

Graduation report

International Communication || Public Affairs



How can the project partners promote the project 'Digitale Leerplekken Basisvaardigheden' to Turkish Migrants in Utrecht?

Student name	Dorrit Booij
Student number	000348912
Graduation Supervisor	Jeanine Deen
Second assessor	Hanneke Brakenhoff
Graduation Company	Stichting Mira Media
Company Supervisor	Ed Klute
Deadline	18 August 2014
Word count	11.211
Confidentiality Agreement	No

Contents

Glossary of terms and abbreviations	4
1. Executive summary	5
2. Foreword	7
3. Project context.....	8
4. Organisational context	11
5. Theoretical Framework	14
5.1. Migrant integration theory.....	14
5.1.1. Turkish and Moroccan migrants in the Netherlands	15
5.1.2. Language skills of migrants	16
5.2. Cultural differences	16
5.2.1. Hofstede's dimensions of culture	17
5.2.2. Motivation	19
5.3. Diversity marketing.....	19
6. Research design	21
6.1. Stage of the intervention cycle	21
6.2. Research objective	21
6.3. Research framework	22
6.4. Research questions.....	23
6.4.1. Sub-questions.....	23
6.5. Research objects	24
6.6. Methods for data collection.....	25
6.6.1. Interviews.....	25
6.6.2. Participant observation	26
6.6.3. Document analysis	26
7. Research results	28
7.1. Cultural background	28
7.2. Motivation	29
7.3. Language proficiency.....	30
7.4. Digital skills.....	30
7.5. Participant observation	32
13 may: Primary school de Panda, Kanaleneiland.....	32
14 may: Primary school de Schakel, Overvecht	33
19 may: Globe College, secondary school VMBO, Transwijk/Kanaleneiland	33
8. Limitations	35
9. Reliability and validity of the results	35
10. Conclusions.....	36

11. Advice	40
Step 1: Find the key figures	40
Step 2: Find the Turkish community	40
Step 3: Turkish Media	41
Step 4: Turkish employees	41
Step 5: Turkish volunteers.....	41
Step 6: Turkish language	42
Step 7: Keep mono-cultural groups	42
12. References	43
13. Appendix	45
13.1. Project plan Digitale Leerplekken Basisvaardigheden	45
13.2. Interview Questions	58
13.2.1. Stichting Taal Doet Meer.....	58
13.2.2. ROC students	58
13.2.3. Turkish Psychologist Noagg	59
13.2.4. Bibliotheek Utrecht.....	59
13.2.5. Turkish executive director Esens.....	59
13.3. Interview transcripts	60
13.3.1. Stichting Taal Doet Meer.....	60
13.3.2. ROC students	65
13.3.3. Turkish psychologist Noagg	68
13.3.4. Bibliotheek Utrecht.....	72
13.3.5. Turkish executive director Esens.....	76

Glossary of terms and abbreviations

DigiD = Dutch system for online signatures. Necessary to request a log-in code to do tax returns or apply for social benefits, student loads etc. online.

DLB = Digitale Leerplekken Basisvaardigheden / Digital learning facilities basic skills

GGZ = Geestelijke gezondheidszorg / mental healthcare

MBO = Middelbaar beroeps onderwijs / College

Marktplaats = Dutch online trading website of mainly second-hand products

(www.marktplaats.nl)

Oefenen.nl = website called: 'practise'.nl. A special website to learn and practise Dutch language skills and basic computer skills. Used both in class and as a medium for doing homework. (www.oefenen.nl)

Sociaal makelaar/ Social broker = a sociaal makelaar is a mediating party to strengthen the contacts between organisations and people in the neighbourhood.

ROC = Regionaal Opleidings Centrum / Regional Education Centre

1. Executive summary

This research explores and defines the problem Stichting Mira Media has concerning the participation of Turkish migrants in media projects which are taking place in Utrecht, the Netherlands. The main problem for the client is that there is very little representation of Turkish migrants in the current media projects which are run by Mira Media and project partners in the project ‘Digitale Leerplekken Basisvaardigheden’. This means: digital learning facilities for basic skills. These basic skills are Dutch language and computer skills. The objective for this research is to identify the problem why there are so little Turkish people taking part in the projects. Moreover, a solution to the problem will be presented to the client and partners in the final chapter of this report, in the form of a strategic advice.

The client, Stichting Mira Media is located in Utrecht, a city in the centre of the Netherlands. Stichting Mira Media is a non-profit focused on using media to encourage integration in the Dutch society. The report starts with exploring the project context as well as the organisational context

This report discusses several theories and concepts regarding cultural background, motivation, language proficiency and digital skills of Turkish migrants. Also, a comparison has been made between the Turkish and the Moroccan migrants, since the Moroccans are very well represented in the current media projects. This research is a case study on the Turkish community in Utrecht.

The empirical research question of this research project is: ‘Why do the Turkish migrants in Utrecht participate minimally in Dutch projects?’ The data in order to answer this question will be taken from the interviews with experts and key-figures and the participant observation.

Then, the analytical research question of this project is: “How can the project partners promote the project ‘Digitale Leerplekken Basisvaardigheden’ to Turkish migrants in Utrecht?” This question will be answered by comparing theories with the answers from the empirical research question.

This research has been conducted through interviews with experts, key figures and representatives from the different project partners in ‘Digitale Leerplekken Basisvaardigheden’. The interviews were conducted with a project manager from Stichting Taal Doet Meer, as well as a project manager from Bibliotheek Utrecht. Next to that, a

Turkish psychologist and the Turkish director of a mental healthcare institution were interviewed. Finally, some students from Turkish and Moroccan background were interviewed about the computer skills of their parents. Moreover, the researcher has conducted participant observation during the different project meetings and trainings, and document analysis from the project plan ‘Digitale Leerplekken Basisvaardigheden’

The conclusive chapter presents the main differences in the Dutch, Moroccan and Turkish culture. The main differences are in power distance and individualism. The Turkish culture is a collectivistic culture. This translates into a close community in Utrecht, where the Turkish solve a lot of problems within their own network. Therefore, there is less motivation to find help in Dutch organisations.

The final advice for the client, Mira Media is to reach out for key figures of the Turkish community in Utrecht. These people can be found in Turkish organisations. Moreover, the project partners in ‘Digitale Leerplekken Basisvaardigheden’ should communicate in the Turkish language, via Turkish media and acquire Turkish staff or volunteers to motivate more Turkish people to take part in the project. To conclude, Mira Media should integrate into the Turkish community in order to reach the Turkish people.

2. Foreword

Before reading this report it is key to understand the difference between a culture, a group of people and individuals. Even though this report addresses a group of people as being rather the same kind of people, for example the Dutch, Turkish or Moroccan people, it does not mean that I do not take into consideration the individuals of a culture.

For the sake of this report, it is easier to address one group of people, and trying to implement this research. However, I am aware of the fact that a culture is made up out of many individuals, who can differ from the culture they come from. Therefore they cannot be seen as a homogenous group.

I would like to thank Jeanine Deen and Hanneke Brakenhoff for reading my research, and giving feedback. Also, I would like to thank Ed Klute and Nural Örüçü for taking me to meetings and answering my questions about the projects and guiding me within Mira Media and through my research proposal and graduation report.

Dorrit Booij

3. Project context

This chapter gives an overview of the project and presents a problem statement. The purpose of the research is explained, as well as the client of this research project.

Since around the year 2000, the digital world has grown tremendously. More and more people gained access to a computer with internet, and many people cannot live without the internet anymore. Also, the communication with the government is mainly arranged online. Over the years, the government expects more people to communicate digitally with the government.

“Digitaal 2017” (“Digital 2017”) is a project from the Dutch minister of Home Affairs. The goal of this project is that all the Dutch citizens only communicate digitally with the government by 2017. This is connected to many of the budget cuts that have been made. Many employees can be replaced with digital communication systems. Citizens have to manage their bank account online, apply for benefits digitally, keep track of their children’s school performances via the schools’ website, etcetera. However, this means that many people face problems they have regarding their computer and Dutch language skills. The group of citizens in particular who will have difficulties with these developments are migrants who have never learned to use a computer, do not own a computer or have little Dutch language skills.

This research is executed for Mira Media in the project ‘Digitale Leerplekken Basisvaardigheden’. This is a Dutch term, but can be translated into Digital Learning Facilities Basic skills. This comes down to the goal to provide more digital learning opportunities in order to gain basic skills like reading and computer skills. More details about this project can be found later in this report.

Mira Media is a non-profit organisation, funded by mainly the European Union and the European Integration Fund. This organisation is based in Utrecht, and focuses on the citizens in the neighbourhoods in Utrecht Kanaleneiland and Overvecht. Mira Media is one of the executing partners of the project ‘Digitale Leerplekken Basisvaardigheden’, which focuses on people from Kanaleneiland and Overvecht who have a need for more Dutch language and computer skills in order to participate in the Dutch society on a higher level. The goal of this project is to expand the language structure with other basic skills from the programme www.oefenen.nl. This is an online programme which is used for teaching language and computer skills, but people can also practise at home. The project aims to respond to individual needs of the target group in order to support them with developing these skills.

Mira Media is an organisation which aims to be a link between the media and society. In this context it means that Mira Media would like to close the gap between the citizens and the government. This is done by offering courses to improve people's computer and language skills and offer support when issues need to be solved online.

Next to Mira Media, executing partners of 'Digitale Leerplekken Basisvaardigheden' are: Bibliotheek Utrecht (Library Utrecht), Stichting Lezen en Schrijven (Foundation for Reading and Writing), Stichting Taal Doet Meer (Foundation Language Does More) and Wijkbedrijf.

The object for this particular research project are (low literate) migrants who are active in the existing educational routes, or are about to use such a route, but not have the basic skills yet. Utrecht has 26.000 low literate inhabitants of which 15.000 are migrants (Project plan Digitale Leerplekken Basisvaardigheden, p. 35). However, the project is also open to natives who do not have these skills either. Special attention goes to older migrants and parents with children under the age of 4. Participants are invited to use the project facilities in the neighbourhood to do their homework and extra assignments. Activities of this project include: structuring the project organisation, structuring extra offers, gaining and training educational professionals and volunteers and executing the offer of computer places and equipment of digital competencies in Kanaleneiland and Overvecht (project plan Digitale Leerplekken Basisvaardigheden, appendix p.35).

One segment of the target group of this project are the migrants living in the aforementioned neighbourhoods. In Overvecht and Kanaleneiland is a big community of both Moroccan and Turkish migrants. Since the start of the project, in general Moroccan migrants have been interested, involved and present at meetings, and presentations concerning the project. However, Mira Media has observed that Turkish migrants have not been represented evenly. Research needs to be done on the difference between the Moroccan and Turkish culture, in order to explain why Turkish migrants have been less interested in the project. Also, an advice needs to be developed on how to reach these Turkish migrants.

Therefore, the aim of this research is to write a recommendation to Mira Media and the project partners for a communication plan on how to reach and include Turkish migrants in the project 'Digitale Leerplekken Basisvaardigheden'.

Currently, only few Turkish people are participating during the project activities. Usually the groups have only a small percentage of Turkish people, if there are any at all.

In the organisation, Mira Media, there is one employee with a partially Turkish background, who is in charge of the current project activities.

4. Organisational context

This chapter aims to give information about the organisational context of Mira Media, and responsibilities of Mira Media and its project partners within the project ‘Digitale Leerplekken Basisvaardigheden’.

‘Mira media: the link between media and society’

Mira Media aims to give voice to minorities and the disadvantaged in the media, and avoid these people becoming a victim of the digitization of the society. In a diverse society such as the one in the Netherlands it is key to hear the experiences, opinions and visions from all groups. Therefore, Mira Media develops projects which use media as an instrument for intercultural dialogue and social cohesion, especially in neighbourhoods. Moreover, Mira Media develops projects to stimulate citizens to active media participation, by for example, offering media trainings and supporting new media initiatives which are focused on diversity. The projects developed by Mira Media are innovative and are usually executed with partners from different sectors from society. (Visie en Werkwijze, 2013)

Mira Media is a non-profit organisation with an office located in the city centre of Utrecht, the Netherlands. Before Mira Media sized down a couple of years ago it used to work within different media projects within Europe. However, currently Mira Media focuses on projects which take place within Utrecht. With a small number of staff, Mira Media functions as a ‘sociaal makelaar’ (social broker), which means connecting different organisations and people in the neighbourhoods of Utrecht. The executive director, Ed Klute is the founder of Mira Media and is the key figure of most of the projects currently running. Ed Klute is also the supervisor for this research project. Mira Media is subsidized by the European Union, the municipality of Utrecht and different private foundations.

The project of Mira Media on which this report is focused is ‘Digitale Leerplekken Basisvaardigheden’. As can be read in the appendix (project plan Digitale Leerplekken Basisvaardigheden, p. 35), the project partners each have different responsibilities. However, this text is in Dutch. In order to clarify the responsibilities an explanation in English will be given here.

Mira Media supports the process from the role of ‘makelaar digitale ontwikkeling’ (broker digital development) in the neighbourhoods in Utrecht. Mira Media is in charge of the project organisation (administration of participants and the personnel hours). Moreover, Mira Media

is responsible for keeping an eye on the conditions for the European Integration Fund. In the execution face, from June 2014, Mira Media has the role of process manager. The library of Utrecht (Bibliotheek Utrecht) is the formal coordinator and executer of this common project. Most of the activities take place in or from the libraries in different neighbourhoods. The project coordinator is responsible for the coordination of the project. Also, the library takes care of the financial administration, which is checked upon by Mira Media. Stichting ‘Taal Doet Meer’ (Language does more) has over 300 people volunteering helping people in Utrecht taking part in the Dutch society. The main focus of the organisation is teaching Dutch. Language is needed to find a job, talk to the teacher of children, go to the doctor, work on a computer and doing homework. Language coaches offer language coaching to everyone who does not have Dutch as a native language. (Taal Doet Meer)

The non-profit organisation and project partner Stichting ‘Taal Doet Meer’ is responsible for the management of the language volunteers who are active within the project. They organise the basic structure of TIP/TOP (Taal informatiepunt and Taal ondersteuningspunt (language support)). Moreover, ‘Taal Doet Meer’ participates in the development of the working structure and the offer. Together with ‘Stichting Lezen en Schrijven’ (Reading and Writing Foundation) and ‘het Wijkbedrijf’, trainings will be developed and executed. Stichting Lezen en Schrijven took part in the pre-research and the elaboration of the chain structure from the experiences with TIP TOP Taal. Also, Stichting Lezen en Schrijven is responsible for the integration of www.oefenen.nl in the language programmes. Wijkbedrijf offers courses which are focused on digital skills. What should be offered exactly, is still under development, depending on the needs of the participants. Wijkbedrijf is participating in the development in the chain structure and the methods for working in the project. Wijkbedrijf is partially responsible for acquiring, training and managing the volunteers for the digital skills in the project.

The project ‘Digitale Leerplekken Basisvaardigheden’ is mainly sponsored by the European Integration Fund: “the European Fund for the Integration of non-EU immigrants (EIF) seeks to promote European cooperation, with the objective of granting comparable rights, responsibilities and opportunities for all”. “With a budget of EUR 825 million for the period 2007-13 (EUR 57 million for Community actions), the EIF supports national and EU initiatives that facilitate the integration of non-EU immigrants into European societies”. On their website, the European Commission specifies what these kind of activities include: “programmes for improving diversity management in neighbourhoods, intercultural training

and dialogue, the promotion of courses for better understanding the integration processes, platforms and tools for comparative learning, measures for sharing information and best practices among European integration practitioners (e.g. online discussion forums, conferences, etc.) and activities in the hosting EU State and in the immigrant's country of origin on introduction to the host society” (European Integration Fund).

In 2013, the Centraal Bureau voor Statistiek specifies that there are 13.713 Turkish people living in the municipality of Utrecht. (Bevolking; ontwikkeling in gemeenten met 100 000 of meer inwoners, 2014)

When talking about the Turkish community in Utrecht, there is a difference between the different generations of migrants. In his article ‘Evaluating Migrant Integration’, Maxwell (2010) gives a clear explanation about the difference: “First-generation migrants are individuals born abroad with both parents also born abroad, second-generation migrant-origin individuals are individuals with at least one parent born abroad, and native-origin individuals have both parents born in the country of residence’ (p.26).

