dit hebben we hard nodig.*

1.1b

Kunnen ongeschreven regels bestaan op het internet?

Stel dat we de fysieke stad echt als voorbeeld nemen. Dat zou veel verklaren van wat er op het net gebeurt. Verschillende sociologen, omgevingspsychologen en onderzoekers naar sociale veiligheid hebben aangetoond dat wanneer mensen zich onbespied wanen, ze makkelijker overgaan tot normoverschrijdend gedrag (Lynch 1960). Om normoverschrijdend gedrag te voorkomen is het belangrijk 'ogen op straat te hebben' (zie onder ander Jacobs 1961). In de stedenbouw is dit een belangrijk uitgangspunt.

Onderzoekers hebben ook gekeken naar het verschil tussen privé en openbaar, en daaruit hebben ze geconcludeerd dat dit sociale domeinen zijn waarin mensen anders met elkaar omgaan. Het privédomein is de plek waar je zelf meer controle over hebt. In het openbaar domein regelt vooral de overheid wat wel en niet kan. De domeinen zeggen dus veel over eigenaarschap en verantwoordelijkheid.

Een aantal onderzoeken laat zien dat mensen, ook in de virtuele wereld rekening houden met de persoon die ze daar tegenkomen. Net dus als wanneer je iemand tegenkomt in een fysieke stad. Dit zou kunnen betekenen dat je iedere keer wanneer je een andere plek in de virtuele stad binnenkomt, weet of je op een openbare plek komt (waar mensen je wel kunnen zien, maar niet kennen, en de cookies automatisch goed staan) of dat je op een privéplek komt waar mensen je niet kunnen volgen, maar wel kennen. Zo wordt de internetomgeving herkenbaarder en

Internet kan veel voor emancipatie betekenen. Mensen die zich met hun anders-zijn geen raad weten vinden er gelijkgestemden. Facebook hielp mee om aansluiting te krijgen bij open democratische samenlevingen.

Het initiatief

Probleemstelling

veiliger voor de bezoekers. Zo'n online omgeving bestaat nog niet en deze willen we graag ontwerpen en bouwen. *Tijdens het ontwikkelen van dit project hebben we dus in ieder geval een bouw-atelier nodig.*

1.1c Is internet niet juist slechter geworden van nudging?

Een belangrijke reden waarom internet zo problematisch is, is dat de grote techbedrijven juist met de onderzoeken van psychologen en sociologen aan de haal zijn gegaan. Meta, games, Youtube, allemaal maken ze gebruik van trucjes om mensen onbewust te laten doen wat voor het bedrijf geld oplevert. Het is dus best problematisch om dezelfde trucjes toe te gaan passen in een poging om juist een socialere wereld te scheppen. Wij denken dat het belangrijk is om mensen in staat te stellen om ongeschreven regels te ontwikkelen, maar dat het nog belangrijker is om erg voorzichtig te zijn. Stimuleren kan erg makkelijk doorschieten in manipuleren. Hoe groter de belangen van de platformbouwers, hoe moeilijker het wordt om weerstand te bieden tegen de drang om te manipuleren. Daarom willen we niet alleen een omgeving bieden waar van alles mogelijk is, we denken dat je ook goed over de grenzen moet nadenken. Dat is best lastig. Als je iets maakt, wil je het liefst het onderste uit de kan halen. Wanneer een online wereld zichzelf moet kunnen bedruipen, en het dus ook geld moet opleveren, is het verleidelijk om toch een beetje manipulatie toe te passen. Dat is immers de kern van marketing. *Daarom denken we dat de hulp nodig hebben van een groep experts en gebruikers die zich bezig houden met het vaststellen van grenzen voor gebruik. Een ethisch atelier.*

1.1d Zouden er in een online omgeving dezelfde sociale domeinen kunnen bestaan als in de fysieke stad?

Stel dat dat kan en dat iedereen die herkent wanneer hij of zij er komt? In zo'n internet zal je iedere bezoeker kunnen zien en aanspreken. Zou het dan niet kunnen zijn dat we dan makkelijker over kunnen gaan op dezelfde ongeschreven regels als die van de fysieke wereld?

Wij denken van wel. Maar dan moeten er dus wel mensen komen, en die moeten een reden hebben om er te komen. Zo'n online omgeving moet dus een programma hebben. Programma's richten zich op gemeenschappen, groepen van mensen die iets met elkaar delen. Dat kan heel divers zijn wanneer dat goed wordt georganiseerd. Juist wanneer mensen gezamenlijk een liefde delen voor iets dat leeftijd, ras, sekse of geaardheid overstijgt, is de kans groot dat ze met elkaar in gesprek komen. *Naast een bouw- en een ethisch atelier is er dus behoefte aan een programmerend atelier.*

...maar internet geeft ook ruimte aan trollen, facebook creëerde de fabeltjesfuik, en big tech manipuleert gebruikers tot verslaving aan hun apps.....

