



Maaïke van Adrichem, Sabina Gietema, Fieke Jansen en Lieke Rozendal werken als junior programma medewerker bij Hivos en volgen de additionele *Master Policy and Practice in International Development* bij het CIDIN in Nijmegen.

Maaïke van Adrichem (1982) studeerde Internationale Betrekkingen en Internationale Organisaties en volgde Arabisch aan de Rijksuniversiteit Groningen.

Sabina Gietema (1982) studeerde Internationale Ontwikkelings Economie, met een minor in Sociologie, aan de Universiteit van Wageningen.

Fieke Jansen (1980) studeerde Internationale Communicatie aan de Universiteit van Amsterdam. En zij behaalde aan dezelfde universiteit een minor in Internationale Ontwikkelingsstudies.

Lieke Rozendal (1980) studeerde aan de Vrije Universiteit in Amsterdam Cultuur, Organisatie & Management. Daarnaast heeft zij een post-initiële master Latijns-Amerika Studies afgerond aan het Centrum voor Educatie & Documentatie van Latijns-Amerika in Amsterdam.

Iedereen online, ook in de rimboe

Nieuwe media hebben de wereld veranderd en zullen dat voorlopig blijven doen. Dit gegeven is intussen vrijwel overal doorgedrongen, maar nog niet tot de ontwikkelingssector. De kracht van nieuwe media wordt door Koenders nog zwaar onderschat. Het wordt tijd dat IS 1.0 de stap naar IS 2.0 gaat zetten.

De 'Zapatistas' in Mexico waren een van de eerste digitale activisten; al in 1994 omarmden zij internet om hun boodschap de wereld in te sturen. Op deze manier zetten zij als revolutionaire beweging niet geweld maar communicatie in als middel om hun doel te bereiken. Sindsdien is internet een belangrijk medium waar activisten informatie verspreiden, verkrijgen en delen¹. Via sociale netwerken als Facebook en MSN blijven tienduizenden mensen wereldwijd op de hoogte van de politieke situatie in staten door de directe berichtgeving van gewone burgers. Ook de mobiele telefoon heeft een razendsnelle opmars gemaakt. Elke seconde worden er 36 mobiele telefoons gefabriceerd². In het Afrikaanse straatbeeld is het mobieltje al niet meer weg te denken; maar liefst één op de drie Afrikanen beschikt over een mobiele telefoon³. Mobiele telefonie en internet verschaffen mensen niet alleen toegang tot informatie, maar stellen burgers ook in staat voor hun rechten op te komen, hun mening te uiten en mee te doen in publieke debatten. Nieuwe media bieden ongekennde mogelijkheden aan het Zuiden om zich op politiek, sociaal en economisch vlak te ontwikkelen⁴. Ook binnen de ontwikkelingssector is dit het moment om die mogelijkheden aan te grijpen.

Roze ondergoed

Het kenmerk van Web 2.0, het 'interactieve internet', is de open vorm van communicatie. Internet staat niet langer synoniem voor het ontvangen van informatie; actieve burgers komen direct met elkaar in contact en verspreiden zélf de informatie die zij belangrijk vinden. Internet biedt een belangrijk platform voor democratisch engagement, juist omdat het een nieuwe manier van communiceren tussen gewone burgers en politieke activisten mogelijk maakt. Lokale activisten maken al regelmatig gebruik van Web 2.0 om mensenrechtenschendingen te documenteren en over de hele wereld te verspreiden. Sociale netwerksites als YouTube, The Hub





Nieuwe media brengen mensen en kennis samen

en Facebook vervullen hierin een grote rol.

Een recent voorbeeld is veelzeggend voor de potentie van nieuwe media om burgers te mobiliseren en rechten te claimen. In de Indiase stad Bangalore viel een groep mannen in januari 2009 dansende en alcohol drinkende vrouwen op gewelddadige wijze aan. De rechtse Hindoegroepering die wordt verdacht van dit incident kreeg een verrassende reactie. Binnen een paar weken waren 50.000 mensen gemobiliseerd in de 'The Pink Chaddi Campaign'-groep op Facebook. Deze riep tegenstanders van het Hindoefundamentalisme en voorstanders van de vrijheid van vrouwen op om op Valentijnsdag roze ondergoed naar het hoofdkantoor van de rechtse groepering te sturen. Deze satirische en volledig online georganiseerde actie resulteerde in een activistische beweging die ook na Valentijnsdag blijft opkomen voor de rechten van vrouwen in India⁵. Door het gebruik van Facebook in 'The Pink Chaddi Campaign' werd niet alleen veel aandacht gegenereerd voor hun actie, maar bereikten zij een groep jonge mensen die normaliter niet snel meedoen in activistische of protestbewegingen.