5. Theoretical Framework

The theoretical framework presents all the theories and concepts which are discussed and used for this research. The theoretical framework is divided into sub sections according to the topics of the research framework. The chosen theories and concepts will contribute to the answering of the research questions. Theoretical topics to be considered in the theoretical framework are: migrant integration, cultural differences and finally, diversity marketing. It is key to identify these concepts and the relation to the problems with communicating with Turkish migrants in Utrecht, however, the final conclusions will be presented in a separate chapter later in this report.

5.1. Migrant integration theory

It is important to start exploring theory about migrant integration in order to understand the process of integration in a new society.

According to Snel, Engbersen and Leerkes (2006) migrant integration is ‘the incorporation of new elements (immigrants) into an existing social system’.

“Attempting to maintain socio-cultural identities in the host country is not a new phenomenon among immigrants and minority ethnic communities. Such attempts are part of the struggle to retain a community’s roots. There is evidence that many immigrant communities tend to settle in particular areas of the capital and other UK towns and cities in order to strengthen ties between them, keep alive aspects of their culture and fight against acculturation “(Hack-Polay 2008, p.37). This information is important in order to understand the migration process of Turkish migrants in Utrecht. Even though Hack-Polay gives an example of the UK, in the Netherlands migrants are also settling in particular areas, like the neighbourhoods Overvecht and Kanaleneiland in :Utrecht.

Furthermore, Hack-Polay (2008) explains that ethnic organisation on the one hand ‘smoothen the transition between being a citizen in their homeland and becoming refugees’, on the other hand, ‘the community organisation can also be seen as dysfunctional, as a barrier that keeps the refugee in an ambivalent position – midway to nowhere between the lost homeland and the new society’(p. 41-42). Thus, this is what might be happening in Utrecht as well. Due to the fact that the migrants cluster in particular areas, the Turkish community is somewhere between Turkey and the Netherlands.

Finally Hack-Polay concludes that ‘this investigation has revealed that the migrant community uses a variety of strategies to ensure social and cultural conservatism, which in

turn, is an aspect of the community's attempts to preserve its identity. The social infrastructure built around the community is so strong that it can be isolating, perhaps, alienating some community members'. (2008, p.54)

Moving on to Maxwell's (2010) research on migrant integration, it is indicated that the evidence in his research 'suggests that first-generation migrants have the most positive [political] attitudes, while native-origin and second generation migrant-origin individuals have similar political trust and satisfaction scores' (p.25)

Maxwell notes that migrants often face initial integration difficulties but that over time and across generations their life outcomes converged with natives. He presents information that when migrants have enough time in the host country they will eventually successfully integrate. This indicates, that eventually any struggle of problems that migrants have, will be solved over time.

Dandy's (2009) article on refugee and migrant integration explains there are four acculturation strategies or orientations: 1) integration, in which both dimensions are endorsed, also described as biculturalism; 2) assimilation, in which the culture of origin is not maintained and individuals 'blend in' with the host community; 3) separation, in which the culture of origin is maintained and interaction with other groups is minimal; and 4) marginalization; in which there is little original cultural maintenance as well as distancing from other groups. It is crucial to identify what orientation of integration is applied for the Turkish community in Utrecht. Then, it will be easier to understand their way of integration.

5.1.1. Turkish and Moroccan migrants in the Netherlands

In this research, the Turkish and Moroccan migrants and their culture will be evaluated and compared. It has been chosen to do this, because Mira Media has indicated that the Moroccan migrants are very well represented in the media projects.

The following information will help to identify the differences between these two cultures, and might explain why the Turkish community lacks representation in Mira Media's project activities, and why the Moroccan does not.

Crul and Doornik (2003) point out that "though arriving simultaneously and bringing with them similar socioeconomic characteristics and religious beliefs, the Turkish and Moroccan communities have developed in rather different directions" (p. 1041). Therefore, for this research it is important to see this group of migrants as two different groups, who will probably react differently to communication efforts. Moreover, Crul and Doornik (2003)

point out that “the gap between the second generation and the Dutch age group is still large. The comparison, however, does not take into account the socioeconomic disparities between the groups. Moroccan and Turkish parents constitute very low-level and homogeneous socio economic groups (...) the majority finished only primary school or had no formal education at all”(p.1048)

On the website of the Centraal Bureau voor de Statistiek (2013a)(Central bureau for statistics), it can be found what the educational levels of migrant in the Netherlands are. Here can be seen that Moroccan migrants have a lower education level than the Turkish. Nevertheless from both groups, there are no people at all who have a bachelor or master degree, so neither of the groups can be considered well educated.

5.1.2. Language skills of migrants

Now, information will be presented on the Dutch language skills of migrants. This is important, because learning a language is a large part of integration, and can easily form or break communication barriers.

Kurvers (2013) presents in her article ‘consequences of the Dutch integration policy: literacy as entrance criterion’ that until the mid-nineties, there were no language-related rules for admission and integration of migrants in the Netherlands. Only in 2006 it became compulsory for people from non-western countries to take a course in Dutch language and culture.

Also, Kurvers (2013) presents that in 1990, it was estimated that 15-20% of Turkish men, and 40-45% of the Turkish women were illiterate.

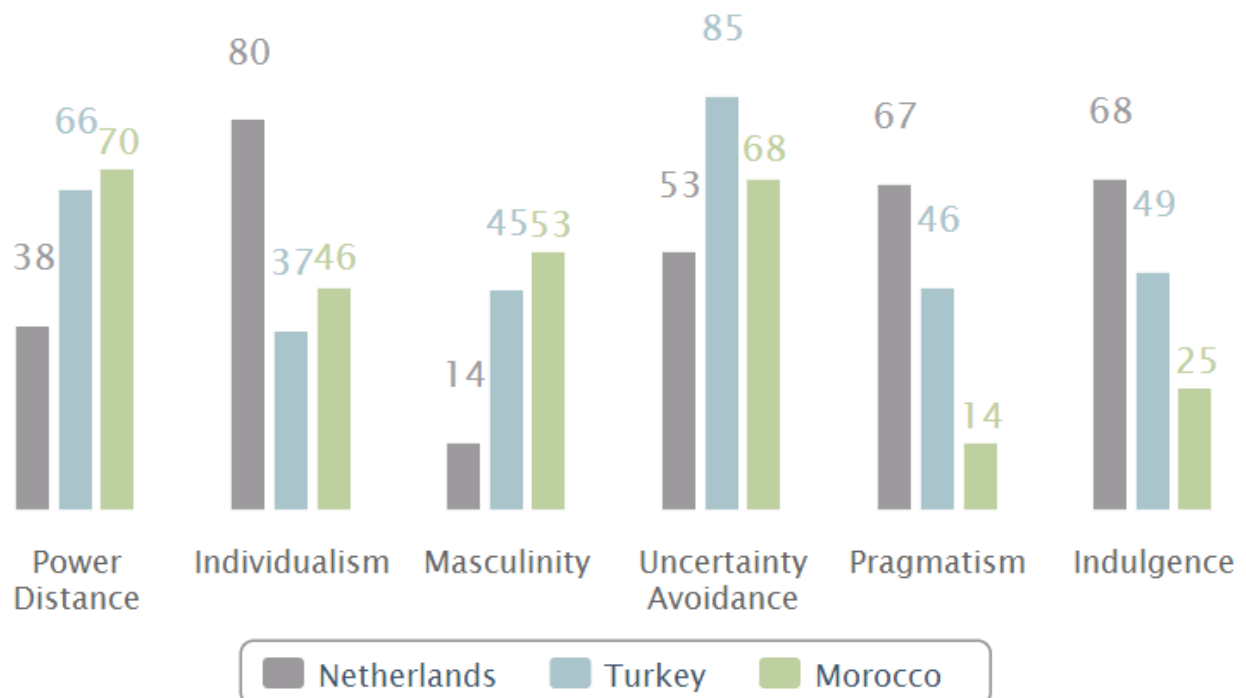
In Morocco, different languages are used. In general, there are four languages: Standard Arabic, French, Berber, and Moroccan Arabic. Standard Arabic and French have written forms, and are perceived as ‘literate’. The latter two do not have written forms, and are therefore perceived as ‘oral’ and ‘illiterate’. (Sadiqi, 2006 p.7)

5.2. Cultural differences

Now, next to exploring the migrant integration theories, it is key to explore the main cultural differences between Turkish, Moroccan and Dutch culture.

There are many Turkish and Moroccan migrants in the Netherlands. As of January 2013 the number of people from Morocco and Turkey living in the Netherlands is more or less equal. Namely 386 838 from Morocco and 395 302 from Turkey. (Centraal Bureau voor Statistiek, 2013) In the Netherlands, people tend to see these two cultures as one and the same. However,

these cultures differ on relevant dimensions, even though they are both Mediterranean and both have a Muslim culture. In this research it is crucial to identify the main differences between these cultures.



'Country Comparison' from: The Hofstede Centre (www.geert-hofstede.com)

5.2.1. Hofstede's dimensions of culture

First, it is important to look at Hofstede's dimensions on cultures. In the graph on the next page, the differences between the Dutch, Turkish and Moroccan culture can be seen, with regard to the dimensions of Hofstede.

5.2.1.1. Power distance

Power distance is "the degree in which the less powerful members of institutions and organizations within a country expect and accept that power is distributed unequally" (Hofstede & Hofstede, 2005, p.46). The power distance in Morocco is more or less comparable with the Turkish, but has a big contrast to the Dutch power distance. The consequence of a big power distance is that Moroccan and Turkish migrants will have a different expectations from for example a teacher/student relationship.

5.2.1.2. Individualism

Hofstede defines individualism as follows: "Individualism pertains to societies in which the ties between individuals are loose: everyone is expected to look after himself or herself and his or her immediate family. Collectivism as its opposite pertains to societies in which people

from birth onward are integrated into strong, cohesive in-groups, which throughout people's lifetimes continue to protect them in exchange for unquestioning loyalty " (Hofstede and Hofstede 2005, p. 76) The index of individualism of Turkey and Morocco is quite similar, but again, quite a contrast to the Dutch index. This means that Turkey and Morocco are considered collectivistic cultures. Which means that the face of the group is more important than one's own face.

5.2.1.3. *Masculinity*

Masculinity refers to "when emotional gender roles are clearly distinct: men are supposed to be assertive, tough, and focused on material success, whereas women are supposed to be more modest, tender, and concerned with the quality of life" (Hofstede and Hofstede 2005, p.120). Continuing, "a society is called feminine when emotional gender roles overlap: both men and women are supposed to be modest, tender and concerned with the quality of life" (Hofstede and Hofstede 2005, p.120). The culture in the Netherlands is feminine. Again, the Moroccan and Turkish culture are similar. The indexes are respectively 53 and 43, which means neither very masculine nor very feminine. The men in Turkey and Morocco are supposed to be more assertive, tough and focused on material success than the Dutch men.

5.2.1.4. *Uncertainty avoidance*

As researched by Hofstede, the Turkish culture has a particularly high uncertainty avoidance. Uncertainty avoidance is "the extent to which members of a culture feel threatened by ambiguous or unknown situations. (Hofstede and Hofstede 2005, p. 167) Uncertainty avoidance is expressed in stress, and the need to predictability is expressed in the forms of a need for written and unwritten rules. This dimension will translate into the fact that Turkish migrants might feel insecure when having to ask for help, or feel uncertain in a new classroom with an unknown teacher and unknown classmates.

5.2.1.5. *Pragmatism*

This dimension describes "how people in the past as well as today relate to the fact that so much that happens around us cannot be explained" (The Hofstede Centre). In this dimension, the Turkish are more like the Dutch. The Netherlands has a high score, which means that the Dutch culture is rather pragmatic. The Moroccan however, clearly have a very normative culture. "People in such societies have a strong concern with establishing the absolute truth" (The Hofstede Centre).

5.2.1.6. *Indulgence*

Indulgence is “the extent to which people try to control their desires and impulses”(The Hofstede Centre). Just like the pragmatic dimension, the Turkish culture comes quite close to the Dutch score in this dimension. According to Hofstede, people from this culture “generally exhibit a willingness to realise their impulses and desires with regard to enjoy life and having fun”. (The Hofstede Centre)

5.2.2. *Motivation*

Usunier and Lee (2009) explain: “people from individualist societies are more likely to rely on individuality and rationality as motivations for cooperation, while those from collectivist societies are likely to be driven by collective rationality and social forces” (p. 55). With which they try to explain that motivation in a collectivistic culture is based on social forces, rather than individualistic motivation in individualistic cultures.

5.3. *Diversity marketing*

With regard to this research project, it is interesting to explore the concept of marketing. Even though Mira Media is a non-profit organization, to a certain extent, marketing activities need to be taken in order to attract a more diverse group of people to the projects. With this research, it is key to look at a collectivistic approach to marketing. Especially, when the targeted culture is more collectivistic than individualistic, which was presented in the sections above.

Usunier and Lee (2009) point out several areas of possible impacts of cultural differences on selected aspects of consumer behavior. Amongst others these are: motivation (motivation to own, to buy, to spend, to consume, to show, to share, to give), learning and memory (literacy levels,), group influence (individualism/collectivism) and attitude changes (resistance to change in consumer behavior, especially when change could clash with local values and behavior).

Taking into consideration Hofstede’s dimension on collectivism, Usunier and Lee (2009) explain that “word-of-mouth communication will be stronger in collectivist and in group-oriented societies, where outside information provided by an impersonal marketer will be seen as less reliable than opinions from relatives and acquaintances” (p.96). Moreover, Usunier and Lee point out that consumers are led by opinion leaders (p.95). This will be stronger in collectivistic cultures, where people are more focused on their group’s opinion.

Relating literacy levels and diversity marketing, Usunier and Lee (2009) explain: “the level of literacy is obviously an important variable to be considered since promotion is often

6. Research design

This chapter gives an overview of the specific areas of the research design. This chapter includes the stage of the intervention cycle, the research objective, discusses the research framework and presents the research questions and finally the methods used during this research project.

The recommendation is meant for Stichting Mira Media and its project partners in the project Digitale Leerplekken Basisvaardigheden. With the recommendation, the project partners can adapt their marketing activities for the project, in order to get more variety in the group of participants, the migrants in Utrecht.

The final output of the research will be an advice on how to attract a more diverse group of migrants to the project activities, with a special focus on Turkish migrants.

6.1. Stage of the intervention cycle

At this point in the research project it is key to clarify what stage of the intervention cycle the research is in. This research project starts with the first step, which is called ‘the problem analysis’. According to Verschuren and Doorewaard (2010), “at this stage it should be made clear what the exact problem is, why it is a problem and whose problem it is” (p.47) For this research project, that means that it is investigated why Turkish migrants engage less in the projects, and which parties need to collaborate in order to solve this problem. The other step of this intervention cycle which will be undertaken will be diagnosis. This means that “the background and the causes of the identified problem can be examined” (Verschuren and Doorewaard 2010, p. 48). This last stage will be translated into a recommendation, and will be described at the end of this report. This chapter will present the recommendations of the researcher to Mira Media on how to attract more Turkish migrants into the current and future media projects.

6.2. Research objective

The A component of the objective is: to write a recommendation for Mira Media and the project partners on how to reach and include Turkish migrants in Utrecht in the project ‘Digitale Leerplekken Basisvaardigheden’. Since the client has problems with the lack of

Turkish migrants in the media activities of the project 'Digitale Leerplekken Basisvaardigheden.

The B- component of the research objective is the following: Establishing a strategic advice by interviewing the target group, key-figures and experts, participant observation, analysing the project plan and reviewing former research literature on migrants and integration.

6.3. Research framework

The research framework is a key stage between the formulation of the objective and research questions. It is “a schematic representation of the research objective” that “includes the appropriate steps that need to be taken in order to achieve it” (Verschuren & Doorewaard, 2010, p. 65).

