

Ruimtelijke

Peter Vanden Abeele ingenieur-architect en stedenbouwkundige Maat-ontwerpers
Alain Tack communicatieadviseur schepen Stadsontwikkeling Gent

De nieuwe sociale media dringen almaar dieper door in ons dagelijks leven en bepalen in steeds sterkere mate hoe we denken, ons gedragen en met elkaar omgaan. Niemand kan er nog om heen, ook niet de ruimtelijk planner, architect of stedenbouwkundige.

Elke nieuwe communicatievorm - van boekdrukkunst, radio en televisie, tot mobiele telefonie en internet - verandert de samenleving. Bij elke stap wordt kennis toegankelijker gemaakt en ruimer verspreid. Dat brengt een machtsverschuiving teweeg, want kennis is macht. Het web en de sociale media hebben traditionele kennismonopolies (zoals die van de overheid, de media en het middenveld) doorbroken. Iedereen kan nu razendsnel informatie vinden, iedereen kan die ook zelf verspreiden en delen met honderden, zelfs duizenden anderen. De *Facebooker*, de *Twitteraar* of de *YouTube* maakt en kraakt reputaties. Tussen de traditionele en de nieuwe media worden de rollen steeds vaker omgekeerd: televisie-journaals bevatten amateurbeelden van ooggetuigen die gevonden zijn via *YouTube* of *Flickr*, journalisten schuimen *Twitter* af op zoek naar nieuwswaardige *tweets*, nieuwsdiensten doen zelf via de sociale media een oproep om nieuws aan te leveren. De inhoudelijke bijdrage van de internetgebruikers met teksten, foto's en video's kent een felle opmars ('*user generated content*').

Internet en de sociale media hebben onze sociale omgeving en netwerken grondig gewijzigd. Was *Facebook* een land, dan zou het met zijn meer dan 845 miljoen leden (onder wie bijna vijf miljoen Belgen) het op twee na grootste ter wereld zijn. En de groei versnelt: binnen één jaar slaagde het netwerk erin om tweehonderd miljoen mensen te verbinden. Ter vergelijking: het duurde 37 jaar vooraleer de radio vijftig miljoen mensen kon bereiken, de televisie deed er dertien jaar over en het prille *world wide web* vier jaar. Ook *Twitter* en *LinkedIn* kennen een explosieve groei, met respectievelijk meer dan 470 miljoen en 150 miljoen gebruikers. Op *YouTube* wordt elke minuut 60 uur video met anderen gedeeld.

Elke seconde verschijnen er meer dan 3.500 nieuwe foto's op *Flickr*. Het aantal bronnen en mensen dat ons kan beïnvloeden is met het internet en de sociale media sterk vergroot.

Democratisering

Onze kennis en netwerken zijn grenzeloos uitgebreid, we weten meer, we zijn beter geïnformeerd en we staan sterker in onze schoenen, ook op het vlak van ruimtelijke planning. Zo moesten we vroeger naar het gemeentehuis om stedenbouwkundige plannen in te kijken en wist maar een handvol mensen wat een Ruimtelijk Uitvoeringsplan (RUP)

precies is. Nu staan steeds meer plannen online en vind je op Google na 0,19 seconden verschillende sites die je haarfijn uitleggen wat een Ruimtelijk Uitvoeringsplan is. Deze onuitputtelijke bron aan informatie zorgt ervoor dat bedrijven, overheid, media en organisaties zich moeten aanpassen. Ze moeten meer uitleg geven, open zijn en mensen overal bij betrekken. Liefst ook nog zo vlug mogelijk, want informatie moet hier en nu beschikbaar zijn.

Dat is ook zo voor het opstellen van een ruimtelijk plan, het neerzetten van een nieuw gebouw of het uitvoeren van infrastructuurwerken in de achtertuin van burgers (die daar soms helemaal niet om gevraagd hebben). Wie daar niet op inspeelt, mag rekenen op toenemend onbegrip en verzet.

Bovendien heeft de digitale revolutie van het laatste decennium de creativiteit en het talent van mensen op een ongekende wijze versterkt en geprofessionaliseerd. We kunnen ook meer. De grenzen tussen de leek, de amateur en de professional vervagen. De *tools* die

‘Met meer dan 845 miljoen leden zou *Facebook* het op twee na grootste land ter wereld zijn’