'The Pink Chaddi Campaign' laat zien hoe nieuwe media veelbelovende mogelijkheden bieden om wereldburgers, zowel in het Noorden als in het Zuiden, toegang tot kansen en tot macht te geven. Vrijheid van meningsuiting is een van de basisprincipes van de universele mensenrechten, omdat burgers die de vrijheid hebben zichzelf te organiseren en hun mening te uiten in staat zijn hun rechten en gelijke behandeling op te eisen. Mensen zijn uitstekend in staat elkaar te mobiliseren, mits zij toegang hebben tot de juiste middelen.

Knowledge hotspots

Naast internet biedt ook mobiele telefonie een scala aan mogelijkheden om voorheen vaak onbereikbare groepen voor te lichten en onbeperkt kennis uit te wisselen. Met naar schatting drie en een half miljard mobiele telefoons in de wereld⁶, zijn ze letterlijk op elke straathoek te vinden. Deze drie en half miljard telefoons zijn universeel verspreid. Arm en rijk, jong en oud, stedeling en plattelandsbewoner zijn mobiel bereikbaar. Deze technologie biedt interessante mogelijkheden om bewustwordingscampagnes te starten waarbij voorlichters ook de doelgroep actief betrekken. Een gelijkwaardige uitwisseling van kennis vervangt zo het eenrichtingsverkeer van voorlichting, juist de dialoog centraal staat in nieuwe technologieën. Een radioprogramma in Malawi koppelt radio en sms aan elkaar om de meningen van jongeren te horen. Zij reageren met een sms'je op de prikkelende stellingen van het radioprogramma. Door op deze manier informatie uit te wisselen, komen doelgroepen aan het woord die normaal buiten de boot vallen⁷.

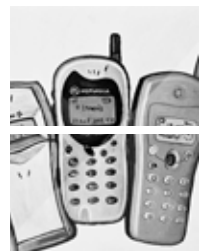
Kennis is de drijfveer voor ontwikkeling. Kennisuitwisseling speelt dan ook een grote rol binnen internationale samenwerking. Het verwerven van kennis en de uitwisseling daarvan gebeurt veelal in netwerken. Deze netwerken bevinden zich steeds vaker online in virtuele gemeenschappen⁸. Door de onbegrensde toegang tot deze platforms vindt veelvuldig kennisuitwisseling plaats tussen het Noorden en het Zuiden. Ook de Zuid-Zuid uitwisseling neemt een steeds prominenter en invloedrijker plaats in. Kennis is mondiaal volop aanwezig en het is ronduit zonde daarvan niet meer gebruik te maken. ICT en nieuwe media zijn dé middelen om mensen te verbinden en bij elkaar te brengen. Aanwezige kennis wordt op online fora actief en effectief bij elkaar gebracht. Hiermee krijgen burgers de kans hun *empowerment* in eigen handen te nemen.

Telebankieren in de rimboe

Wat de invloed van internet en mobiele technologie zou zijn op de economische ontwikkeling van het Zuiden was een paar jaar geleden nog moeilijk in te schatten. Tegenwoordig zijn 'nieuwe' vormen van communicatie echter al niet meer weg te denken binnen financiële markten in ontwikkelingslanden⁹. Vóór de opkomst van de mobiele telefoon, was het voor boeren in ontwikkelingslanden vaak onmogelijk om de reële marktprijzen voor hun producten te achterhalen. Door de slecht begaanbare wegen en het ontbreken van vaste telefoonaansluitingen voor communicatie met de buitenwereld, waren zij aangewezen op tussenhandelaren die de boeren een veel lagere prijs betaalden dan hun producten feitelijk waard waren. Door de invoering van een automatische informatievoorziening via sms beschikken boeren nu wel per gebied en per product over de meest recente prijsinformatie. De snelheid waarmee mensen informatie via sms kunnen verspreiden, creëert kansen voor een volwaardige participatie in de (wereld)markt¹⁰.

Een 2.0 revolutie; Utopia?

Naast al deze schijnbaar onbeperkte mogelijkheden van nieuwe media, zit er ook een schaduwzijde aan internet. De ongekeerde groei van nieuwe media biedt iedereen een platform; ook dominante meerderheden, commerciële bedrijven en fundamentalistische groeperingen. Deze mensen en instanties hebben niet noodzakelijkerwijs het maatschappelijk belang of de belangen van minderheden of armen voor ogen. Daarnaast maakt de overwelldigende hoeveelheid informatie die voortkomt uit nieuwe media, het moeilijk voor mensen om de juiste informatie te ventileren, te verwerken en naar waarde in te schatten. Gebruikers van nieuwe media moeten leren kritisch kijken naar de inhoud van online fora, wiki's, kranten en blogs en deze niet klakkeloos overnemen.