The schematic representation of the Research Framework looks as follows:

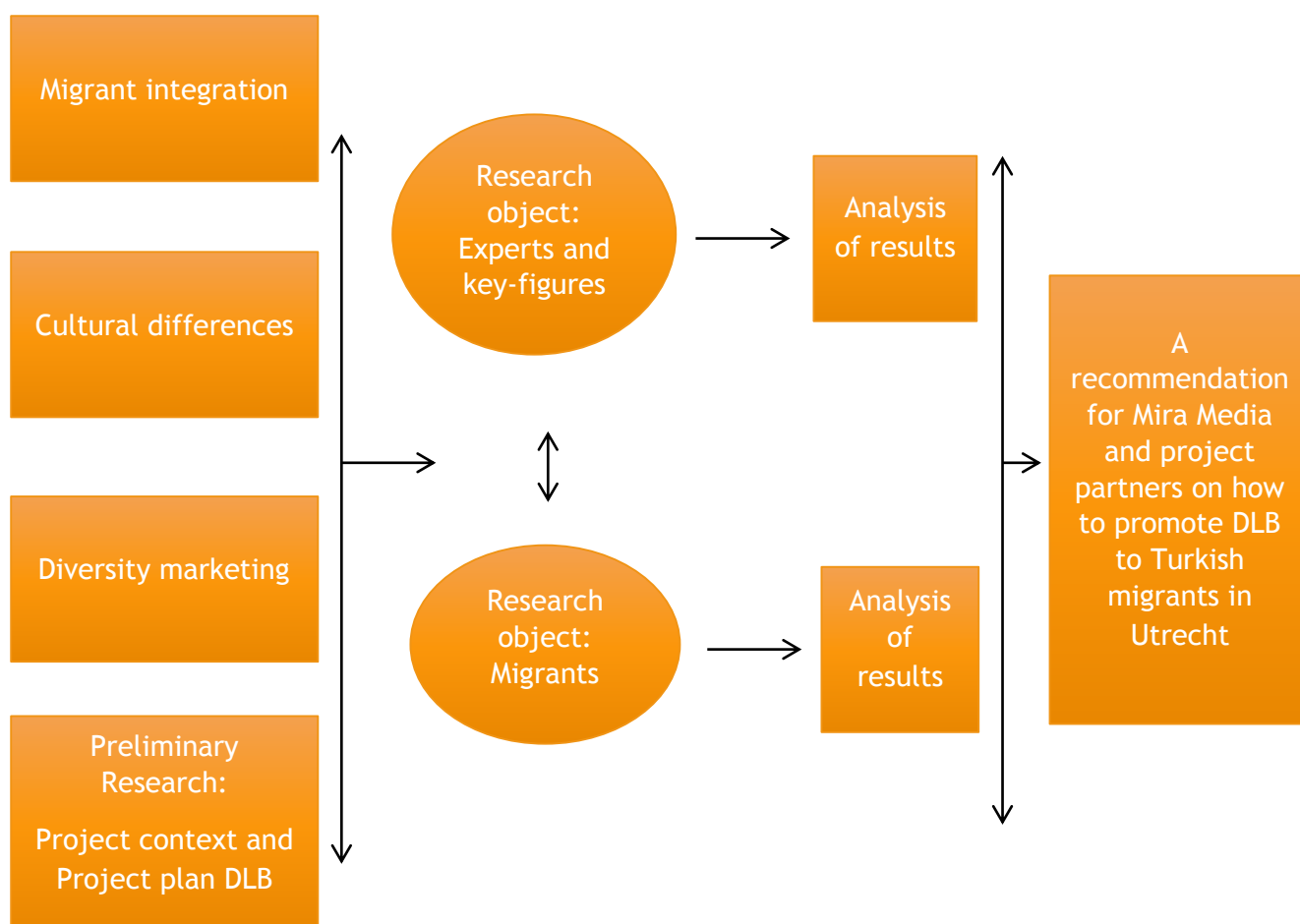


Table 1: Research Framework

The research framework reads as follows:

On the left side of the framework (table 1), the areas of theoretical research have been indicated. Namely: migrant integration, cultural differences and diversity marketing. Next to that, the problem and background information that Mira Media provided the researcher, is presented in the project context and the project plan ‘Digitale Leerplekken Basisvaardigheden’ which both serve as the preliminary research.

Moving one column to the right, the research objects are presented. There are the experts, key-figures and the migrants. The analysis of the results will be presented in the conclusion. This leads to a recommendation for the client of this project, Mira Media, on how to reach the Turkish migrants in Utrecht.

6.4. Research questions

The theoretical question of this research is: ‘What insights are available from earlier research on migrant integration in the Netherlands, cultural differences and diversity marketing?’ This research question has already been answered in the theoretical framework, previously in this report. The results of this will be evaluated in the next chapter. Then, moving on, the empirical research question of this research project is: ‘Why do the Turkish migrants in Utrecht participate minimally in Dutch projects?’ The data in order to answer this question will be taken from the interviews with experts and key-figures and the participant observation. So this answer will be based on opinions and observations from the research objects and the researcher.

Then, the analytical research question of this project is: “How can the project partners promote the project ‘Digitale Leerplekken Basisvaardigheden’ to Turkish migrants in Utrecht?” This question will be answered by comparing the aforementioned theories with the answers from the empirical research question. The answer will be presented in the conclusion and advice chapters of this report.

6.4.1. Sub-questions

The sub-questions are formulated in order to answer the central questions. Verschuren and Doorewaard (2010) explain: “The aim in formulating a set of sub-questions is to make sure that the combined answers to these sub-questions will roughly provide the information the researchers needs in order to answer the central questions they belong to”(p.98).

Empirical research:

- What are the characteristics of the Turkish migrants in Utrecht?
- Why are the Turkish migrants not motivated to participate in the project activities?
- What cultural characteristics influence the motivation?

Analytical research:

- What would motivate potential participants to take part in computer and language courses?
- What specific marketing activities need to be executed in order to attract Turkish migrants?

So, these sub-questions were formulated in order to answer the central questions. In the conclusive chapters, these answers will be presented.

6.5. Research objects

The research objects, are the experts and key figures in the Turkish community in Utrecht. Moreover, the research objects will be the people who are currently taking part in the project activities.

With a key figure, is meant a person who fulfils a key function within the, in this case, Turkish community in Utrecht. This can be a person who has influence on the Turkish community because of their job of function, for example in the Mosque. However, this person can also be a key figure because of the organisation they work for, their Dutch language skills, or the amount of people this person knows, and therefore has a strong position in the community.

An expert is a person who knows significantly more about the Turkish community in Utrecht than an average person. The expert can have this position because of his or her cultural background, experience in working with Turkish people or any other position that has helped them gaining knowledge about the Turkish culture or the Turkish community in Utrecht in particular.

6.6. Methods for data collection

Now, the strategy of this project and the methods for data collection are discussed.

The strategy for this research project is a case study. ‘A case study is a research strategy in which the researcher tries to gain a profound and full insight into one or several objects or process that are confined in time and space’ (Verschuren and Doorewaard 2010 p.178). This means that the Turkish community of Utrecht is the case of the research in this project. This strategy has been chosen to gain insight in the current projects and processes, as well as the project partners of ‘Digitale Leerplekken Basisvaardigheden’ and the target group. This means that data will be gathered through semi-structured interviews, with key figures of Turkish community in Utrecht and experts in the field.

The methods of data collection are interviews and participant observation. Interviews will be done with experts and key-figures of the target group.

Respondents were chosen through a ‘snowball method’. Which means, that at the end of interviews or project meetings, the respondents were asked whether they knew of any other ‘experts’ or other potential respondents in order to contribute to this research project. The disadvantage of this method is, however, that the interviews respondents cannot be considered representative of the whole migrant community in Utrecht.

In order to make the ‘research results’ chapter as structured as possible, the research result have seen divided according to the concepts of the research framework. Namely: cultural background, motivation, language proficiency and digital skills.

6.6.1. Interviews

The main method of data collection is interviews. The total number of interviews will be a maximum of 5. There should be a balance between expert interviews and interviews with the target group and or key figures. The experts will be asked about the main differences between the Turkish, Moroccan and Dutch culture according to them.

It is important to interview the project partners from Digitale Leerplekken Basisvaardigheden about their experiences in working with the target group. Therefore, Stichting Taal Doet Meer will be interviewed about what it is like working with migrants from different countries in the Netherlands. Another topic of the interview will be what teaching materials Taal Doet Meer offers.

Next it is key to talk to the target group. It is expected that this will be difficult. Due to the fact that a big group of this people has little or no Dutch language skills, conducting a survey will be close to impossible. Therefore, it is planned to have a group interview with a group of students from Turkish and Moroccan background from the ROC in Utrecht (see glossary of terms for explanation p. 4) .

Moreover, it is important to interview an expert from Bibliotheek Utrecht to get a better understanding of the low literate and illiterate migrants in Utrecht. Topics for the interview will be what the library does within the project ‘Digitale Leerplekken Basisvaardigheden’, and what kind of people are currently taking part in the courses.

Finally, it is important to talk to key figures in the Turkish community. And interview is planned with a Turkish psychologist, and another interview with the Turkish Executive Director of a GGZ centre in Utrecht (see glossary of terms for explanation p.4) . The topics of the interview there will be, what kind of problems the Turkish have regarding integration, and what the main cultural differences are with the Dutch culture. Also, advice will be asked on where to find, and how to reach people from the Turkish community in Utrecht.

6.6.2. Participant observation

Another planned method is participant observation. The researcher will observe different meetings with and presentations for the target group. It was planned to visit several meetings and presentations where the target group would be attending, in order to observe their behaviour. These meetings were not planned yet, so the idea is to attend these meetings spontaneously, when the opportunity occurred. It will be key to observe what cultural background the participants have, as well as their language skills. Also, it will be interesting to see what kind of concerns the parents have regarding media education for their children.

These results will be compared to see whether the information gathered from the interviews is in line with the researcher’s findings from the participant observations. These similarities and/or differences will be evaluated in order to get a better understanding of the problem, and find the reason for it.

6.6.3. Document analysis

Finally, a document analysis will be done on the project plan ‘Digitale Leerplekken Basisvaardigheden’. This project plan was created by the project partners. Data can be taken from this project plan in order to answer the research questions. Moreover, it can be reviewed in order to investigate what the project plan lacks, so it can be improved or expanded.

Since the project plan is in Dutch, crucial information will be translated into English and presented in the result section of the report.

7. Research results

In this chapter, the research results of this research project are presented. The chapter is divided according to the various areas of study.

Eventually, 5 interviews were conducted, which was according to the plan. The first interview was conducted with a project manager of Stichting Taal Doet Meer. The second interview was conducted with a group of students from ROC Utrecht. This was a mixed group of male and female students and from Turkish and Moroccan backgrounds. Then, an interview was conducted with a Turkish psychologist working at a mental health care organisation called Noagg in Utrecht. Furthermore, an employee of the Bibliotheek Utrecht was interviewed about her work with illiterate and low-literate people. Finally, the 5th interview was conducted with the Turkish executive director of a GGZ organisation in Utrecht, called Esens.

The interviews were set up in a semi-structured way. This means that the researcher prepared a list of questions. However, there also was room for extra questions and follow up questions, when appropriate. The lists of questions can be found in the appendix (p. 50). As mentioned before, the data are structured according to the method, and according to the topic of information. In the research results section, the data from the interviews will be presented. Then, the participant information, and finally the information from the document analysis, the project plan of ‘Digitale Leerplekken Basisvaardigheden’ will be presented.

7.1. Cultural background

The project manager from Taal Doet Meer explains that it happens quite regularly that people who want to take a language course, only want to be in a group with people from the same cultural background, in order to feel safe. This answer is also given when asked to students from the ROC in Utrecht. They explain that their parents would feel better with a mono cultural group.

The Turkish psychologist explains that the Turkish have their own way of integration. They have integrated very well in the Turkish community in the Netherlands, but not to the same extent in the Dutch culture. The Turkish have their own community where they still watch Turkish television channels, for instance. He explains that this also happens in Turkey. It is the norm to stick with your own group. It also happens when people move from Turkey to the Netherlands. People from a certain area in Turkey will contact people in advance from the same area who are already living in the Netherlands. He concludes, that the Turkish culture is more collectivistic than the Dutch culture. Your own group is more important. Finally, he

explains: “I think that Moroccans integrate better in Dutch society than the Turkish. The Turkish isolate themselves more. Of course, Moroccans also have a sense of belonging, but it is different. Moroccans have a different feeling of nationalism. The Turkish have a stronger feeling of nationalism” (Quote was translated from Dutch into English by the researcher). Moreover he thinks that the Moroccans are more interested in the Dutch culture and politics, so they integrate better, and take more part in the Dutch culture.

The executive director from Esens confirms that idea that the Turkish are harder to reach than the Moroccans, for example. According to him, the Turkish are more focused on their own group.

7.2. Motivation

Next it is important to have an understanding about why the Turkish are less motivated to join a computer or language course.

The students from the ROC explain that their parents do not prioritize learning the computer. For instance, they find it more important to devote time to family and housekeeping activities.

The Turkish psychologist explains that because the Turkish can manage in their own network, they have less interest in contact with Dutch people. He questions the fact whether Turkish people even want to integrate in Dutch society. The Turkish are probably happy with the way they are integrated at the moment.

The executive director from Esens explains that due to the fact that the Turkish solve their problems within their community, they have less motivation to integrate properly. For example, he tells about the fact that usually he fills out about 10 tax return forms a year. One student from the ROC explains that sometimes he writes a letter for his dad, so it will turn out a little more formal.

Also the executive director from Esens explains that the Turkish are more entrepreneurial. This means that the Turkish started with their own little butchers and other shops. Also, he tells about a funeral insurance company especially for Turkish people from a certain area in Turkey. This is a nice initiative, but it means that the Turkish do not really need to go to a Dutch insurance company to arrange an insurance themselves. This means that the Turkish do not need to find their way in the Dutch systems, because it is all arranged for them by Turkish people in the Turkish language. There is only one leading person, and the rest of the community can follow. This stagnates the integration process.

Also he explains that he believes that the Turkish have never really felt at home in the Netherlands. This might also be one of the reasons why the Turkish do not see the importance of integrating better into Dutch society.

7.3. Language proficiency

The project manager from Taal Doet Meer explains that part of the students who are taking language courses at Taal Doet Meer also have problems with the computer. Moreover, she tells about the digital learning programmes, which is a nice combination for learning both language and computer skills. The volunteers of Taal Doet Meer receive training on how to teach a language in combination with an online programme, for example www.oefenen.nl (see glossary of terms for explanation, p 4).

A student from the ROC explains that her mother never went to school and is therefore illiterate, so she can never learn how to use the computer and internet, without first learning the language better.

The Turkish psychologist explains that illiteracy has a negative impact on integration and social contacts, however, this also depends on someone's personality. For example, a person can make social contact even though the person is illiterate or does not speak the language. For example a smile, or other facial expression can have a lot of meaning. On the other hand, a person can speak and write Dutch well, but not make any use of it. This difference can be due to the differences in personality.

Also, the employee of Bibliotheek Utrecht explains that computers are a great way to learn a language, so she also sees a link between these two problems.

The executive director of Esens explains that most Moroccan people speak Berber, which is not a written language. So in contrast to the Turkish, they reach out in learning Dutch quicker. This leads to a better focus on the Netherlands and on the Dutch language. Moreover, he explains that some Turkish students are thinking about trying to find a job in Turkey, once they have finished their education in the Netherlands.

7.4. Digital skills

The project manager from Taal Doet Meer explains that many of their students have trouble using the computer and internet, and want to learn how to use it. That is why Taal Doet Meer is a project partner in the project as well. Learning a language in combination with a computer is a nice combination of learning both.

