

# Scheiding

**Nieuwe informatie- en communicatietechnologieën hebben effect op de manier hoe mensen met elkaar communiceren. En hoe mensen met elkaar communiceren heeft weer effect op hoe organisaties functioneren. Jan de Ridder, werkzaam bij de afdeling Communicatiewetenschappen van de faculteit der Politieke en Sociaal-Culturele Wetenschappen aan de Universiteit van Amsterdam, onderzoekt deze effecten.**

MARIANNE BRONKHORST\*

Geografen kennen een belangrijke rol toe aan de behoefte aan face to face contacten als zij het ruimtelijke gedrag van individuen en organisaties verklaren. De opkomst van de nieuwe media roept de vraag op of face to face contacten nog wel van belang zijn. Op welke manier besteedt uw instituut, dat onderzoek doet naar nieuwe media, hier aandacht aan?

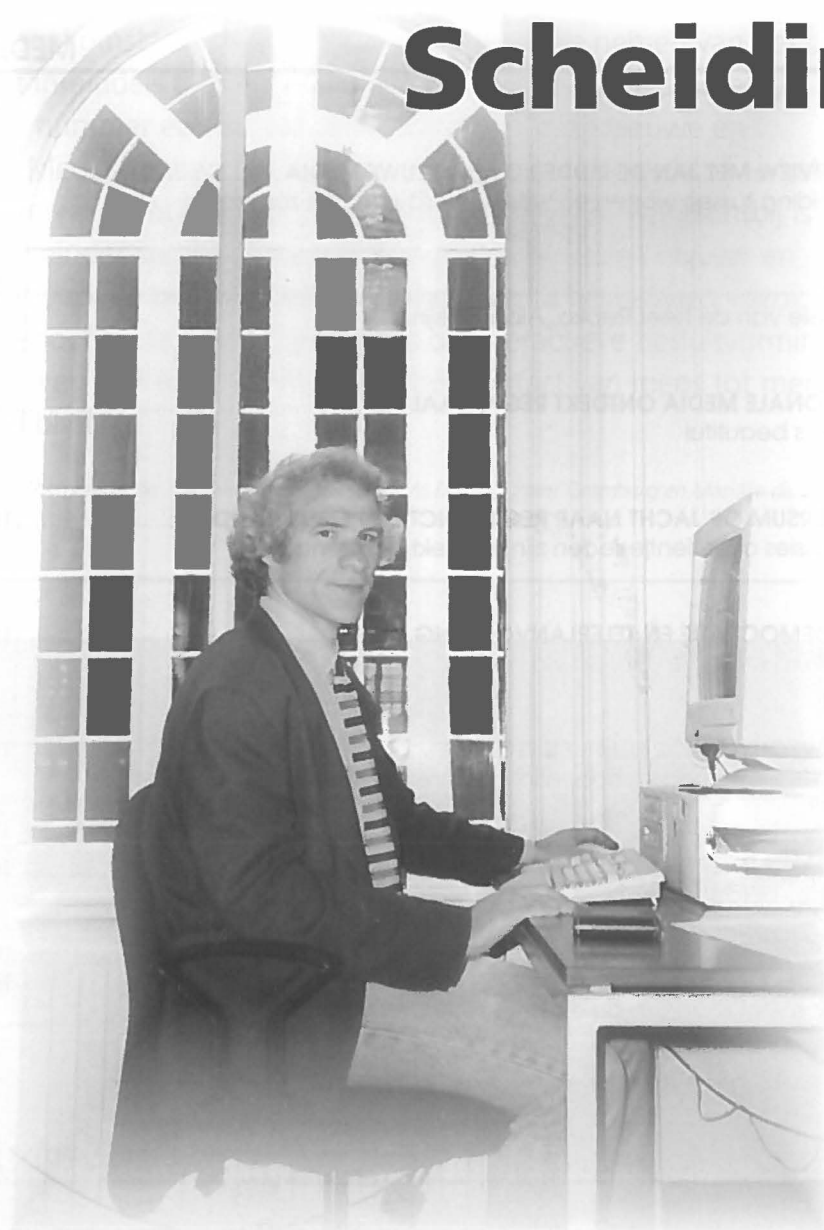
We hebben erg veel aandacht voor de effecten van nieuwe media op sociale processen binnen organisaties. Wat wij zien gebeuren, is dat hoe beter de nieuwe media worden, dat wil zeggen, hoe meer ze gaan lijken op de echte face to face-contacten, hoe meer ze die ook wegdrukken. Als jij een medium hebt met ontzettend veel mogelijkheden, dan wordt de druk om het persoonlijk contact te zoeken, minder sterk. En hoe beter zo'n medium wordt, hoe negatiever de effecten zijn op sociale processen in organisaties. We hebben bijvoorbeeld een replicatie-onderzoek gedaan van een onderzoek dat vier jaar geleden heeft plaats gevonden. Dat ging over het gebruiken van e-mail. Dan zie je een

