



DE BUURT LEZEN

Een leidraad om je buurt actief te leren kennen

WAT?

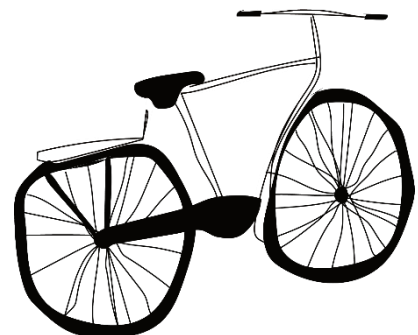
Deze leidraad zou je in staat moeten stellen om **in de buurt op ontdekking** te gaan en een bril op te zetten die tot nieuwe vondsten, contacten en inzichten leidt. Hierbij ligt de focus vooral op het **informele karakter** van de buurt.

WAAROM?

Van achter je computer kan je al heel wat waardevolle informatie verzamelen over je buurt (zie tool: Brussel op het net). Maar cijfers zeggen ook niet alles. Vul een kwantitatieve analyse van je buurt altijd aan met een kwalitatieve analyse, waarbij je **observaties aanvult met contacten en gesprekken**. Wie met een open blik naar de stad en de buurt kijkt, ontdekt een breed scala aan netwerken, van formele partnerorganisaties, over informele netwerken, tot losse ontmoetingsplekken. De tool [Leidraad buurtanalyse](#), zet deze kwalitatieve analyse in een breder kader.

HOE?

De buurt lezen vraagt om een bepaalde houding en interesse, die niet zomaar over te dragen zijn. Waar let je op als je de buurt leert kennen? Welke **objectieve en subjectieve gegevens** kun je samenleggen? De buurt ken je nooit helemaal, maar de buurt lezen bevat vooral een oproep om met **open zintuigen de deur uit** te gaan. De beleving van een buurt komt niet alleen tot stand door er in rond te lopen, maar door er ook je boodschappen te doen, activiteiten te doen, je netwerk uit te bouwen, en vooral in gesprek te gaan met mensen die in de buurt wonen en actief zijn. Kortom er **aanwezig of 'present'** te zijn.



Uitgangspunten

Hierbij hou je het best rekening met een aantal uitgangspunten:

- Combineer objectieve en wetenschappelijke gegevens, met observaties, verhalen, standpunten.
- Probeer zoveel mogelijk te lezen vanuit het standpunt, de mentaliteit en de referentiekaders van de doelgroep: wat voor jou belangrijk is, is het niet altijd voor hen en vice versa.
- Buurten veranderen permanent, de buurt lezen is dan ook een voortdurend proces.
- Ook tijd speelt een rol: de buurt toont andere aspecten overdag en 's nachts, tijdens de week en in het weekend, tijdens het schooljaar en tijdens de vakanties ... Verken je buurt daarom overdag en 's avonds, in de week en tijdens het weekend. Welke verschillen merk je op?
- Het is onmogelijk om de stad, of zelfs een buurt, helemaal te begrijpen en er een sluitende analyse over te maken. De geschiedenis en het heden van de stad zijn onderwerp van discussie en conflict, haar toekomst ontwikkelt zich in verschillende richtingen tegelijk.
- De stad is vaak een transitplek. Dit heeft een enorme impact op de manier waarop mensen zich verbonden voelen en identificeren met hun stad en de wijze waarop ze zich ervoor gaan engageren en er in investeren.
- Alvorens te analyseren en te interpreteren is het noodzakelijk uitgebreid te observeren.

Aan de slag

Wanneer je je buurt of stad gaat lezen, neem je eigenlijk de houding aan van een etnograaf/antropoloog: door neutraal te kijken en door **participatieve observatie**, kom je tot vragen en interpretaties die je helpen om de **buurt te begrijpen en er in te interveniëren**.

- Begin met een omgevingsanalyse: **wetenschappelijke en statistische gegevens** vertellen al heel wat.
- Trek vervolgens de buurt in voor een zo objectief mogelijke **observatie**: neem daar zeker voldoende tijd voor. Sta stil, zet je ergens neer, kijk en blijf kijken, gebruik al je zintuigen, kijk ook naar details en wees nieuwsgierig.
- Observeer de buurt, met o.a. **aandacht voor**: de ruimte(s) (wonen, werken, (re)creatie,...), en dit zowel materieel/fysisch als qua sfeer, de sociale groepen (bewoners en gebruikers van

de buurt), interactie tussen de groepen, allerhande diensten en organisaties, handelszaken, mobiliteit, het brede werkveld, de netwerken en samenwerkingsverbanden, ...