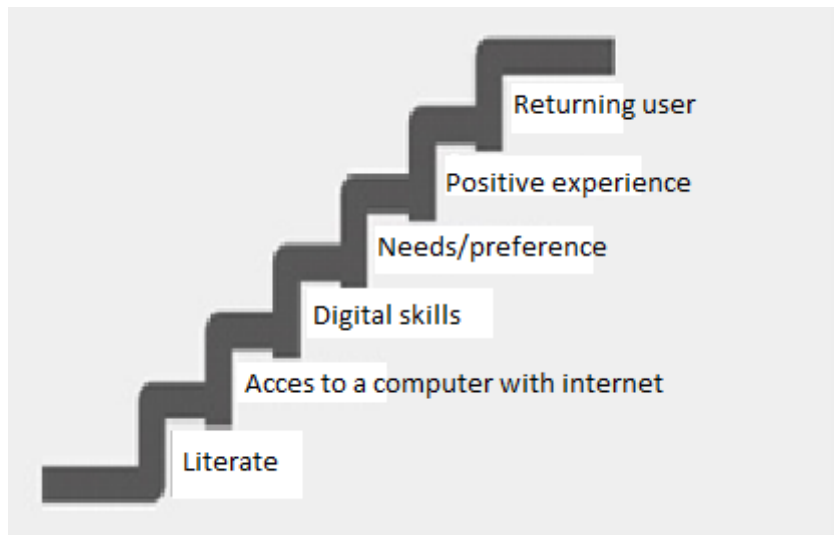
The students from the ROC explain that some of their parents would not even know how to turn on the computer. Other parents know how to use Skype and Marktplaats for instance, but have no idea on how to use their DigiD (see glossary of terms from explanation p.4) for, for example, tax returns or apply for social benefits or student loans. Also, a student tells about that she needs to check her parents' email account, because her parents do not know how to use it. One time, her little brother missed a school trip, because she did not check her parents' email account in time, and therefore missed an email from the school.

The Turkish psychologist also explains that many Turkish people have access to a computer with internet, and use it regularly as well. However, they mostly use Skype or chat programmes. However, he points out that in Turkey, a lot of things are digitalized as well. There are many developments concerning digital media and communication in Turkey.

The executive director from Esens explains that probably, there is no difference between Turkish and Dutch people when it comes to internet use. Also, he believes that Turkish people below the age of 30 can probably find their way around the internet perfectly fine. However, the group of older people have problems with their computer skills.

To conclude, combining the importance of language skills in order to develop computer skills, a digital participation ladder was developed.

Research showed that there is a gap between the citizens and the digital services of the government. Even though 90 percent of the citizens have access to internet, it does not mean that the people know their way around different websites and services. (Project plan Digitale Leerplekken Basisvaardigheden, see appendix p. 50) In the project plan, the digital participation ladder is presented (Project plan Digitale Leerplekken Basisvaardigheden, appendix p. 51)



Since the project plan was written in Dutch, the ‘digital participation ladder’ was adapted and translated. The ladder illustrates that people first need to be literate in order to participate digitally. Then, access to internet is vital in order to become a returning user. Then, digital skills, needs and a positive experience are important in order for someone to return to use a service digitally.

7.5. Participant observation

Eventually, the researcher managed to attend 3 meetings. The subject of the meetings where media education. This means that parents were advised on how they can guide their children in the media environment, such as what they can do on the Internet, and how to set rules on Internet use. This was observed during meetings at two different primary schools, and one secondary school. The meeting for the secondary school was for fathers only. A separate ‘mothers meeting’ was held a week before, however, that meeting was not attended by the researcher.

An employee of Mira Media is an expert in this area of study, and therefore gave all the presentations during these meetings. The main language of the meetings was Dutch, since the background of the participants differ. However, sometimes translation into Arabic and/or Berber was provided. Moreover, the Turkish employee of Mira Media sometimes spoke Turkish with Turkish participants when necessary.

13 may: Primary school de Panda, Kanaleneiland

Attending: 23 mothers, 1 father. 2 Turkish, rest Moroccan.

The theme of the meeting was media education for children attending primary school. It was discussed what children do on the Internet and what they are exposed to. Moreover, the mothers wanted to know how long children can spend on the internet every day.

It was explained that it is important to set rules about Internet use for children, because children need certain boundaries.

There are less Turkish families attending that particular school. It was asked to the Turkish lady why there are no Turkish people attending the meeting, it was answered that Turkish people have a job, and therefore can't attend the meeting. Also she explained that the Turkish know 'everything' already, about Internet and children.

Even though there was plenty of time to ask questions during the presentation, it was noted that a couple of women came to ask questions privately when the presentation was already finished. When asked what the women wanted to learn in order to help their children online, they answered that they wanted to learn how to install filters in their internet browser.

At the end of the meeting, Mira Media passed around two lists for the women to sign. The woman could sign their names and contact details in case they were interested in taking part in language courses or computer classes. It was good to see that the majority of the ladies signed both lists, so motivation did not seem a problem there.

14 may: Primary school de Schakel, Overvecht

Attending: 25 mothers, 3 Turkish. Majority was Moroccan.

Most of the woman attending were Moroccan. The women who were Turkish were sitting next to each other, and talking Turkish together, most of the time. Even though the rest of the ladies spoke Dutch all the time. The Moroccan ladies had quite a few discussions on what rules they set for their children and what happens when the kids violate those rules. It was noted that the Turkish ladies did not participate in these discussions and exchange of opinions.

Moreover, at the end of the meeting, they asked some questions in Turkish to the Turkish employee of Mira Media. The ladies asked some questions regarding sex on the Internet.

19 may: Globe College, secondary school VMBO, Transwijk/Kanaleneiland

Attending: 12 fathers. Majority was Moroccan, some Turkish

This meeting was meant especially for fathers of the kids. The week before was a meeting especially for mothers. However, there were at least 60 mothers attending. The group of fathers was significantly smaller.

The meeting was held to encourage parent involvement. The theme of the meeting was media education. When asked, most of the parents were active on the internet. However, the activities vary greatly. Some fathers only used the internet when highly necessary, or only to use Skype. Others used it for Internet banking and to book holidays as well. Additionally, all the fathers told that they only speak their native language at home.

When presented the statement: “internet is harmful for children”, most of the fathers responded with their opinion about that it depends on how the internet is used, and for what amount of time. Moreover they admitted the fact that their kids can’t live without internet anymore. They use the internet for social contacts, but also to do homework. However, they also stated that setting rules and boundaries is crucial, but it is impossible to forbid the internet, due to the aforementioned reasons.

Finally it was discussed what it means for the children to grow up in the Netherlands, in an Islamic family. The fathers discussed the fact that it is difficult to teach the children the norms and values of the Muslim culture while living in a European culture like the Netherlands.

At the end a Turkish father found it too difficult to speak Dutch, and therefore he switched to Turkish and asked questions in Turkish to a Turkish colleague from Mira Media. The nature of these questions was rather emotional. He described the problems that he had with raising his children in the Netherlands, and asked how to teach his children to be good Muslims, while living in the Netherlands.

8. Limitations

To every research project, there are certain limits connected. That means, also to this one. The first limitation which was encountered is the fact that a lot of data about (media usage of) migrants in The Netherlands is rather old. Especially concerning topics like numbers of people having access to internet or use of social media, gets old fairly quickly. Another limitation of this research project, is that it was not feasible to talk to the target group directly. First, there is the matter of cultural differences that it is not easy to bridge in a short amount of time, and within the scope of a single interview. Moreover, a survey was not an option, since a large part of the target group lacks Dutch language skills. Nevertheless, a survey would only have given quantitative data, rather than the necessary qualitative data. Moreover, conducting a large number of surveys was not realistic regarding the fact that there was only one researcher, and a limited amount of time.

Finally, there have not been any interviews with the target group directly. This might have resulted with the fact that not all possible information is presented in this research project.

9. Reliability and validity of the results

In general, the research project has reached its goal. A recommendation will be presented to the client on how to reach the Turkish target group. Interviews have been conducted and participant observation has been done. The participant observation has been done at three different schools in the neighbourhoods Overvecht and Kanaleneiland, which are the neighbourhoods that are central in this research project. However, there has not been any close contact with the target group. This did not fit the scope of the research, but it might make the results less reliable.

Moreover, there has been a generalisation of the Turkish community in Utrecht. Any individuals who have integrated into the Dutch society very well, have not been taken into account in this research project.

Since this research is a case study of the Turkish community in Overvecht and Kanaleneiland in Utrecht, that means that these results might not apply for all Turkish who live abroad or Turkish migrants in other parts of the Netherlands.

10. Conclusions

In this chapter, the answers of the research questions will be presented. This will be done with data from both the theoretical framework and the data presented in the research results section.

The theoretical question that needs to be answered is: ‘What insights are available from earlier research on migrant integration in the Netherlands, cultural differences and diversity marketing?’

In the theoretical framework can already be read that there are certain aspects from the Turkish culture that might explain why it is harder to reach them, and why they do not take part in computer courses from ‘Digitale Leerplekken Basisvaardigheden’. We can conclude that the main reason why the Turkish do not participate in the projects, is because the Turkish culture is very collectivistic. This means that problems are solved within the community, rather than reaching out for help from (Dutch) organisations. Another reason is that the Turkish culture tends to be avoiding uncertainty. This means that Turkish people tend to avoid situations where they feel insecure. Which is, for example, asking for help and attending new classes where the teacher and or fellow class mates are unknown. Also, when these fellow classmates have majority of another culture, the feeling of uncertainty becomes bigger.

This was observed at the parent meeting at primary school De Schakel. Turkish mothers were attending together, but were sitting together and talking Turkish amongst them. Even though there was a lively discussion going on between the Moroccan mothers, the Turkish were barely participating. Only after the meeting, they approached the partially Turkish employee of Mira Media to ask some questions more privately.

The executive director from Esens and the Turkish psychologist agree with Mira Media, that the Turkish are not well represented regarding participation in Dutch initiatives, in general. The Turkish and Moroccan students from ROC also explain that the group has to be mono cultural, in order for their parents to feel safer. Assuming that these students are not aware of the dimensions of Hofstede, this note about feeling safer in a mono-cultural group does confirm Hofstede’s findings, and also shows that the literature findings are similar to the results from the interviews.

The aforementioned information also helps answering the empirical question: ‘Why do the Turkish migrants in Utrecht participate minimally in Dutch projects?’.

The sub-questions formulated will help answering the central question. These are: ‘What are the characteristics of the Turkish migrants in Utrecht?’, ‘Why are the Turkish migrants not motivated to participate in the project activities?’, and ‘What cultural characteristics influence the motivation’?

From the literature can be learned that the Turkish have a collectivistic culture, and therefore tend to solve problems within their own community. This was also confirmed by the Turkish executive director from Esens and the ROC students. They all indicated that they help out family and friends within their community, and this help also translates into solving computer and language problems. These contacts tend to be from personal networks, and mouth-to-mouth communication about who can solve problems, for example help filling out tax forms. The executive director from Esens explained that Turkish people coming to the Netherlands, also contact people from the same Turkish region who are already living in the Netherlands. This implies that the Turkish feel secure when they know people from their own region already when moving to the Netherlands.

During the participant observation meetings it became clear that the Turkish mums do not participate actively because they either already know ‘everything’ about computers, or indeed solve the problems within their personal networks.

From both the literature and the interviews we can derive that Turkish people are from a collectivistic culture, and tend to follow one leading figure. Therefore it is important that Stichting Mira Media tries to find these key figures, in order to reach a larger part of the Turkish community.

From this research it can be concluded that the Turkish are integrated into the Netherlands only to a certain extent, mainly focused on their own community. The Turkish have learned to ‘survive’ in the Netherlands on their own. Examples of this are that they have their own food shops, funeral insurance company and know who to turn to with problems, within the Turkish community. The Turkish solve any problems they have within their own community, and therefore have less motivation to integrate into the Dutch society. Therefore, it seems like no surprise that it is difficult for Dutch organisations to reach the Turkish community, and why the Turkish do not reach out to Dutch organisations who might help solve their problems. It can also be concluded, that following one leading figure in the community can stagnate the integration process, which is presented in the theoretical framework.

Language is also a key reason why the Turkish participate minimally in the Dutch project. Many Moroccan people do not have a written language –Berber- and are therefore more likely to reach for the Dutch language. The Turkish can manage with their own language and writing, and are therefore less eager to learn Dutch. Some of the Turkish people who were attending the meetings did indicate that they had a hard time following the conversation in Dutch, and often needed translation. These people were the parents in the schools that very visited for the participant observation.

The project manager from ‘Taal Doet Meer’ explained that part of the students who are taking language courses at ‘Taal Doet Meer’ also have problems with the computer, so it can be concluded that these problems are closely related. This is also what the ‘Digital Participation Ladder’ presents in the project plan ‘Digitale Leerplekken Basisvaardigheden’. One first needs to be literate in order to become a returning user of an online service. Not all Turkish migrants are illiterate, but this ‘Digitale Participation Ladder’ implies that language is important when becoming active digitally.

Finally, the answer needs to be presented of the analytical research questions: “How can the project partners promote the project ‘Digitale Leerplekken Basisvaardigheden’ to Turkish migrants in Utrecht?” The sub-questions for this central question are the following: “What would motivate potential participants to take part in computer and language courses?” and “What specific marketing activities need to be executed in order to attract Turkish migrants?”

When executing marketing activities it needs to be kept in mind that the Turkish tend to follow a leading figure. Also, due to the low-literacy and little Dutch skills amongst the migrants, it needs to be taken into account that a lot of marketing needs to be done via ‘mouth-to-mouth’. This is also because the groups’ opinion is considered important within the Turkish community. Therefore it is important that the different groups and networks within the Turkish community are identified.

Just like the executive director from Esens, the theory suggest that the problem would solve itself over time. However, looking at the plans from the Dutch government that will not be in time. Therefore, the current situation still gives a problem for Mira Media and the project partners. Therefore, in order to speed up the integration process especially regarding language and computer skills, it is key for the client to follow up the strategic advice which follows this conclusive chapter.

To finalize, in general, the findings of the empirical research are in line with the findings from the literature.

11. Advice

This chapter presents the strategic advice which the researcher gives to Stichting Mira Media. The recommendations are based on the conclusions from the previous chapter. The main problem of the client is that it is difficult to reach the Turkish community in Utrecht to take part in media projects, such as ‘Digitale Leerplekken Basisvaardigheden’. Thus, the question needs to be answered: How can the project partners promote the project ‘Digitale Leerplekken Digitale Basisvaardigheden’ to Turkish migrants in Utrecht? In this chapter, a strategy follows. It is important to follow the steps in order to attract more Turkish migrants in the media projects of ‘Digitale Leerplekken Basisvaardigheden’

Step 1: Find the key figures

The Turkish culture is rather collectivistic, and in Utrecht, several examples have been presented where there is a small entrepreneurial number of Turkish people who take the lead. This people have the capability for being important key figures of the Turkish community. Examples of these are the funeral insurance company, the Turkish shop owners, or the mainly Turkish GGZ organisation Esens. Also, the Mosque is a central place where Turkish people gather. The Mosque already has a leading figure to which a lot of people listen, namely the Imam.

The key figures should be a part of thinking of how to reach the people in their community. Mira Media has already done this through mobilising mothers from the schools that have been part of the project. However, professionals should also be approached. The executive director from Esens has offered to help, to try to reach for the Turkish community through his organisation. More importantly, these key-figures can help to understand the needs from the group. This way, the courses and classes can be adapted according to the needs of the Turkish migrants in need of classes in order to improve their language and/or computer skills.

Step 2: Find the Turkish community

It is noticed that the current infrastructure does not work for finding the Turkish people in Utrecht. It might be sensible to try finding the Turkish community in different places, than has been used before. For example the aforementioned Turkish shops, or Turkish organisations in Utrecht. Moreover, the Turkish community is in general quite active at the Mosque. This would be a suitable place to find and reach a large part of the Turkish community.

The Turkish mosque in Kanaleneiland is the Eyup Sultan Camii Mosque (www.eyupsultanutrecht.nl). The website of this Mosque is in Turkish, which indicates that the Turkish language is important when communicating with this community.

The Stichting Islamitisch Centrum Nederland (Foundation for Islam Centre the Netherlands) (www.sicn.nl) is located south of Overvecht. Judging from the website, this is a Turkish oriented foundation. However, they have a lot of contact with different organisations which are connected to the Islam.

These institutions were found on www.moskeewijzer.nl. This website will be helpful in order to find the Turkish mosques in Utrecht. Not only in Overvecht and Kanaleneiland but also in other neighbourhoods in Utrecht, for when the project might expand in the future.

Step 3: Turkish Media

This can be done through Turkish media, since a lot of people in the Turkish community watch Turkish TV channels or consult other Turkish media. According to the executive director from Esens, many Turkish people have a satellite in order to receive Turkish channels on their television in The Netherlands. Also, when looking at the houses in Kanaleneiland and Overvecht it can be observed that many inhabitants of these neighbourhoods have a satellite connected to their houses.