Een online wereld met alle lagen van de offline wereld zou een goede stap kunnen zijn naar een internet van gewone omgangsvormen.

Het initiatief

De Vernieuwing

OPENBAAR DOMEIN

Er zijn vooral onbekende vreemdelingen. Mensen zijn geen eigenaar, maar toeschouwer.

PAROCHIAAL DOMEIN

De meeste mensen zijn bekend, of bekend van gezicht. Er is een enkele vreemde (bezoeker?). Mensen zijn geen eigenaar, maar wel deelnemer.

PRIVE DOMEIN

Een vaste groep die elkaar goed kent, het 'huishouden'. Het huishouden is eigenaar.

Als we kijken naar ontwikkelingen op het net, weten we dat we niet de enigen zijn. Click.nl is opgezet door de Nederlandse overheid en onderzoekt de toekomst van immersieve werelden, zoals wij die ook willen maken. Kijken we naar Pakhuis De Zwijger, programma's van VPRO, het fieldlab van sociale cohesie van de Effenaar, dan zien we hoe veel mensen zich hard maken voor een internet van gezond verstand. Waarin maken wij dan het verschil?

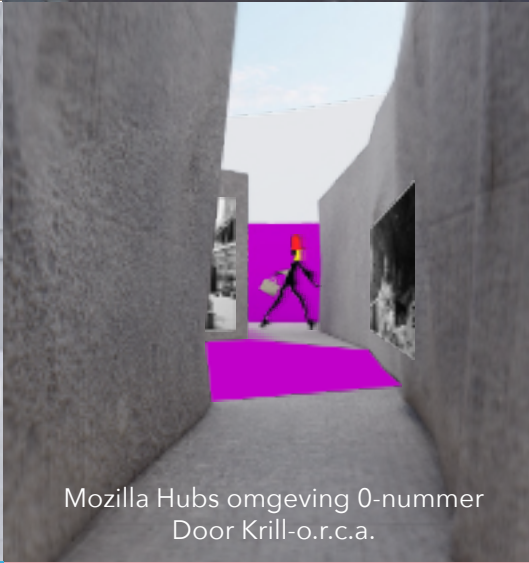
We willen graag bijdragen aan het bredere/ grotere onderzoek naar de online wereld. Wat ons plan bijzonder maakt is dat we, anders dan de initiatieven die we nu zien, de enige zijn die de fysieke wereld als model gebruikt. Wij zien bijvoorbeeld dat vooral gesproken wordt over het onderscheid tussen openbaar (en dan ook helemaal openbaar) en privé (maar dan ook echt privé). De werkelijkheid is dat hier veel meer gradaties tussen zijn (Van Dorst 2005, Lofland 1999). In je huis is je omgeving privé, maar is de slaapkamer van de ouders of de badkamer veel meer privé dan de woonkamer. Een woonstraatje is openbaar, maar ook een beetje van de bewoners samen en met de wijkagent kan je best een praatje maken, misschien kan hij een oogje dicht knijpen. De snelweg is echter helemaal anoniem, en als je daar iets fout doet, krijg je een bekeuring in de bus. Zo willen wij de omgeving ook opzetten: een online wereld met alle lagen van de offline wereld. Alleen dan kan je op een natuurlijke manier door de online omgeving wandelen en wordt de koppeling tussen online en fysieke wereld vanzelfsprekender.

We zullen daarom de online wereld in verschillende lagen aanmaken. We beginnen met drie lagen: een winkelstraat in de openbare laag, een wijkje in een parochiale (gemeenschaps) laag, en privéadressen. Per niveau gelden andere