- Doe dat ook **meer dan eens**: buurten veranderen immers en je kan een buurt niet vatten op een uurtje.
- Kijk ook naar **mensen**, wie is er in de buurt, hoe gedragen de mensen zich, is het er druk of juist niet? Wanneer?
- Kijk ook naar **wat er niet is**: het ontbreken van handelszaken, van transportmogelijkheden, van openbare ruimte ... Misschien geeft de afwezigheid van zaken en de nood van buurtbewoners ook wel een insteek voor het aanbod van jouw organisatie.
- Ontdek de **soft structures en plekken** die voor je doelgroep van belang kunnen zijn.
- **Alles** kan van belang zijn: affiches, namen op de deurbellen, de staat van de voetpaden, leegstand, verkeerssituatie, graffiti ... Probeer zo gedetailleerd mogelijk te observeren.
- Kijk ook verder dan de **feitelijke grenzen** van de buurt: welke zichtbare en onzichtbare netwerken zijn er?
- Hecht niet enkel belang aan het uitzicht en de feitelijkheden: ook **buurtverhalen**, reputaties, 'feel' van de buurt, mentaliteiten ... spelen een rol. Daarom is het ook van belang in gesprek te gaan met de **buurtbewoners** over hun buurt en sleutelfiguren te ontdekken.
- Nuttig is ook een zekere graad van **participatie** aan het dagelijks leven in de buurt: doe er je boodschappen, ga er iets drinken, hang er wat rond, word deel van de buurt.
- Daarna kan je de feitelijke gegevens en je observaties **samenleggen** en interpreteren.
- Dit alles doe je best ook niet alleen: **bespreek** in je team wat er is en gebeurt.

Het komt erop neer een **buurtbril** te leren opzetten, een bepaalde manier van kijken, een ingesteldheid van aandacht in wat je buurt is en wat er gebeurt. **Je maakt als organisatie** en als werker immers **deel uit van de buurt** en kan er in je werk en je relaties met je doelpubliek en andere betrokkenen geen abstractie van maken. In die zin is je buurt lezen en kennen ook nooit echt neutraal, maar betoon je je betrokkenheid en interesse.

Ter inspiratie, hieronder enkele voorbeelden van details die iets zeggen over de buurt:



Aan de **huisbellen/postbussen** kan je zien welke bevolkingsgroepen er wonen, maar ook of het over eigenaars of huurders gaat, of mensen wortel hebben geschoten, er tijdelijk (denken te) verblijven of misschien zelfs anoniem willen blijven.

Soms spelen **cafés** een belangrijke rol als ontmoetingsplaats, maar ook -zoals hier- als grijze dienstverlener en soft structure. In dit café kan je ook wel info krijgen over mogelijke slaappleatsen in de buurt.



De autohandel in de Heyvaertwijk leert ons heel wat over de **transnationale netwerken**: een handelswijk geschoeid op de principes van West-Afrikaanse economische systemen, met invloed tot in Libanon en West-Afrika, bepaalt in hoge mate het uitzicht en het sociaal leven van deze buurt.

Het verdwijnen van **bankkantoren** en hun dienstverlening en vervanging door automaten, maakt het voor -oudere- mensen niet alleen moeilijker hun bankverrichtingen te doen, maar er verdwijnt ook een anker- en ontmoetingspunt uit hun dagelijks leven.





Duiven op de nok van een dak zijn vaak een teken van slechte isolatie van de woning.

Nieuwe spelletjes en sporten verschijnen in de straten, een teken dat er zich nieuwe bevolkingsgroepen in de buurt vestigen.



Gaspatronen met lachgas, een van de meest recente middelen om een korte euforische toestand te bereiken, vind je soms terug op **ontmoetingsplekken voor jongeren**.



Affiches, foldertjes, stickers, graffiti... kunnen je heel wat zeggen over wat er in de buurt gebeurt en over wie er woont.



**En nog zoveel meer: hou je ogen open en kom op straat,
zo kan je heel veel over je buurt ontdekken.**

Referentie

Wil je refereren naar deze tool? Gebruik dan volgende referentie:

Verhaegen, I., Claeys, J. Deleu, H., Meys, F., Vos, E., Taamouti, M. (2021). *Resokit: methodiek en tools voor sociale professionals om netwerken te versterken en te connecteren met de buurt*. Brussel: Odisee Hogeschool (www.resokit.be).