Step 4: Turkish employees

Since the Turkish community is close, and people from their own background are trusted the most, there need to be more Turkish employees for the project partners of 'Digitale Leerplekken Basisvaardigheden'. The first step has been taken within Mira Media. However, the project partners should also try to do this. Try to acquire new employees through the key-figures. They know the community, and might know people who would be interested in working with Mira Media and 'Digitale Leerplekken Basisvaardigheden'.

Step 5: Turkish volunteers

In order for the previous step to be more effective, other project partners should try to acquire Turkish volunteers who can become key figures and motivate the Turkish community in Utrecht to take part in the project. Even though this has already been happening in the group of mothers, it is important to keep continue the search, also outside of the schools. The way it has been done in the schools is an excellent method. It was interesting to see that the mothers

became very enthusiastic and motivated to include more people in the subjects they were interested in.

Step 6: Turkish language

Since the Turkish community communicates mainly in Turkish, it is key to reach out for the Turkish community in the Turkish language. Several Turkish participants needed translation, or found it hard to follow the meetings which were held in Dutch.

Even though the Dutch primary schools cannot target the Turkish parents in the Turkish language because of their language policy, Mira Media would be able to offer services in Turkish. If the two previous steps have been well executed within the organisation, it should also not be a problem to translate educational materials into Turkish, and have the meetings in Turkish. These activities in Turkish should be separate from the schools. However, promotion of these Turkish communities can be done through the schools, since they are in close contact with many Turkish migrants.

Step 7: Keep mono-cultural groups

Even though Mira Media aims to stimulate integration, it will sometimes be necessary to have mono-cultural groups when teaching computer and language skills to the migrants.

When they have acquired these skills, they can integrate more easily and over time get in touch with the Dutch culture and people. It will be much easier to integrate in the Dutch society when having learned the language.

When working with people from a Turkish cultural background, it is important to keep in mind the main cultural differences. These are, as mentioned before, power distance and individualism. Turkish people will feel safer in a mono cultural group. Therefore, it might be a good idea to have special Turkish groups for teaching media education, the Dutch language or computer courses. What also needs to be taken into account, is that Turkey scores very high regarding uncertainty avoidance. Therefore, it is key to give Turkish people as much structure and security as possible.

Also, as mentioned in the theory and the interviews, when language skills are not sufficient, there is no use for texts or other promotional materials with texts. Therefore it is key to use visual materials and oral promotion.

12. References

Centraal Bureau voor Statistiek (2013a) Beroepsbevolking; behaalde onderwijs naar herkomst geslacht en leeftijd, 12 December 2013 retrieved from

<http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/default.aspx?VW=T&DM=SLNL&PA=71822NED&D1=0&D2=a&D3=0&D4=1%2c3-9&D5=0-2%2c4%2c8-10&D6=0&D7=l&HD=081216-1451&HDR=T%2cG6%2cG2%2cG5%2cG3&STB=G1%2cG4> on 20 May 2014

Centraal Bureau voor Statistiek (2013b) Bevolking; generatie, geslacht, leeftijd en herkomstgroepering, 1 januari retrieved from

[http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=37325&D1=a&D2=0&D3=0&D4=0&D5=0-4,137,152,220,237&D6=0,4,9,\(l-1\),l&HD=130605-0936&HDR=G2,G1,G3,T&STB=G4,G5](http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=37325&D1=a&D2=0&D3=0&D4=0&D5=0-4,137,152,220,237&D6=0,4,9,(l-1),l&HD=130605-0936&HDR=G2,G1,G3,T&STB=G4,G5) on 21 March 2014

Centraal Bureau voor Statistiek (2014) Bevolking; ontwikkeling in gemeenten met 100 000 of meer inwoners retrieved on 4-8-2014 from

<http://statline.cbs.nl/StatWeb/publication/?VW=T&DM=SLNL&PA=70748ned&D1=23&D2=a,!l&HD=140804-1352>

The Hofstede Centre, Country Comparison. Retrieved on 12-2-2014 from <http://geert-hofstede.com/countries.html>

Crul, M & Doornik, J (2003) The Turkish and Moroccan Second Generation in the Netherlands: Divergent Trends between and Polarization within the Two Groups.

International Migration Review, Vol. 37, No. 4, The Future of the Second Generation: The Integration of Migrant Youth in Six European Countries (Winter, 2003), pp. 1039-1064. The Center for Migration Studies of New York, Inc.

Dandy, J. (2009) Refugee and Migrant Integration: Examining the discourse of the dominant. Tamara Journal of Critical Organisation Inquiry, volume 8, Issue 8.2 p. 225-233.

European Integration Fund. Retrieved from http://ec.europa.eu/dgs/home-affairs/financing/fundings/migration-asylum-borders/integration-fund/index_en.htm on 4-8-2014

Hack-Polay, D.D. (2008) Migrant Integration: Case for a Necessary Shift of Paradigm. Journal of Identity and Migrant Studies, volume 2, number 1. P.37-57.

Hofstede, G and Hofstede, G.J. (2005) *Cultures and Organizations. Software of the Mind*. McGraw-Hill New York

Kurvers, J (2013) Consequences of the Dutch integration policy: literacy as entrance criterion. Jyväskylä Studies in Humanities vol. 208 p. 145-163

Maxwell, R. (2010). Evaluating Migrant Integration: Political Attitudes Across Generations in Europe. International Migration Review, volume 44, number 1. P.25-52.

Media4Me, (2012). Allochtone ouders en de digitale generatiekloof. Retrieved from:

<http://www.miramedia.nl/media/file/Brochure-definitief.pdf>

Moskeewijzer, retrieved from www.moskeewijzer.nl on 14 August 2014.

Nunez, C, Mahdi, R & Popma, L 2009. Intercultural Sensitivity 2nd edition. Assen: Van Gorcum

Payne, A, & Frow, P (2005) A Strategic Framework for Customer Relationship Management. Journal of Marketing: October 2005, Vol. 69, No. 4, pp. 167-176.

Plasterk (2013). Visiebrief digitale overheid 2017. Retrieved on 6-2-14 from <http://www.rijksoverheid.nl/documenten-en-publicaties/kamerstukken/2013/05/23/visiebrief-digitale-overheid-2017.html>

Sadiqi, F (2006) The gendered use of Arabic and other languages in Morocco. Published in Perspectives on Arabic Linguistics. John Benjamins Publishing Company, Amsterdam/Philadelphia

Snel, E, Engersen, G & Leerkes, A. (2006). Transnational involvement and social integration. Global Network volume 3, number 3, p. 265-284.

Saunders, M, Lewis, P & Thornhill, A. (2009) Research methods for business students 5th edition. Pearson Education Limited Harlow.

Taal Doet Meer. Retrieved from www.taaldoetmeer.nl on May 1st 2014

Usunier, J & Lee, A (2005) Marketing Across Cultures 4th edition. Pearson Education Limited Harlow.

Verschuren, P. & Doorewaard, H. (2010). Designing a Research Project. Second Edition. Den Haag: Eleven International Publishing

Visie en Werkwijze, (2013). Retrieved from Mira Media: <http://www.miramedia.nl/over-mira-media/visie-en-werkwijze.htm>

13. Appendix

13.1. Project plan Digitale Leerplekken Basisvaardigheden

Algemeen

De digitalisering van informatievoorziening en dienstverlening in de maatschappij is in volle gang. Instellingen, overheden en bedrijven kiezen steeds vaker voor het digitale kanaal in communicatie met de burger, cliënt en/of consument. De landelijke overheid wil zelfs in 2017 haar volledige communicatie en informatie aan de burger digitaal afhandelen. Het is een ontwikkeling die onomkeerbaar is. Een andere ontwikkeling, met name bij de overheid, is het uitgangspunt dat mensen zelf verantwoordelijk zijn voor de organisatie van zorg, werk en inkomen. Voor noodzakelijke gevallen wordt een vangnet gecreëerd, maar eerst wordt gekeken naar een mate van zelforganisatie van mensen en hun relaties in de eigen leefomgeving.

Om een weg te kunnen vinden in de organisatie van essentiële levensbehoeften, hebben burgers vandaag de dag basisvaardigheden nodig, op het gebied van taal, rekenen, digitale middelen en op het sociale vlak.

En waar deze niet in voldoende mate worden beheerst, moeten mensen de kans krijgen om zich deze vaardigheden eigen te maken. Liefst in de eigen omgeving.

De digitale participatieladder

Uit onderzoek¹ blijkt dat er nu reeds sprake is van een kloof tussen burger en digitale dienstverlening. Het overgrote deel (ruim 90%) van de burgers heeft weliswaar toegang tot het internet, maar de beschikking over een computer en internet betekent niet automatisch dat men ook zijn weg op het internet kan vinden. Voor de meer complexe handelingen, zoals het gericht zoeken en evalueren van informatie, het kunnen uitvoeren van transacties, schort het aan de daarvoor benodigde vaardigheden. Vaak gaan beperkte taalvaardigheid en een gebrek aan digitale vaardigheden met elkaar gepaard. Dit geldt vooral voor burgers die laaggeletterd en laagopgeleid zijn (autochtoon en allochtoon). Maar ook voor mensen die wat stimulans en ervaring nodig hebben in het omgaan met de computer en het communiceren via digitale media.

Voorwaarden voor optimaal internet gebruik

Mensen nemen internetdiensten alleen digitaal af als ze beschikken over enkele materiële zaken en over de juiste vaardigheden. De digitale participatieladder helpt om dit in beeld te brengen:

¹ Yvette Bommeljé Peter-August Keur, PblQatie nr. 41

De treden van de ladder volgend moet aan verschillende voorwaarden voldaan worden voordat de burger voor dienstverlening het digitale kanaal kiest:

- ## De Utrechtse situatie

Utrecht kent 26.000 laaggeletterden (zo'n 8 % van alle Utrechters) en een nog groter aantal inwoners dat te weinig basisvaardigheden heeft om optimaal van het groeiende digitale aanbod gebruik te maken. Gemeente Utrecht geeft in haar nota *herijking volwasseneducatie*² aan dat taal de basis vormt voor participatie door burgers in de samenleving en noemt hiernaast digitalisering van overheidsdiensten als aandachtspunt voor de huidige beleidsperiode.

Met inzet van vrijwilligers wordt momenteel door de samenwerkingspartners samen met de alliantiepartners van “Taal voor het Leven”³ in educatieve projecten, zoals ‘Taalcoach in de Bieb’ en ‘Taal & Meer’ in Utrechtse wijken hard gewerkt aan de verbetering van taalvaardigheden van deze groepen (trede 1 digitale participatieladder). Om dit aanbod te verbeteren en beter op elkaar af te stemmen wordt door de Bibliotheek Utrecht en de Stichting Lezen en Schrijven samen met de alliantiepartners vormgegeven aan Taal Informatie Punten (TIP) in de Bibliotheek. Vanuit een TIP bieden front office medewerkers van de bibliotheek laaggeletterden en wegwijzers⁴ ondersteuning bij het raadplegen van de Taalkaart en geven zij informatie aan laaggeletterden over het aanwezige educatieve aanbod. Deze werkwijze wordt door de samenwerkende partners als prettig ervaren. Een ieder neemt haar of zijn

⁴ Wegwijzers zijn vrijwilligers, getraind om laaggeletterden te ondersteunen bij een taaltraject (zij helpen op basis van een intake met de keuze voor het juiste aanbod).

verantwoordelijkheid in het proces en hierdoor ontstaat een keten van aanbod en doorverwijzing waarmee bezoekers op maat geholpen kunnen worden. Het lijkt dan ook een logische vervolgstap om nu ook andere elementaire basisvaardigheden in het repertoire op te nemen. Het opbouwen van vaardigheden gaat immers hand in hand.

Er bestaat in Utrecht geen wijkgericht overzicht van plaatsen met laagdrempelige toegang tot internet (trede 2 digitale participatieladder) waar Utrechters individueel en begeleid gebruik kunnen maken van digitale overheidsdiensten en of educatieve programma's. De Bibliotheek Utrecht biedt met 14 vestigingen in de hele stad laagdrempelige toegang tot internet voor iedereen in de eigen leefomgeving. Het UWV biedt op twee plaatsen in de stad beperkt toegang met begeleiding tot Werkplein.nl en banken bieden toegang tot eigen bank programma's in de bankfilialen. Het cursusaanbod digitale vaardigheden voor "kwetsbare groepen" (trede 3) beperkt zich, mede vanwege de bezuinigingen in de afgelopen jaren, vrijwel tot de Computerwijk cursussen van Wijkbedrijf Utrecht, het aanbod van Seniorweb en het "Samen Online" project van de Vrijwilligerscentrale Utrecht en ROC MN.

De Bibliotheek Utrecht, Mira Media, Taal Doet Meer, Stichting Lezen & Schrijven en het Wijkbedrijf hebben, gestimuleerd door een subsidie van het Europees Integratie Fonds, het initiatief genomen voor aanvullen van de taalstructuur met een aanbod basisvaardigheden in 2 Utrechtse wijken (Overvecht en Kanaleneiland). In de projectperiode juni 2013 tot medio juni 2015 is een EIF-subsidie⁵ beschikbaar voor het project Digitale Leerplekken Basisvaardigheden in de wijken Overvecht en Kanaleneiland. Conform subsidievoorwaarden worden extra inzet gepleegd om migranten te bereiken en wordt het bereik van deze groep apart geregistreerd.

Doelstelling

Het project Digitale Leerplekken Basisvaardigheden (DLB) heeft tot doel de taalstructuur uit te breiden met andere basisvaardigheden uit het programma oefenen.nl om op basis van de individuele behoefte van wijkbewoners ondersteuning te bieden in deze vaardigheden dicht bij de doelgroep.

Aan het einde van de projectperiode maken deelnemers meer gebruik van digitale oefenmogelijkheden en kunnen zij na afloop van cursussen hun vaardigheden blijven oefenen, waardoor zij beter toegerust kunnen participeren in de maatschappij.

Het project kent meerdere projectonderdelen, met eigen deeldoelstellingen. De uitwerking van die onderdelen vindt plaats in werkgroepen.

⁵ Subsidie uit het Europees Integratie Fonds (cofinanciering).

Doelgroep

Het project richt zich op wijkbewoners in Overvecht en Kanaleneiland die over onvoldoende basisvaardigheden beschikken voor het gebruik van online (overheids-)diensten en hierdoor worden belemmerd in hun maatschappelijke participatie (zelfredzaamheid). In het gemeentebestuur wordt de doelgroep laaggeletterden als kern genoemd bij de ontwikkeling van volwassen educatie. Vanuit de subsidie EIF ligt de focus op de doelgroep migranten. Deze doelgroepen hebben in het project bijzondere aandacht, maar gezien het publieke karakter van de locaties worden andere doelgroepen in het project niet op voorhand uitgesloten.

Hiernaast richt het project zich op vrijwilligers. Zij moeten wijkbewoners ondersteunen in het opdoen van vaardigheden. De vrijwilligers uit de taaltrajecten zullen een module aangeboden krijgen over basisvaardigheden, de vrijwilligers van het Wijkbedrijf wordt een module taalvaardigheid aangeboden en hiernaast zullen nieuwe vrijwilligers worden geworven en getraind.

Samenwerkingspartners en rollen

Belangrijke partners in de uitvoering zijn De Bibliotheek Utrecht, Taal Doet Meer, Stichting Lezen en Schrijven en het Wijkbedrijf. Hiernaast wordt samengewerkt met Utrechtse organisaties op het vlak van welzijn, onderwijs en zorg in de wijken Overvecht en Kanaleneiland. De rollen van de stuurgroep partners worden hieronder kort uitgewerkt.

De Bibliotheek Utrecht (dbu) is formele aanvrager, coördinator en penvoerder voor het gezamenlijke project van deze partners. De meeste activiteiten vinden in of vanuit de wijkbibliotheken plaats. De projectleider is verantwoordelijk voor de coördinatie van het project en draagt zorg voor de aansluiting van het project op het educatie beleid van de gemeente Utrecht. Ook regelt Voor de Bibliotheek Utrecht de financiële administratie en wordt toezicht gehouden op uitvoering van de projectadministratie door Mira Media.