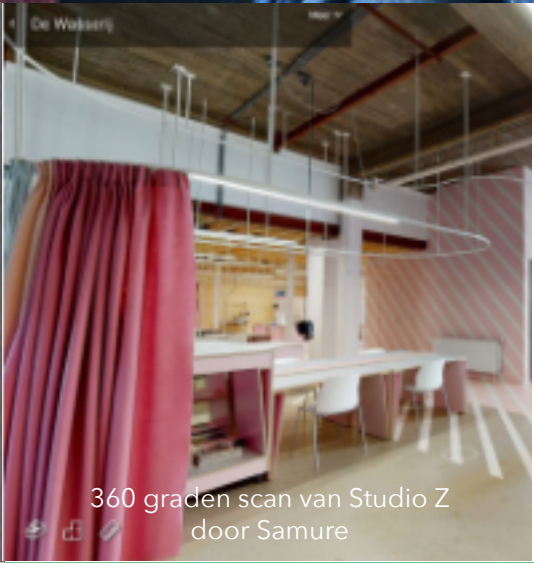
gedragsregels, net als in de fysieke wereld. In de winkelstraat kan iedereen je zien, maar word je weinig herkend. Als je in deze ruimte bent, word je gerepresenteerd door een avatar waarmee buitenstaanders misschien wel kunnen zien dat er iemand is, maar niet wie dat is. In deze wereld zullen de cookies automatisch goed staan en je hoeft niet iedere keer iets aan of uit te vinken. In het online wijkje kennen buurtbewoners je van gezicht. Zij en jij zullen je dan op een andere manier gedragen dan in de eerder genoemde winkelstraat. En in je eigen privéwereld zijn weer andere gedragsregels aan de orde. In je privéwereld bevindt zich misschien wel jouw klaslokaal. Daar ben je minder anoniem dan thuis, maar bedrijven kunnen niet zien of jij in de klas bent. In een winkel gelden natuurlijk andere regels. Niet alleen hebben we drie niveaus voor de omgeving, de gebruikers uit de gemeenschappen van de pilot zijn zo gekozen dat ze in het offline leven gebruik maken van alle drie de lagen. Een MBO-student beweegt zich soms in het klaslokaal (laag 1: privé), soms neemt zij deel aan de programma's van Living Lifestyle Magazine (laag 2: parochiaal) en ook begeeft zij zich in de winkelstraat (laag 3: openbaar). Door de online omgeving zo op te zetten dat die werkt zoals een stad komt er ook een verdienmodel waarmee dit zich in stand kan houden: er is een winkelstraat waarmee commerciële websites te bereiken zijn (reclame), en er is een wijkje dat met abonnementen in stand gehouden kan worden.



Mozilla Hubs omgeving 0-nummer
Krill-o.r.c.a Avatar: beeld Piet Paris, D. Cartwright.



Mozilla Hubs omgeving 0-nummer
Door Krill-o.r.c.a.



360 graden scan van Studio Z
door Samure

Avatars zijn te zien, maar niet herkenbaar. Cookies zijn daarmee ook alleen functioneel. Pas bij entree van een commerciële website verandert dit



Avatars zijn herkenbaar 'van gezicht. Andere data zijn niet bekend, tenzij dat wordt toegestaan door de avatar



Avatars zijn herkenbaar. Het is mogelijk om een geheel eigen stijl te kiezen, maar in het privé domein is iedereen bekend



We willen een internetomgeving waarin je je net zo natuurlijk beweegt als in de fysieke wereld. Een omgeving waarin de omgangsvormen net zo vanzelfsprekend zijn en iedereen op iedere plek weet wat zijn rol is.



Het initiatief

De Doelgroep

We hebben twee gemeenschappen benoemd, maar onze uiteindelijke doelgroep bestaat uit mensen die willen meedoen aan het openbare leven, maar zich er niet meer goed in thuis voelen, mensen die moeilijk toegang krijgen tot het openbare domein, omdat die niet voor hen gemaakt lijkt te zijn, mensen die zich niet veilig voelen op het internet.

Dat zou wel eens een grote groep kunnen zijn. Te groot om mee te beginnen. We hebben daarom gekeken naar een aantal trends in de maatschappij. De eerste is die in onderwijs. MBO's hebben van de overheid een drievoudige opdracht gekregen. Studenten moeten niet alleen worden opgeleid voor het vak, maar moeten ook zichzelf ontplooiën, en hun plek in de maatschappij kunnen innemen. Tegelijkertijd moeten ze programma's ontwikkelen voor Leven Lang Leren.

Onze eerste doelgroep bestaat daarom uit MBO's die hun studenten een gemeenschap willen bieden waarin ook sociale en commerciële partners, hun toekomstige werkgevers zitten. De tweede trend is de omgevingswet. Die is nog niet ingevoerd, maar het is wel duidelijk dat deze wet gemeentes en ontwikkelaars verplicht om mensen inspraak te geven bij gebiedsontwikkeling. Onze tweede doelgroep is die van de overheid die wijkbewoners wil kunnen bereiken om participatieprocessen goed te kunnen opzetten.