enorme toename van gerapporteerde sociale verarming. Vier jaar geleden, toen e-mail net was geïntroduceerd noemde zes procent of minder sociale verarming als nadeel en nu zegt dertig procent dat. *De Ridder illustreert dit proces aan de hand van zijn eigen ervaring.* Als ik vroeger even aan iemand iets moest vertellen, dan liep ik de gang in en ging ik naar iemand toe. Maar nu denk ik; misschien is -ie er niet, dus ik mail het wel even. En je gebruikt zo'n medium ook gewoon een stuk efficiënter. Als ik e-mail stuur, ga ik niet praten over mijn kinderen. Dat soort dingen worden allemaal uit de communicatie geperst. Alles wordt veel meer gericht op efficiëntie, alleen de boodschap die ik heb wordt over gedragen. Als je een paar jaar

gewend bent aan zo'n medium en het voor iedereen laagdrempelig is geworden, dan zie ik dat steeds meer gebeuren. Op een gegeven moment heeft dat effect op de organisatie. De dingen die tussen de bedrijven door gebeuren, moet je allemaal gaan organiseren. In de eerst plaats kost dat ook tijd en geld. Wat men zich vaak niet goed realiseert, is dat wat je aan de ene kant aan efficiëntie binnen haalt, je aan de andere kant weer kwijt raakt. Het tweede is dat het op mensen zo kunstmatig over komt: een feestje organiseren om 'ns gezellig met iedereen te praten.

**Uiteindelijk hebben de mogelijkheden van nieuwe media ook ruimtelijk effecten buiten organisaties.**

Jan de Ridder. Foto's: Auteur



# tussen wonen en werken verdwijnt niet zomaar

Voor mijn gevoel zijn het allemaal verschillende stappen. Zo'n medium maakt het mogelijk om allerlei dingen heel gemakkelijk te regelen. Als dat soort dingen ingeburgerd zijn, is de stap naar niet meer in dezelfde gang zitten of niet meer in hetzelfde gebouw zitten, heel klein geworden.

## En ook dan is er sprake van negatieve neveneffecten.

Vanuit het individu zijn er natuurlijk wel andere oplossingen te bedenken. Je kan in de woon-omgeving van mensen plekken creëren waar men sociale contacten heeft met mensen die bij een ander bedrijf werken. Een soort geconcentreerde werkplekken, dus niet echt thuis, maar op een bepaalde lokatie in je buurt. Dat is vanuit het perspectief van de organisatie natuurlijk geen oplossing. Het proces van sociale cohesie in je eigen organisatie wordt daar niet mee tot stand gebracht. Sociale cohesie is een *invisible hand* in een organisatie. Je kan niet alles regelen, je kan niet alle gedrag van mensen vastleggen in regels en structuren. Je moet een zeker gevoel van *commitment* hebben, mensen moeten ongeveer hetzelfde willen in een organisatie. Dat wordt geregeld met behulp van allerlei processen van menselijke interactie. Juist dat komt vreselijk onder druk te staan.

Nieuwe media bieden wel de mogelijkheid voor allerlei contacten buiten je organisatie en creëren daar juist meer binding. Ik kan gemakkelijk met mijn collega's in Amerika communiceren. De externe contacten worden veel beter, veel gemakkelijker en ook veel persoonlijker. Je kan gemakkelijk e-mailen met mensen over allerlei dingen. De wereld ligt open. Het is misschien veel interessanter om met collega's in Amerika contact te hebben die zich over dezelfde soort onderwerpen buigen, dan met mijn collega in de kamer hiernaast, die zich met iets heel anders bezig houdt.