Stichting Taal Doet Meer (TDM) is verantwoordelijk voor het management van de taalvrijwilligers die actief zijn binnen het project. Zij organiseren de bezetting/bemensing van de basisstructuur (TIP/TOP). TDM draagt in het project bij aan de ontwikkeling van de werkstructuur (inpassing in TIP/TOP) en het aanbod. Vanuit het taalnetwerk worden deelnemers en vrijwilligers ingebracht. Samen met St. Lezen & Schrijven en het Wijkbedrijf worden trainingen ontwikkeld en uitgevoerd.

Stichting Lezen en Schrijven (L&S) draagt bij aan het vooronderzoek en het uitwerken van de ketenstructuur vanuit de ervaringen met Tip Top Taal. Ook is L&S verantwoordelijk voor de methodiek (afstemming van het aanbod op de vraag), de ontwikkeling van de training voor vrijwilligers (technisch en methodisch) en de integratie van www.oefenen.nl in de taaltrajecten. L&S regelt de projectmonitoring en evaluatie.

Het wijkbedrijf (WB) biedt een cursusaanbod dat is gericht op digitale vaardigheden. In de werkgroep ontwikkeling en afstemming aanbod zal bekeken worden of en hoe zo ja, hoe dit aanbod verder gedifferentieerd moet worden op de behoefte van de deelnemers. WB is betrokken bij de ontwikkeling van de ketenstructuur en de methodiek van werken in het project. WB is mede verantwoordelijk voor het werven, trainen en managen van vrijwilligers voor digitale vaardigheden in het project. Het Wijkbedrijf verzorgt ook het management van

de vrijwilligers voor dit aanbod.

Mira Media (MM) ondersteunt het proces vanuit haar rol van “makelaar digitale ontwikkeling” in de Utrechtse wijken. Mira Media beheert de projectorganisatie (administratie van deelnemers & uren registratie personeel), levert met de partners een bijdrage in de inhoudelijke EIF interim- en eindverslagen en bewaakt de subsidievoorwaarden EIF. MM ondersteunt in de contacten met de subsidiegever en realisatie van de EIF rapportages. In de uitvoeringsfase (vanaf juni 2014) heeft Mira Media een rol als procesmanager. Deze rol en de verhouding met de taken en verantwoordelijkheden van de projectleider, worden in een bijlage uitgewerkt.

In het project wordt nauw samengewerkt met Utrechtse organisaties op het vlak van welzijn, onderwijs en zorg in de wijken Overvecht en Kanaleneiland. Ook vindt afstemming plaats met gemeentelijk beleid, o.a. op het gebied van volwassen educatie publieksdienstverlening. Hiernaast worden soortgelijke ontwikkelingen in andere Nederlandse steden gevolgd en vindt uitwisseling plaats met betrokkenen van die projecten.

De aanpak

In het project wordt gewerkt vanuit verschillende projectonderdelen met ieder een eigen tijdpad. De uitwerking van de projectonderdelen vindt plaats in werkgroepen. Hieronder volgt een uitwerking per projectonderdeel. Een verdere uitwerking van de werkgroepen (tijdpad en resultaten) is in de bijlage opgenomen.

Projectonderdeel 1: Inrichting van de projectorganisatie

september 2013 – april 2014

resultaat projectonderdeel: een projectorganisatie & veldonderzoek als onderlegger voor het aanbod

De projectorganisatie DLB bestaat uit een stuurgroep, projectleiding en een projectgroep. In de stuurgroep zijn vertegenwoordigd de Bibliotheek Utrecht, Mira Media, Taal Doet Meer, Stichting Lezen en Schrijven en het Wijkbedrijf. Het projectleiderschap wordt ingevuld door een medewerker van de bibliotheek en een medewerker van Mira Media (tijdelijk). In de projectgroep nemen medewerkers plaats van de stuurgroep organisaties. Een organogram van de projectorganisatie is als bijlage opgenomen.

Digitale Leerplekken Basisvaardigheden heeft een ketenaanpak⁶ voor ogen waarbij zoveel mogelijk gebruik gemaakt wordt van bestaande instellingen en mogelijkheden. Er wordt gestreefd naar een structuur die ook na de projectperiode kan blijven bestaan. Wel moet rekening gehouden worden met de EIF subsidievoorwaarden, zoals die in de subsidieaanvraag⁷ zijn benoemd.

Het project wordt afgesloten met een stedelijke conferentie waar de resultaten en de ervaringen met andere wijken en instellingen worden gedeeld en een plan voor een gemeentelijke uitrol wordt gepresenteerd.

Projectonderdeel 2: Inrichting van een aanbod

maart 2014 – juni 2014

Resultaat projectonderdeel: een startklaar project

⁶ aansluitend op de taalstructuur Tip Top Taal

⁷ De subsidieaanvraag is als bijlage bijgevoegd.

Het inrichten van een ketenstructuur met een aanbod dat is toegesneden op de individuele gebruiker vraagt een goede voorbereiding. In drie werkgroepen zal die voorbereiding ter hand genomen worden. Hierbij wordt de uitvoeringsstructuur, de methodiek en het ontwikkelen van de basiscursus digitale vaardigheden opgepakt door de werkgroep ontwikkeling en afstemming aanbod. De werkgroep wijkgericht uitvoerend aanbod zal zich richten op het samenwerkingsnetwerk in de wijk en de wijze waarop het aanbod – indien gewenst- op verschillende locaties kan worden uitgerold. De werkgroep communicatie bereidt de communicatie, promotie en de fysieke zichtbaarheid van het project voor. Deze werkgroep zal ook gedurende de uitvoeringsperiode blijven bestaan voor de uitvoering van het communicatieplan.

Bij de ontwikkeling van het aanbod voor toerusting van digitale competenties wordt aangesloten bij het bestaande aanbod: Taal Informatiepunten; taal inloopbijeenkomsten; cursus werken met de e-overheid; leesgroepen; computerinloop; tabletcafés; cursus aanbod digitale basisvaardigheden en computercursussen van het Wijkbedrijf. In de wijkbibliotheek en op enkele andere openbare ruimtes zijn computers beschikbaar waar bezoekers al dan niet begeleidt door geschoolde vrijwilligers, toegang tot oefenen.nl wordt geboden, zodat men ook kan oefenen.

Projectonderdeel 3: Werving, training en management van vrijwilligers

maart 2014 – juni 2015

Resultaat: voldoende geschoolde begeleiders voor de activiteiten

Een succesvolle uitvoering van het project vraagt om maatwerk, ook bij het werven en de ondersteuning van vrijwilligers. Deelnemers kampen niet alleen met een taalachterstand en onvoldoende digitale vaardigheden, maar hebben vaak ook andere problemen. Veel educatief medewerkers en vrijwilligers hebben moeite om on line lesmateriaal en digitale vaardigheden in hun lessen te verwerken en migranten in de on line educatieve omgeving te introduceren en te begeleiden. Het werven en trainen van geschikte en betrokken professionals en vrijwillige begeleiders is daarom van essentieel belang. De werkgroep werving, training en management van vrijwilligers pakt deze taak op. Er worden hiervoor samen met de Vrijwilligerscentrale nieuwe vrijwilligers geworven.

Projectonderdeel 4: Uitvoering van het aanbod & inrichting en onderhoud van laagdrempelige computerplekken

Juni 2014 – juni 2015

Resultaat: een aanbod basisvaardigheden op laagdrempelige plekken in de wijken Overvecht en Kanaleneiland & de monitoring van het gebruik hiervan met een minimale geregistreerde deelname aan dit aanbod, conform subsidieaanvraag EIF⁸.

In deze fase van het project wordt het aanbod op locaties uitgevoerd. Waar mogelijk wordt gebruik gemaakt van bestaande computerfaciliteiten. De projectlocaties hebben een herkenbare uitstraling, aanpak en sfeer. Op de computer(s) in de projectlocaties wordt toegang geboden tot oefenen.nl. Binnen deze leeromgeving kunnen zelfstandig diverse basisvaardigheden worden geoefend. De locaties zijn ook geschikte plekken voor

⁸ Zie bijlage voor projectresultaten conform subsidieaanvraag EIF.

taalcoaches/taelvrijwilligers om samen met hun “cursist” taal- en basisvaardigheden op de computer te oefenen en voor (oud)deelnemers aan de lopende educatieve projecten van alliantiepartners die hier zelfstandig hun “huiswerk” kunnen maken of na afloop van de cursus hun vaardigheden kunnen blijven oefenen.

Begroting

Aanleiding voor het project vormt een subsidie vanuit het Europees Integratiefonds. Deze (co-)financiering maakt het mogelijk om Digitale Leerplekken Basisvaardigheden in 2 pilotwijken uit te werken. Een verdere uitrol is bij succes natuurlijk gewenst.

Bijlagen:

1. Rollen projectleider en procesmanager
3. Uitwerking projectonderdelen per werkgroep
5. Projectresultaten conform subsidie EIF

Bijlage 1: Rollen projectleider en procesmanager

De **projectleider** is verantwoordelijk voor de totale coördinatie van het project

Taken en activiteiten projectleider:

- secretaris van de stuurgroep
- aansturing projectgroep leden en procesmanager
- afstemming met sleutelfiguren in de Bibliotheek Utrecht
- aansturing van
 - financiële administratie
 - projectadministratie
 - medewerkers monitoring en evaluatie (samen met Stichting Lezen & Schrijven)
- ontwikkelen aanbod
- contacten met de stedelijke- en wijkgerichte partners
- bewaking van uitvoering projectplan en planning
- verzorgen van de inhoudelijke/financiële tussentijdse- en eindverslagen (ism de procesmanager)

Voor de uitvoering van project worden met de uitvoerende samenwerkingspartners per onderdeel 'werkgroepen' gevormd:

1. Ontwikkeling en afstemming aanbod
2. Werving, training en management vrijwilligers
3. Communicatie
4. Inrichting en onderhoud laagdrempelige computerplekken
5. Wijkgericht uitvoerend aanbod

De werkgroepen worden aangestuurd door de projectleider, daarbij begeleidt door de **procesmanager**.

Taken en activiteiten procesmanager:

- vormgeven van de projectorganisatie (samen met de projectleider);
- inwerken en begeleiden van de nieuwe projectleider;
- klankbord voor projectleider (en mogelijk uitvoerende medewerkers);
- begeleiding en opzet financiële administratie m.b.t. EIF-projectadministratie (incl. urenadministratie);
- verzorgen van de inhoudelijke/financiële EIF-interim- en eindverslagen;
- zorgdragen voor de financiële continuïteit van het project;
- volgen en signaleren van nieuwe beleidsontwikkelingen
- contacten opbouwen/ onderhouden met belanghebbende partijen op uitvoeringsniveau
- contactpersoon evaluatie en monitoring van het project
- vliegende keep.

Bijlage 3: Uitwerking projectonderdelen op werkgroepniveau

In deze bijlage worden de projectonderdelen verder uitgewerkt met betrokkenen, een tijdpad en resultaten. Waar mogelijk wordt dit per werkgroep uitgewerkt.

Projectonderdeel 1: Inrichting van de projectorganisatie

september 2013 – april 2014

resultaat projectonderdeel: een projectorganisatie & veldonderzoek als onderlegger voor het aanbod

Doelstellingen projectorganisatie

- Het organiseren van een ketenaanpak met samenwerkingsorganisaties, waarbij wordt aangesloten op de structuur voor taalondersteuning die in 2013 is opgezet (Tip Top Taal in Utrecht).
- Heldere organisatie en communicatiestructuur, met duidelijke rollen en verantwoordelijkheden.
- Presentatie van de projectresultaten en een plan voor continuering op een stedelijke conferentie aan het einde van de projectperiode.

Resultaten

- onderzoek en veldwerk; inventariseren van behoefte/doelgroepen in pilotwijken, inventariseren bestaand aanbod digitale vaardigheden, inventariseren locaties / vindplekken, analyse wijknetwerk & belangrijke samenwerkingspartners.
- opzetten projectorganisatie; projectplan, projectstructuur, begroting, samenwerkingsafspraken.

De resultaten van dit projectonderdeel worden op 25 maart 2014 in de Stuurgroep bekrachtigd.

Projectonderdeel 2: Inrichting van een aanbod

maart 2014 – juni 2014

Resultaat projectonderdeel: een startklaar project

Wergroep ontwikkeling en afstemming aanbod

Deelnemers: Stichting Lezen & Schrijven, Taal Doet Meer, Wijkbedrijf, Mira Media, de Bibliotheek Utrecht

Het inrichten van het aanbod wordt gebaseerd op onderzoek en veldwerk. Vanuit deze informatie wordt een methodiek ontwikkeld. Doelgroepen worden benoemd en het gewenste aanbod wordt hierbij in kaart gebracht en – in dien gewenst – verder doorontwikkeld. Ook zal gekeken worden naar de inzet het online oefenmateriaal; www.oefenen.nl en het monitoren van deelnemers en het gebruik c.q. de voortgang. De werkgroep ontwikkeling en afstemming aanbod zal dit vraagstuk gaan uitwerken. Vanuit de ervaring met de taalkaart en het aanbod

dat hierop is ingericht wordt nu breder ingezet op basisvaardigheden en doelgroepen die hier behoefte aan hebben.

Resultaten:

- formuleren van eenduidige methodiek; omschrijving van doelgroepen, het aanbod, de werkwijze en de monitoring (o.a. afstemmen van het licentiebeleid ism E-TV en onderzoeken van de mogelijkheid van de realisatie van een gratis oefen pas voor de doelgroep, gekoppeld aan een unieke inlog code)
- advies over inpassing hiervan in de taalstructuur
- ontwikkelen van basiscursus(sen) digitale vaardigheden

Werkgroep wijkgericht uitvoerend aanbod

Deelnemers: Taal Doet Meer, Wijkbedrijf, Mira Media, De Bibliotheek Utrecht

Om te komen tot een eenduidig wijkgericht moeten samenwerkingsverbanden op wijkniveau gevormd worden en zal afstemming moeten plaatsvinden over doel , doelgroep en aanbod. De werkgroep wijkgericht uitvoerend aanbod zal hiertoe acties ondernemen. Vanuit het veldwerk wordt het wijknetwerk in kaart gebracht. Ook wordt een inventarisatie gemaakt van de ontmoetingsplaatsen van de doelgroep in de wijk, de zogenaamde vindplekken en van aanwezige computerlokalen en plekken in de wijk. Ook wordt geadviseerd over aanvullende locaties⁹ waar een aanbod kan worden aangeboden (op basis van vraag en mogelijkheden). En wordt dit aanbod na besluitvorming uitgevoerd.

Hiernaast zal deze werkgroep zich richten op uitvoering van het reeds bestaande aanbod. Indien er aanpassingen nodig zijn voor uitvoering van dit aanbod conform subsidievoorwaarden EIF worden die opgepakt. Verder wordt met samenwerkingspartners gekeken naar aanvullende wensen en worden die wanneer mogelijk ontwikkeld.

Resultaten:

- inrichten van een wijkgericht netwerk voor Digitale Leerplekken Basisvaardigheden
- afstemming in het netwerk over de mogelijkheden vanuit het project
- sleutelfiguur in netwerk (sociaal makelaar) informeren en afspraken maken over zijn/haar rol (vraag ophalen en eigen kracht mobiliseren op wijkniveau, maar ook informeren over dit project)
- bepalen van aanvullende locaties voor het aanbod Digitale leerplekken Basisvaardigheden
- inventariseren bestaand aanbod en deze conform subsidievoorwaarden inrichten (monitoring en communicatie)
- kansen voor aanbod basisvaardigheden signaleren en indien gewenst hierop aanbod ontwikkelen

Werkgroep Communicatie

Deelnemers: Mira Media, de Bibliotheek Utrecht

⁹ Een aanvullende locatie is een nieuwe plek, die nog niet wordt gebruikt door projectpartners.

Ieder project valt of staat met goede communicatie. De werkgroep communicatie heeft allereerst tot doel om een communicatieplan te ontwikkelen voor zowel de interne als externe communicatie van het project. De planning en uitvoering van dit plan hoort ook tot de taken van de werkgroep communicatie. Om tot goede afstemming met de doelgroep te komen, wordt een klankbordgroep opgezet. Hiernaast werkt de werkgroep communicatie aan promotie en zichtbaarheid van het project.