Verder zien we steeds vaker dat grote bedrijven in de knel komen omdat hun producten steeds meer vragen oproepen. Soms zijn dat producten die de maatschappij wel moet hebben, maar geen plek weet te geven, zoals duurzame energie. (zie voor meer achtergrond onze youtube filmpjes)

Voor deze aanvraag richten we ons als eerste één gemeenschap en gaan we de voorbereidingen treffen voor twee andere gemeenschappen, De eerste is het Beauty & Design Lab (B&D Lab) opgezet door Zadkine Beauty & Fashion. Dit is een gemeenschap van MBO studenten en iedereen die werkt of geïnteresseerd is in de beauty- & designwereld. De tweede gemeenschap bestaat uit wijkbewoners van een wijk met veel problemen, het Witte Dorp in Mathenesse. In deze gemeenschap werkt een bewonersbeweging (Mathenesse aan de Maas) al goed samen met de wijkraad, stadsmarinier en wijkmanager. De derde gemeenschap zal een bedrijf zijn met een maatschappelijk probleem dat een openbaar debat nodig heeft.

B&D City

De MBO studenten bereiken we met de liefde voor het vak Beauty & Design. Voor het B&D Lab maken we B&D City. Daarmee bereiken we ook de anderen, zoals hun klanten en de commerciële en sociale partners, met wie we de gemeenschap diverser willen maken. De beroepspraktijk vraagt steeds meer flexibiliteit van haar medewerkers en is daarmee van nature divers. B&D City wordt een publieksplatform rondom schoonheid en mode dat specialistische kennis koppelt aan de cultuur en praktische toepassingen ervan. Dit is interessant voor verschillende mensen. Een blik op social media laat zien hoeveel mensen zich hiermee bezig houden. Wetenschappers, kunstenaars, kappers, schoonheidsspecialisten, *celebs* en Youtube-amateurs zijn *en masse* met schoonheid bezig. Professionals uit de wereld van De Bijenkorf, Elle Magazine, en Brunott Juweliers en sociale partners als Dress for Success komen in aanraking met jonge makers, de studenten, maar ook met mensen die weinig te besteden hebben en toch een make-over nodig hebben. Door de

Onze uiteindelijke
doelgroep bestaat uit
mensen die willen
meedoen aan het
openbare leven, maar
zich niet veilig voelen
op het internet.

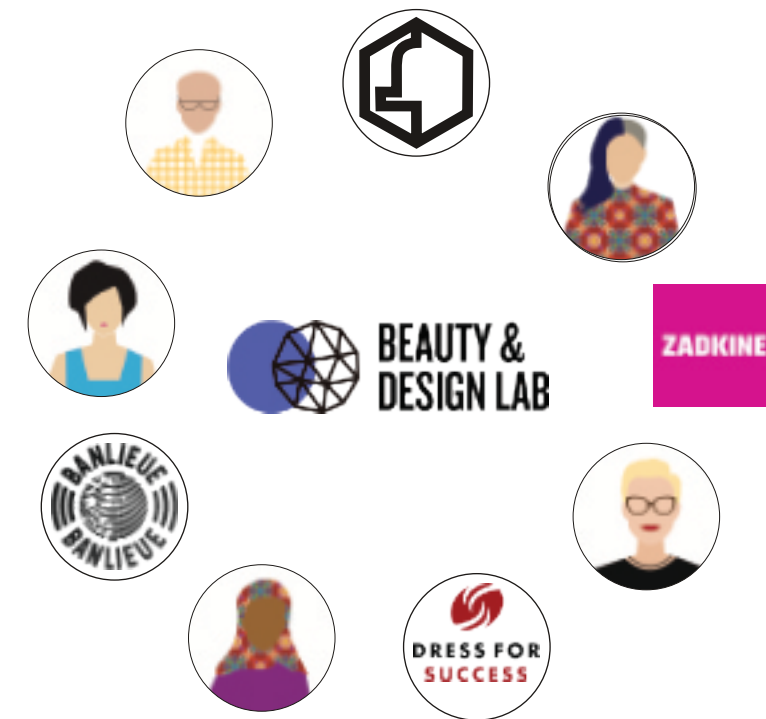
gemeenschap rondom het B&D lab is een stichting opgericht: Stichting Living Lifestyle Magazine die een online vakblad wil maken rondom Beauty & Design en diversiteit. Met het programma dat zij opzetten willen we deze groep bereiken en geïnteresseerd houden. In hun uitgaves worden podcasts, talkshows, longread artikelen en columns gemaakt die in de omgeving worden geplaatst. Op een zelfde manier kunnen in de toekomst andere MBO-disciplines mensen rondom een thema samenbrengen. Kijk naar de interesse voor koken, business, en bouwen.