Het zou naïef zijn om te denken dat alleen de verdedigers van mensenrechten en voorvechters van ontwikkeling gebruik maken van de mogelijkheden van nieuwe media. Naast commerciële en civiele groepen hebben ook overheden nieuwe media ontdekt. Staten gebruiken, naast de traditionele manier van censuur, ook digitale 'controle'. De Russische regering betaalt sinds kort regeringsgezinde bloggers om kritische collega's in de gaten houden en overheids campagnes via internet te promoten. In China is de 'cyberpolitie' in het leven geroepen om 'schadelijke' informatie van internet te bannen. Deze 'cyberpolitie' waarschuwt internetgebruikers dat de overheid ze in de gaten houdt en vraagt internetters om verdachte zaken door te geven¹¹.

Tot nu toe gaan nieuwe media, zoals ook het geval is bij traditionele media, doorgaans nog vaak voorbij aan de allerarmsten.

Ook de allerarmsten hebben tegenwoordig een mobiele telefoon

In het Zuiden is de toegang tot internet nog laag. Mensen met een computer en een internetaansluiting zijn over het algemeen relatief rijk en vaak hoog opgeleid. De mobiele telefoon heeft daarentegen al een belangrijke plek veroverd in het leven van de allerarmsten. Telecombedrijven zagen in Afrika een grote groeiemarkt en investeerden volop om deze markt aan te boren. De toegang tot mobiele netwerken groeit hiermee op ongekennde wijze, maar ook de toegang tot internet breidt zich dagelijks uit. Marktwerking heeft hierin een stuwende kracht; commerciële instellingen tonen interesse in de toegang tot nieuwe media universeel te maken. Het internetbedrijf Google heeft grootse plannen om drie miljard mensen in Afrika, delen van Latijns-Amerika en het Midden-Oosten te verbinden met het net¹².

De kracht van nieuwe media

Nieuwe media zijn overal aanwezig en beïnvloeden alle aspecten van het leven, ook in het Zuiden. Het gaat allang niet meer om een ontwikkeling in de marges, iets elitairs of commerciëls. Ook al is er een schaduwkant, het is een gemiste kans als de ontwikkelingssector deze belangrijke ontwikkeling links laat liggen. Nieuwe media bieden vele mogelijkheden om mensen mondiaal toegang te geven tot kansen en macht. Door slim gebruik te maken van nieuwe media kan de ontwikkelingssector voorheen onbereikbare groepen betrekken en mensen onderling verbinden. Het stimuleert actieve burgers om informatie te delen en een ander geluid te laten horen dan de dominante nieuwsstromen. Nieuwe media zijn bij uitstek *bottom-up*, en daarmee een uitstekend middel voor *empowerment* en ontwikkeling op politiek, sociaal en economisch niveau. Internationale samenwerking draait om het bieden van kansen aan mensen om zichzelf te ontwikkelen. Nieuwe media bieden hiervoor ongekennde mogelijkhe-

den en Koenders zou veel meer moeten inzetten op de kracht van nieuwe media, dát is pas internationale samenwerking 2.0.

¹ Masettu-Zannini, A. (2007). Web 2.0 and International Development ngo's. In: Knowledge Politics Quarterly 1(1)

² Oneworld (2008). Situatie bij toeleveranciers mobiele telefoons in Azië niet verbeterd. http://www.oneworld.nl/index.php?articleId=14910&articleType=Partnernieuws&page=4_2 (24 september 2008)

³ Martijn, M. & van den Bogaard, H. (2008). De mobiele telefoon in Afrika. In: Vrij Nederland. <http://www.studereninleiden.nl/actueel/bericht/de-mobiele-telefoon-in-afrika> (24 september 2008)

⁴ Geldof, M (2005). Becoming an Information Society: The role of new information technologies on development. www.ict4d.org

⁵ 'The Pink Chaddi Campaign', <http://thepinkchaddicampaign.blogspot.com>

⁶ Naar schatting in 2008, <http://mobileactive.org/about>

⁷ Starprogramma, <https://www.starprogramme.org>

⁸ Cummings, S. Heeks, R. & Huysman, M. (2003). Knowledge and learning in Online Networks in Development: A Social Capital Perspective. In: Development Informatics Group; Manchester

⁹ Morozov, E. (2009). Texting Toward Utopia. <http://bostonreview.net/BR34.2/morozov.php> (maart/april 2009)

¹⁰ Onze Wereld (2005). Mobieltjes stimuleren economie ontwikkelingslanden (7 juni 2005)

¹¹ De Volkskrant (2007). Chinese cyberpolitie op patrouille. http://www.volkskrant.nl/buitenland/article456287.ece/Chinese_cyberpolitie_op_patrouille (29 november 2007)

¹² Klooster, E. (2008). Goedkoop internet voor ontwikkelingslanden. <http://www.wereldomroep.nl/actua/regio/afrika/080909-internet> (09 september 2008)