Resultaten:

- naam project en eenduidige communicatie(middelen) over het project
- inbedden van project in de bibliotheek organisatie
- ontwikkelen van promotie- en communicatieplan
- lanceren van het project in Utrecht (Week van de Alfabetisering?)
- ontwerpen van een uniforme herkenbare omgeving
- opzetten klankbordgroep vanuit de doelgroep

Projectonderdeel 3: Werving, training en management van vrijwilligers

maart 2014 – juni 2015

Resultaat: voldoende geschoolde begeleiders voor de activiteiten

Werkgroep werving, training en management van vrijwilligers

Deelnemers: Stichting Lezen & Schrijven, Taal Doet Meer en Wijkbedrijf

De training van de nieuwe vrijwilligers wordt opgezet gecoördineerd door de medewerkers van Het Wijkbedrijf, Taal voor het Leven en Taal Doet Meer. Het Wijkbedrijf is verantwoordelijk voor de begeleiding en de coördinatie van de inzet van de vrijwilligers. Naar verwachting zullen 250 vrijwilligers de (verschillende) training(en) doorlopen. De training richt zich enerzijds op de interculturele begeleiding van migranten met minimale digitale/taal vaardigheden ten einde hen toegang te geven tot en gebruik te maken van de online omgeving van www.oefenen.nl en anderzijds op de ondersteuning bij het gebruik van Oefenen.nl en andere online programma's.

Resultaten:

- werven, deskundigheidsbevordering en ondersteuning van vrijwilligers die de coaching van migranten op de DWPP plekken zullen verzorgen
- scholing voor docenten en taalvrijwilligers in het gebruik van e-learning methodieken en Oefenen.nl als onderdeel van de lopende educatieve programma's en projecten
- ontwikkeling van trainingsprogramma's voor vrijwilligers, aansluitend bij het project Taalcoach in de Bieb en het programma Taal voor het Leven
- interculturele deskundigheidsbevordering van medewerkers van de bibliotheek (front office) om migranten te kunnen begeleiden bij oefenen.nl en andere digitale vragen;
- technische training over hoe leerlingen dossiers binnen Oefenen.nl kunnen
- training gericht inzetten van 'eigen kracht' in de wijk
- Inrichten structuur management vrijwilligers

Projectonderdeel 4: Uitvoering van het aanbod

Juni 2014 – juni 2015

Resultaat: een aanbod basisvaardigheden op laagdrempelige plekken in de wijken Overvecht en Kanaleneiland & de monitoring van het gebruik hiervan met een minimale geregistreerde deelname aan dit aanbod, conform subsidieaanvraag EIF¹⁰.

De werkgroep inrichting en onderhoud laagdrempelige computerplekken (Mira Media en Wijkbedrijf) inventariseren oefenlocaties in de wijk, bekijken uitbreidingsbehoefte en onderzoeken mogelijkheden om dit te realiseren. De werkgroep wijkgericht uitvoerend aanbod richt zich in deze fase op het bestendigen van de structuur in de samenwerkende organisaties, het inrichten en onderhouden van projectlocaties en het toewijzen van aanbod. De werkgroep krijgt een wijkgericht karakter en wordt waar nodig uitgebreid met samenwerkingspartners uit de wijk. De coördinatie van deze samenwerking wordt in het rayon belegd bij de teamleider Bibliotheek. De teamleider rapporteert hierover aan de projectleider.

De werkgroep communicatie gaat in deze fase aan de slag met de uitvoering van het communicatie en promotieplan en ziet toe op naleving afspraken. Met de klankbordgroep wordt de afstemming van aanbod en communicatie richting de doelgroepen besproken. Er wordt een plan ontwikkeld voor een afsluitende conferentie in Utrecht waar de projectresultaten worden gepresenteerd. Ook wordt een projectverslag geschreven en een evaluatie voorbereid.

Het resultaat

In de periode tot juni 2015 wil de stuurgroep Digitale Leerplekken Basisvaardigheden de volgende resultaten behalen:

- Uitbreiding van de taalstructuur Tip Top Taal met de basisvaardigheden uit oefenen.nl
- Het in kaart brengen van mogelijke oefenlocaties in Overvecht en Kanaleneiland

¹⁰ Zie bijlage voor projectresultaten conform subsidieaanvraag EIF.

- Het in kaart brengen van vindplekken van wijkbewoners die hun basisvaardigheden willen versterken
- Het inrichten van 2 wijknetwerken Digitale Leerplekken Basisvaardigheden met hierin een regiefunctie voor de Bibliotheek Utrecht
- Het ontwikkelen van een methodiek en aanbod Digitale Leerplekken Basisvaardigheden
- Het ontwikkelen van een monitorinstrument voor deelname aan de activiteiten en voor het zichtbaar maken van de voortgang van deelnemers
- Het werven & trainen van professionals, vrijwilligers en andere betrokkenen ter begeleiding of doorverwijzing van de doelgroepen
- Een uniforme uitvoering van de basiscursus Digitale Vaardigheden op basis van het programma www.oefenen.nl
- Registratie van deelname aan het aanbod en de leervooruitgang van deelnemers
- Uren registratie door projectmedewerkers
- Het belang van de verwerving van basisvaardigheden op de politieke agenda zetten en hiervoor een doorstartplan ontwikkelen
- Correcte uitvoering van de subsidievoorwaarden van het Europees Integratie Fonds

Bijlage 5: Projectresultaten conform subsidieaanvraag EIF

Aanbod

TIP taalspreekuur;
 Taal inloopbijeenkomsten;
 Cursus werken met de e overheid (4 maal);
 Computerinloop;
 Cursus aanbod digitale basisvaardigheden.

Een doorlopende promotie campagne via lokale communicatiekanalen stimuleren de doelgroep om deel te nemen.

Resultaten

Wekelijks of doorlopend TIP taalspreekuur;
 40 Taal inloopbijeenkomsten;
 4 x Cursus werken met de e overheid;
 40 x Computerinloop;
 10 cursussen digitale basisvaardigheden.
 2 – 5 plekken gekoppeld aan TIP in de vestigingen in de Utrechtse Bibliotheek filialen
 5 DLW plekken in andere publieke ruimtes in de wijk (indien bereik in bibliotheken tekort schiet en andere organisaties daarin kunnen en willen voorzien)
 2 wijkgerichte educatieve netwerken

Geregistreeerde deelnemers

300 Utrechtse migranten meetbaar actief binnen een www.oefenen.nl
 500 migranten deelgenomen aan de aanvullende activiteiten
 Tot 250 getrainde vrijwillige taal coaches en docenten

13.2. Interview Questions

13.2.1. Stichting Taal Doet Meer

1. Wat is Taal Doet Meer?
2. Waarom heeft Taal Doet Meer zich aangesloten bij het project Digitale Leerplekken Basisvaardigheden?
3. Welke positie heeft Taal Doet Meer in het project Digitale Leerplekken Basisvaardigheden?
4. Welk online lesmateriaal op het gebied van taal biedt Taal Doet Meer aan?
5. Hoe worden taal vrijwilligers op deze online lesmaterialen voorbereidt?
6. Hoe zie je de toekomst voor dit project?
7. Hoe komen de cursisten bij Taal Doet Meer?
8. Hebben jullie een diverse groep van cursisten?
9. Via welke kanalen communiceert Taal Doet Meer met de cursisten?
10. Blijven mensen dan ook minstens een half jaar, of is er nog uitval?
11. Wat zijn de uitdagingen met betrekking tot de verschillende culturen waar je mee te maken hebt?

13.2.2. ROC students

1. Research area: Problem
 - 1.1. Do your parents or one of them have problems with using the computer or the internet? If yes, which problems do they have?
 - 1.2. What is the cause of these problems, do you think?
 - 1.3. Are there any specific things that your parents want to learn regarding using the computer or the internet?
 - 1.4. What do you think your parents should learn?
2. Research area: Solution
 - 2.1. Do you have an idea on how to teach your parents more about the computer and the internet? For instance a group course, individual assistance, self-study, etc?
 - 2.2. What can do you to work towards a solution? For instance to practice at home with your parents?
3. Research area: Cultural aspects
 - 3.1. Are there any things that you are responsible for, but what your parents actually should do and/or know? For example, internet banking, DigiD or tax returns?
 - 3.2. Do you have any influence on your parents regarding setting priorities? Can you, for example, convince your parents about the importance of knowing their way around the computer and the internet?
 - 3.3. How do you think we can get your parents to commit? Is it hard for them to keep appointments?
 - 3.4. Do you think that there are (other) aspects of your culture which contribute to the problems that we discussed before?

13.2.3. Turkish Psychologist Noagg

1. Kunt u uitleggen wat voor werk u precies doet?
2. Met welke problemen komen mensen bij u? Zijn dat ook integratie problemen?
3. Komt dat uit de Turkse cultuur?
4. Hebben mensen geen prioriteit?
5. In welke mate denkt u dat analfabetisme invloed heeft op integratie en sociale contacten?
6. Wat denkt u dat de belangrijkste cultuur verschillen zijn tussen Nederland en Turkije?
7. Wat kunt u vertellen over de communicatie gewoontes van de Turkse cultuur?
Bijvoorbeeld, hoe communiceert u met eventuele Turkse cliënten?
8. Bent u deel van de Turkse gemeenschap in Utrecht?

13.2.4. Bibliotheek Utrecht

1. Kunt u uitleggen wat u precies doet bij de Bibliotheek Utrecht? Wat precies met laaggeletterden/analfabeten?
2. Werkt u ook binnen het project Digitale Leerplekken Basisvaardigheden? Zo ja, wat doet u daar precies?
3. Welke speciale dingen voor laaggeletterden?
4. Met welke culturen heeft u het meeste te maken bij uw functie?
5. Via welke kanalen communiceert u met laaggeletterden?
6. Hoe ervaart u de commitment die u krijgt van de allochtone mensen die betrokken zijn bij de Bibliotheek?
7. Hoe ervaart u de link tussen digitale vaardigheden en laaggeletterdheid en/of analfabetisme?
8. Wat vindt u de grootste uitdagingen ten aanzien van het werken met laaggeletterden?
9. Hoe denkt u dat er het beste gecommuniceerd kan worden met deze mensen?
10. Heeft u ook ervaringen met manieren die absoluut niet werken?

13.2.5. Turkish executive director Esens

1. Wat voor werk doet u precies?
2. Ziet u veel Turkse mensen?
3. Met welke problemen komen zij bij u?
4. Hebben die problemen te maken met integratie?
5. Wat zijn de grootste verschillen tussen Turkse en Marokkaanse cliënten?
6. Hoe communiceert u met deze cliënten?
7. In hoeverre maakt u deel uit van de Turkse gemeenschap in Utrecht?
8. Wat kunt u vertellen over de communicatie gewoontes in de Turkse cultuur?
9. Wat denkt u dat een goede manier is om de Turkse gemeenschap in Utrecht te bereiken?
10. En prioriteiten over te brengen, ten aanzien van taallessen en computer gebruik?
11. Wie/wat zijn de sleutel figuren en waar?

13.3. Interview transcripts

13.3.1. Stichting Taal Doet Meer

Interview file	001
Position	Project manager
Organisation	Taal Doet Meer
Interviewer	Dorrit Booij
Date	26 March 2014
Place	Office Taal Doet Meer, Keulsekade 20 Utrecht.

De geïnterviewde is projectleider bij Taal Doet Meer, onder andere voor het project TIPTOP Taal en Taalcoach in de Bieb. Taal Doet Meer is onder andere project partner van Mira Media in het project Digitale Leerplekken Basisvaardigheden.

Wat is Taal Doet Meer?

“Taal doet meer is een vrijwilligers organisatie die, met behulp van ongeveer 300 vrijwilligers, taal coaching trajecten aanbiedt in de stad Utrecht, aan mensen voor wie Nederlands niet de eerste taal is. Dat doen we voor volwassenen, daarnaast hebben we voor middelbare scholieren huiswerkhulp en mentor trajecten.”

Waarom heeft Taal Doet Meer zich aangesloten bij het project Digitale Leerplekken Basisvaardigheden?

“Wij vinden het belangrijk dat mensen deel kunnen nemen aan de samenleving. Niet alleen doordat ze de taal spreken, maar ook doordat ze andere basisvaardigheden beheersen. We zien vaak dat een deel van onze cursisten ook moeite hebben met omgaan met internet en de computer, en de behoefte hebben om daarin te leren. Bij de taal coaching die we bieden, maken we vaak al gebruik van digitale lesprogramma's waarmee mensen de taal kunnen leren. Dat is een hele makkelijke en mooie combinatie om zowel taal, als digitale basisvaardigheden, te ontwikkelen.

Wat is de link tussen de projecten Digitale Leerplekken Basisvaardigheden en TIP TOP Taal?

Dit project is voortgekomen uit alle verandering in de stad Utrecht rondom nieuw welzijn, de inburgering en de taalaanbieders. In het taal aanbieders overleg, waar taalaanbieders uit Utrecht samen komen is gesignaleerd dat veel cursisten eigenlijk niet goed weten waar ze terecht kunnen voor taalles. Daarom is besloten dat we mensen willen helpen en wegwijs maken. In de Taalinformatiepunten (TIP), nu in 7 maar straks 11 Utrechtse bibliotheken, kunnen mensen die op zoek zijn naar taalles terecht voor advies. Ze worden daar geholpen door een bibliotheek medewerker of een geschoolde vrijwilliger, een wegwijzer. Met diegene wordt gekeken naar de leerwensen en behoeften van de cursist. Daarnaast heb je het Taalondersteuningspunt (TOP) waar vrijwillige taalcoaches terecht kunnen met hun vragen. Wekelijks is er een spreekuur in de centrale bibliotheek.

Binnen deze TIP en TOP structuur kunnen we natuurlijk, wanneer de lessen worden uitgebreid met digitale vaardigheden, ook voorlichting bieden over digitale vaardigheden, dus kunnen mensen met veel bredere vragen bij ons terecht.”

Welke positie heeft Taal Doet Meer in het project Digitale Leerplekken Basisvaardigheden?

“Wij stimuleren en scholen onze vrijwilligers om te werken met digitale programma’s, zodat cursisten niet alleen hun taal ontwikkelen maar ook hun digitale vaardigheden. Door binnen dit project met de Bibliotheek Utrecht, Stichting Lezen & Schrijven, Wijkbedrijf en Mira Media samen te werken, hopen we het aanbod te kunnen uitbreiden, zodat het uiteindelijke resultaat is dat er in Utrecht meer plekken zijn waar je op de computer les kunt krijgen.”

Welk online lesmateriaal op het gebied van taal biedt Taal Doet Meer aan?

“Taal Doet Meer ontwikkelt momenteel zelf geen online les materiaal. We testen wel veel nieuwe les materialen en we maken gebruik van materialen die er al zijn. Die zijn onder andere ontwikkeld door Stichting Lezen en Schrijven. Eén van de programma’s waar we veel mee werken is oefenen.nl. Daar worden onze vrijwilligers ook in geschoold als ze daar mee willen werken. Oefenen.nl is een mooi programma, omdat cursisten ook thuis aan de slag kunnen. Hun ontwikkeling kan ook gevolgd worden, als ze zich daarbij aanmelden. Bovendien richt oefenen.nl zich niet alleen op taal, maar kunnen ook vaardigheden als rekenen en werken op de computer geoefend worden. Ook op de website van Taal voor het Leven zijn online veel materialen beschikbaar.”

Hoe worden taal vrijwilligers op deze online lesmaterialen voorbereidt?

“Het is niet zo dat alle vrijwilligers dit moeten. Wij werken heel erg vanuit de behoefte van de cursist. Dus als een cursist aangeeft dat hij of zij het leuk zou vinden om meer online te werken, en we vragen natuurlijk wel aan vrijwilligers om dat te stimuleren, dan kan de vrijwillige taalcoach zich aanmelden voor een training waarbij er instructies worden gegeven over hoe te werken met dit programma. En daarnaast heeft Taal Doet Meer ook een taal consulente. Als vrijwilligers nog vragen hebben over digitale programma's, kan zij daar ook nog ondersteuning bij bieden. Onder andere vanuit het Taal Ondersteuning Punt.”

Hoe zie je de toekomst voor dit project?