Mathenesse on Line

De overheid bereiken we via wijk- en buurtorganisaties met actieve bewoners. We willen hen een omgeving bieden die leuke zaken combineert met lastige. Een omgeving waarin over het openbreken van de straat voor riolering wordt bericht, maar ook plannen gemaakt kunnen worden voor een straatfeest. Mathenesse heeft een goed georganiseerde beweging, Mathenesse aan de Maas. Zij kunnen hier doen wat Living Lifestyle in de Beauty & Design City doet: zij maken een programma dat mensen interessant vinden en stellen soms dingen aan de kaak die de bewoners belangrijk vinden.

CCS is een bedrijf dat een hachelijk probleem oplost. Het verzorgd CO2 opslag, wat voor de maatschappij belangrijk en relevant is, maar heeft met veel wantrouwen van omwonenden te maken. Dit bedrijf willen we benaderen met een voorstel om hen te koppelen aan een gemeenschap die de problematiek van verschillende kanten kan bekijken.

.



MBO'S
VAKOPLEIDINGEN ZOEKEN AANSLUITING
TOT DE MARKT EN VERNIEUWEN HUN ONDERWIJS

Het initiatief

De Maatschappelijke Bijdrage Verantwoording

- MBO-studenten staan beter in de maatschappij, zijn weerbaarder op het internet, en kunnen toegang vinden tot de markt in hun branche.
- 1 persoon met afstand tot de arbeidsmarkt krijgt een deeltijdbaai als toezichthouder/ ombudspersoon.

De belangrijkste doelstellingen van dit initiatief zijn maatschappelijk. We willen een internet dat mensen beter de kans geeft om deel te nemen aan het openbaar domein. Voor de twee gemeenschappen die deelnemen aan de pilot betekent dit dat mensen in hun gemeenschap meer kansen krijgen om deel te nemen binnen die gemeenschap. De leerervaringen en leeropbrengsten uit de pilot zetten we in om meer en diversere mensen deel te laten nemen aan het openbare domein in voor hen relevante gemeenschappen.

De online omgeving heeft een beheerder nodig. Iemand die een oogje in het zeil houdt, waar mensen naar toe kunnen gaan als ze zich bedreigd voelen, en aan de bel trekt wanneer er iets mis gaat en suggesties kan doen voor oplossingen van een onstaan probleem, iemand die een vraagbaak is voor de bezoekers.
Hiervoor willen we iemand inzetten met afstand tot de arbeidsmarkt, omdat hij of zij minder mobiel is, of om een andere reden niet makkelijk aan het werk komt. Het zal iemand zijn die ervaring heeft met uitsluiting, en past daarom goed in de doelstellingen van B&D City. Deze persoon gaat een belangrijke rol krijgen: het wordt één van de mensen die we vragen om ons bij de les te houden waar we het hebben over de geschreven en ongeschreven regels. Zodra het initiatief groter wordt en er meer omgevingen worden gemaakt, komt er ruimte voor meer mensen.

Startfase 1
Succescriteria:
De online omgeving B&D City omgeving is succesvol in drie openbaarheidsniveau's ingedeeld.
Dit wordt beoordeeld door de ethische commissie.

Startfase 2
Succescriteria:
Ongeschreven regels werken, per openbaarheidsniveau is beheer en eigenaarschap apart gedefinieerd.
Technisch is het mogelijk data per niveau te beschermen.
Mensen voelen zich veilig genoeg om zichzelf te zijn, ook wanneer conflicten ontstaan.

Monitoring: De ombudspersoon wordt gevraagd om zich regelmatig in de omgeving te begeven. Er worden iedere twee weken korte en eenvoudige vragenlijsten opgesteld voor de gebruikers. Het B&D Lab verzorgt terugkoppeling.

Startfase 3
Het beheer van de virtuele omgeving van B&D City is overgedragen aan Stichting Living Lifestyle. Er wordt trainingsprogramma opgezet, waarin de beheerders worden getraind om hun eigen online omgeving
Succescriteria:
- De programmering van het Living Magazine is economisch zelfstandig voor ten minste 1 jaar.
Dat houdt onder andere in dat een hoofdredacteur kan worden aangesteld met een part-time baan, evenals een beheerder/ ombudspersoon met een part-time baan.
- Een goede virtuele wereld is gevonden die beter aansluit bij de duurzame behoeftes van de online buurten dan Mozilla.