**De contacten die via de nieuwe media worden opgedaan, kunnen natuurlijk ook weer een stimulans zijn voor face to face contacten.** Maar je moet het allemaal organiseren. Daar zit een zeker kunstmatig karakter

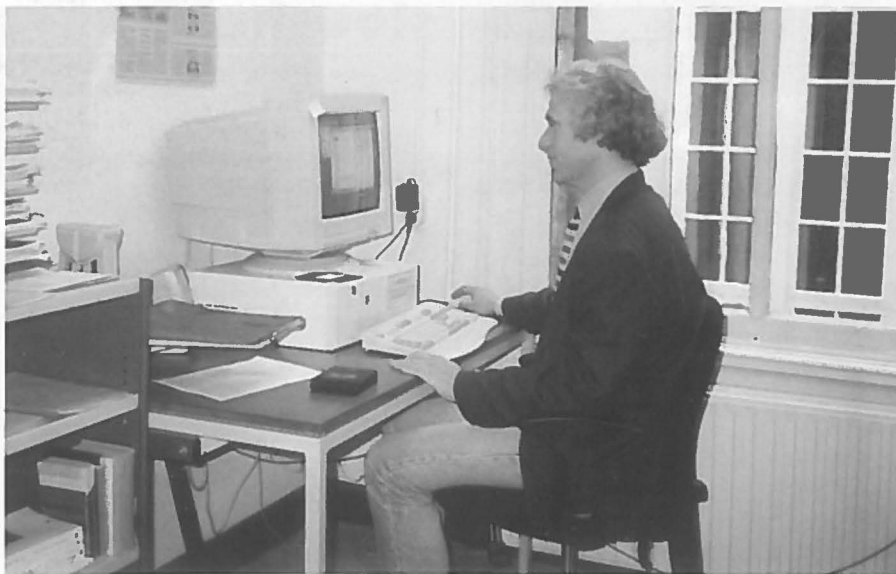
aan. Iemand die naast mij in de kamer zit, die zie ik elke ochtend. Daarom heeft het contact iets vanzelfsprekends. Je hoeft dat contact niet te onderhouden, het is er gewoon. De vanzelfsprekendheid van allerlei contacten is, zo gauw je het contact van e-mail achterna reist, minder.

## Welke nieuwe media zullen op korte termijn brede ingang vinden?

Voor het bedrijfsleven is Internet pas echt interessant wanneer elk doorsnee huishouden ermee kan werken. Financieel aantrekkelijk wordt het pas als de grote massa wordt bereikt. En dat betekent dat het erg laagdrempelig moet wor-

De binnenstad zal gewoon wel aantrekkelijk blijven. Daar kunnen mensen met de fiets of met het openbaar vervoer naartoe, omdat ze dan toch niet zoveel boodschappen doen.

Thuiswerken vind ik een heel ander verhaal. Ik zit ook af en toe een dag thuis te werken. Bij uitzendkrachten, of mensen die tijdelijke klussen moeten doen, kan ik me dat ook heel goed voorstellen. Maar mensen die heel systematisch een thuisplek hebben, ik denk dat dat maar in een zeer beperkt aantal sectoren van de maatschappij zal gebeuren. Het zal dan meer neerkomen op kleine zelfstandigen in een soort netwerk, zoals je bijvoorbeeld in



den. Een combinatie van PC en televisie ligt voor de hand. Daar geloof ik heilig in. Albert Heijn heeft bijvoorbeeld al bezorgingsdiensten, daarvan kun je je voorstellen, dat dat wat efficiënter geregeld kan worden. Dat geldt misschien ook wel voor meubelboulevards, doe-het-zelf winkels, de Gamma en de Praxis en dat soort bedrijven.

**Het is vooral het winkelen op 'efficiënte plekken', die helemaal niet gezellig zijn, dat zich door teleshopping zal laten vervangen.**

sommige *consultancy*-achtige activiteiten ziet. De behoefte aan scheiding tussen werk en thuis zal wel in stand blijven. Ik kan me wel iets voorstellen bij centrale werkplekken die losgekoppeld zijn van de vestiging van je bedrijf. Bedrijven kunnen kantoorplekken voor hun personeel huren in de woonplaats van het personeel zelf. Dat kan ook een rem leggen op het woon-werk verkeer.

\*Redactie AGORA