“Verschillende organisaties zijn bezig met mooie projecten op het gebied van basisvaardigheden. In dit project worden de krachten gebundeld. Er ontstaan mooie samenwerkingsverbanden waardoor het cursusaanbod wordt uitgebreid en cursisten straks nog beter kunnen kiezen wat bij hen past.

Daarnaast is het in deze tijd gewoon heel belangrijk dat cursisten digitale basisvaardigheden leren. Anders is het veel moeilijker om deel te kunnen nemen aan deze samenleving waarin zoveel dat je in je leven tegen komt online moet. Dus als je de taal heel goed zou spreken maar je hebt moeite met de computer, is het heel moeilijk om dingen geregeld te krijgen en ben je heel erg afhankelijk van anderen.”

Hoe komen de cursisten bij Taal Doet Meer?

“Heel erg via, via en via verschillende kanalen. We hebben niet het probleem dat mensen niet bij ons komen, we hebben eerder het probleem dat we te weinig plekken hebben voor de mensen die les willen. En ze komen bij ons doordat ze mensen kennen die les hebben bij ons, of dat via familie en vrienden horen. Ze komen bij ons omdat ze bij een wegwijzer zijn geweest op een Taal Informatie Punt in de bibliotheek. Ook werken we samen met inburgeringsscholen, mensen die in een inburgeringsproces zitten krijgen via ons een aanvullende taalcoaching. Mensen gaan googelen, of via jekuntmeer.nl wordt ook veel naar ons verwezen. We doen daarom ook niet aan aanvullende marketing nu, omdat mensen ons wel weten te vinden, is de ervaring. Zeker ook omdat we door de hele stad actief zijn, en veel samen werken met welzijnsorganisaties en buurthuizen en scholen. Het zoemt wel rond.”

Hebben jullie een diverse groep van cursisten?

“We hebben een hele diverse groep. Jong en oud, hoog opgeleid en laag opgeleid, mannen en vrouwen uit allerlei verschillende culturen. Het ligt wel heel erg aan de wijk in Kanaleneiland hebben we veel Marokkaanse vrouwen en hier in Lombok hebben we heel cursisten uit het asielzoekers centrum, dus dat is weer een hele andere groep. “

Via welke kanalen communiceert Taal Doet Meer met de cursisten?

“We hebben een nieuwsbrief die naar cursisten en vrijwilligers gaat. Een deel van de cursisten ontvangt die per mail. Ik denk, de belangrijkste communicatie is wel via de taal coach, en via de coördinatoren in de wijk. We kunnen hen iets makkelijker bereiken, dus dat is de belangrijkste weg. Maar we organiseren ook regelmatig overkoepelende activiteiten, waar zij ook voor worden uitgenodigd per brief of per email, maar ook mondeling via de coördinatoren in de wijk. Bijvoorbeeld het Taal Doet Meer College wat we 2x per jaar organiseren, dat is een activiteit voor alle cursisten en alle vrijwilligers. Dus de uitnodiging wordt via verschillende kanalen verspreidt, en ik denk dat dat ook goed werkt. De mensen die dan komen is wel een groepje dat heel erg enthousiast is, dus niet alle cursisten komen. We zien wel een harde kern, en daar om heen wisselt dat wel. Cursisten volgen bij ons minimaal een half jaar les. Sommige cursisten zijn heel trouw en volgen al jaren lessen, en andere cursisten zijn er een half jaar en gaan dan door naar een andere organisatie. Of je ziet ook dat als mensen geen status krijgen ze dan opeens verdwijnen.

Blijven mensen dan ook minstens een half jaar, of is er nog uitval?

“Dat is wel onze hoop, mensen weten dat als ze zich aanmelden, dan wij in ieder geval een traject van een half jaar doen. Natuurlijk zien we dat mensen uitvallen voor verhuizingen, door ziekte of door omstandigheden waar ze zelf niet zo veel invloed op hebben. Maar de insteek is wel een half jaar.

Er zullen ook cursisten tussen zitten die uitvallen omdat de verwachtingen misschien wat anders waren. Maar dat is denk ik wel een kleiner deel van de cursisten. Ze zijn over het algemeen heel erg gemotiveerd en heel erg blij dat ze bij ons les kunnen krijgen. Dus als ze uitvallen heeft dat denk ik heel erg te maken met omstandigheden in hun persoonlijke leven. Het is wel iets wat wij heel moeilijk vinden om in beeld te brengen. Soms kun je mensen niet meer bereiken en weet je ook niet waarom te zijn uitgevallen.

Bij onze cursisten merk je ook dat er vaak van alles speelt in de gezinssituatie of thuissituatie. En dat, terwijl ik het vaak hele krachtige mensen vind, maakt ze wel kwetsbaarder.

Wat zijn de uitdagingen met betrekking tot de verschillende culturen waar je mee te maken hebt?

Ik denk dat wij gewoon heel erg om maat werken en altijd kijken naar wat is de interesse van een cursist en welke bij welke groep zou hij of zij goed kunnen aansluiten en welke vrijwilliger zou daar bij passen. Het is in die zin dus heel erg de menselijke maat waar je op matched tussen cursisten en vrijwilligers. Dus we hebben groepen die mono cultureel zijn, we hebben een aantal groepen waar alleen Marokkaanse vrouwen zitten die dat ook heel prettig vinden, en ook hebben aangegeven dat ze een groep willen met alleen mensen die we kennen, en waar we ons veilig voelen. We hebben ook groepen waar iedere cursist een andere culturele achtergrond heeft. Dus dat ligt ook heel erg aan wat past bij de cursist. Bij hoog opgeleide cursisten die in Nederland studeren of willen studeren zien we vaak dat het gemengde groepen zijn. De vrouwen bij wie het een hele grote stap is om ook echt les te gaan volgen, die hebben het veel meer nodig dat het een veilige setting is, en een veilige groep. Waar zij terecht komen, en dan speelt culturele achtergrond soms een rol. Aan de andere kant, ik had gisteren een aanmelding van een vrouw met een lichte mentale beperking, en die schaamt zich daarvoor, en daarom wil ze graag een vrijwilliger met een andere culturele achtergrond dan zij heeft. Ze wil graag thuis coaching. En dan gaan we daar naar zoeken.

13.3.2. ROC students

Due to the size of the room and the number of interviewees it was impossible to record the interview. Therefore, the transcript of the interview is based on the notes made during the interview.

Interview file	002
Interviewees	Student 1. Male, Moroccan Student 2. Female, Moroccan Student 3. Male, Turkish Student 4. Female, Moroccan Student 5. Female, Turkish
Study programme	Sociaal Maatschappelijke Dienstverlening (Social Societal Services)
Interviewer	Dorrit Booij
Date	31 March 2014
Place	ROC Midden Nederland, Vondellaan Utrecht

Do your parents or one of them have problems with using the computer or the internet? If yes, which problems do they have?

The answers to this question vary greatly. Also, it is not divided by the cultural background. Student 1 says that his mother can do a lot via Google. It takes her quite long, but usually she can reach her goal. However, she cannot use Internet banking. Student 2 says that her mum cannot do anything at the computer, she does not even know how to turn it on. However, she can use her smartphone very well. Student 3 says his mum can do a lot. His dad does not like the computer, he can only use Marktplaats, and that's it. Student 4 tells her mum is illiterate, and cannot use the computer at all, but her dad can do pretty much everything, or sometimes some family members help out. Student 5 tells that her dad can do most of the things online, however, her mum does not do anything at the computer, because she is not capable.

What is the cause of these problems, do you think?

Student 2 thinks that it is because they never learned to use the computer. Student 4 tells that her mum does not prioritize learning the computer, she thinks other things are more important

such as her family and housekeeping. Also student 3 says that his parents rather use pen and paper.

Are there any specific things that your parents want to learn regarding using the computer or the internet?

Student 2 says that her mum would like to learn, but she thinks that it takes years to learn it properly, so that she needs to make a lot of time. Student 4 and 5 say that their mums would really like to learn it, but there are no computer courses around, or they are illiterate. Student 2 says that her mum speaks Dutch very well, but she just does not want to learn.

What do you think your parents should learn?

The students are divided about this, some rarely ever use the computer themselves, so do not really see the importance of it for their parents either. Student 5 explains that once, she did not check her parents' email address in time, so her little brothers missed a school trip, because they did not read an email from the school.

Do you have an idea on how to teach your parents more about the computer and the internet? For instance a group course, individual assistance, self-study, etc.?

According to student 2, if there can be a course, it should be with a translator, otherwise it is too hard. Also, it should be an easy course, thinks student 4, also it should be with people from their own culture and background, to feel safer. At home is not very comfortable for them, if they don't know the person. According to student 1, they should be persuaded according to their own interests.

What can do you to work towards a solution? For instance to practice at home with your parents?

Student 2 would even like to join her mum to a course, but student 3 and 5 do not want to help their parents, because it costs too much time.

Are there any things that you are responsible for, but what your parents actually should do and/or know? For example, internet banking, DigiD or tax returns?

Student 1 explains that he sometimes writes a letter for his dad, so it is a little more formal than his dad is capable of. Student 5 explains that she does most of the things for her parents such as taxes and online banking. Student 4 does not mind to help her parents, student 3 declares that his sisters help a lot, but he does not want to help his parents.

Do you have any influence on your parents regarding setting priorities? Can you, for example, convince your parents about the importance of knowing their way around the computer and the internet?

The students tell that they have some influence, but that there is not help around for their parents. Student 4 declares that she would not dare to tell her dad to take a course. Some parents agree to what their kids say, but do not really take action then to really do it, they are not really committed to the problem.

To what extend are your parents integrated in the Dutch society?

That really depends on the neighbourhood where you live in, according to the students. They do have Dutch neighbours, and they have good contact with them.

Do you have any more ideas or comments you want to tell me, that we did not discuss before?

Student 1 clearly declares that if the government has new plans, for example ‘Digitaal 2017’, they should take care regarding informing people about this, and making sure they get offered the opportunity to develop the necessary language and digital skills.

13.3.3. Turkish psychologist Noagg

Interview file	003
Position	(Intercultural) Psychologist
Interviewer	Dorrit Booij
Date	2 April 2014
Place	Noagg, Kaap hoorndreef. Utrecht

Kunt u uitleggen wat voor werk u precies doet?

Ik ben klinisch psycholoog en ik werkte met allerlei soorten nationaliteiten. Ik heb veel Nederlandse cliënten behandeld maar ook veel Turkse, omdat ik van Turkse afkomst ben. Maar ook cliënten van andere afkomst.

Met welke problemen komen mensen bij u? Zijn dat ook integratie problemen?

Op dit moment behandel ik geen cliënten meer, ik geef supervisie aan jongere collega's die in opleiding zijn tot gezondheidszorg psycholoog. Tot 2 jaar geleden heb ik wel mensen behandeld, van 1979 tot 2012. Ik het begin lichamelijke klachten, voornamelijk ontspanningsoefeningen. Maar daarna zag ik ook mensen met relatie en gezinsproblemen, depressiviteit. Maar wat je bij Nederlandse cliënten ziet, zie je eigenlijk ook bij de allochtone cliënten. Verschillen zijn klein.

1^e generatie heeft hun draai wel gevonden. Eerst hebben ze natuurlijk wel gewerkt. Maar nu zijn ze vaak werkloos of zijn ze gepensioneerd. Sommige zijn terug gegaan. Maar ze hebben hun eigen wereldje met land genoten, en televisie kijken via de schotel zodat ze televisie kunnen kijken vanuit het land van herkomst. Maar daardoor leren ze de taal slecht. Het is een vorm van integratie, maar het is niet direct deelnemen aan de Nederlandse samenleving, vind ik. Natuurlijk wel contact met Nederlandse burens, maar het deelnemen bij verenigingen bijvoorbeeld, blijft achterwege.

Komt dat uit de Turkse cultuur?

Ja, in Turkije blijf je vaak wel in je eigen groep, maar die groep heeft wel contact met andere groepen. Je spreekt daar in ieder geval dezelfde taal, dus kun je dingen beter volgen. En zijn wel klassen verschillen, of andere geloofsovertuigingen, maar dat verschil is makkelijker te overbruggen. De taal is natuurlijk een moeilijk probleem gebied, de overheid deed voorheen

niet echt actieve poging om de mensen te stimuleren, of te verplichten om de taal te leren. Maar het is anders dan in land van herkomst.

Ik vraag me af of ze echt de behoefte hebben. Ik zal het vergelijken met de binnenlandse migratie in Turkije. Voor dat ze van een bepaalde provincie naar Istanbul komen dan zoeken ze daar meestal mensen van hun eigen stad/dorp op. Ze vormen als het ware al een klik, dat is allemaal klaar, en dan komen ze daar in, eigenlijk.

Hier is het een beetje het zelfde, Turken die komen uit bepaalde gebieden, en als ze hier komen, nemen ze meteen contact op, soms al van te voren, bijvoorbeeld familie leden, waardoor ze in de groep kwamen. Daar hebben ze alles. Ze kunnen met de satelliet hun eigen programma's kijken, eigen slagers en kruideniers en dan hun eigen sportclubs en koffie huisjes en dan is de vraag of ze echt behoefte hebben aan contact met Nederlandse medeburgers.

Maar die 1^e generatie heeft kinderen, die gingen naar school. Toen werden ze wel gedwongen om met scholen bijvoorbeeld contact te hebben, en andere instanties. Die contact kwamen wel, maar wel minimaal. Het kwam wel eens voor dat een kind van 9 of 10 jaar moest vertalen tussen hun ouders en de docent. Maar geen sociale contacten.

Hebben mensen geen prioriteit?

Andere visie, er zijn een heleboel Turkse mensen die kunnen omgaan met de computer. Chatten, Skypen, ze maken er veel gebruik van. Ik hoorde klachten van cliënten van 'mijn man zit tot 3 uur 's nachts te internetten'. Dus ze maken er wel gebruik van, maar ik weet niet zo goed welke groep dat dan niet doet. Ik weet niet welke mate van analfabetisme is bij Turken, ik weet niet of er cijfers bekend zijn. Maar als je niet kan lezen of schrijven, dan heb je natuurlijk niet zo veel aan de computer. Ik denk dat dat vaker voorkomt bij vrouwen dan bij mannen.

In welke mate denkt u dat analfabetisme invloed heeft op integratie en sociale contacten?

Ja, dat heeft vrij groot effect, heeft ook te maken met persoonlijkheid. Ze kunnen toch praten en contact maken met andere mensen ondanks hun geringe taal kennis. Er zijn ook mensen die wel gealfabetiseerd zijn, maar daar weinig gebruik van maken.

Wat denkt u dat de belangrijkste cultuur verschillen zijn tussen Nederland en Turkije?

De Nederlandse samenleving is meer individualistisch, dan de Turkse cultuur. Dat is meer een ‘wij’ cultuur. Hun eigen groep is veel belangrijker dan in westerse culturen. Dat is het belangrijkste. En de omgang in de groep mensen is anders. In de groep heb je bepaalde privileges, en word je beschermt en geholpen en gesteund. Maar ook bepaalde plichten, dat kun je niet zomaar weigeren, dat wordt ook niet op prijs gesteld.

Wat kunt u vertellen over de communicatie gewoontes van de Turkse cultuur? Bijvoorbeeld, hoe communiceert u met eventuele Turkse klanten?

Ik spreek meestal Turks met Turkse klanten. Soms, als het jongere mensen zijn die beter Nederlands spreken dan Turks, is het soms een combinatie.

Met de cliënten communiceren we via de telefoon, liever geen gebruik van email. Dat werd ook niet echt aangeraden, maar tegenwoordig is het anders. Zelfs internet therapie.

Bent u deel van deel van de Turkse gemeenschap in Utrecht?

Nee, ik woon zelf niet in Utrecht, en heb ook niet in Utrecht gestudeerd. Ik zie wel dat er een grote Turkse populatie is in Overvecht en Kanaleneiland. Via de moskee en via koffie huizen hebben ze contact. Ze hebben veel contact met mensen uit hun provincie of stad van herkomst, of althans, dat is mijn indruk. Ik draai zelf niet mee met de Turkse populatie in Utrecht.

Mijn vraag is in hoeverre te willen integreren. Ik heb mijn twijfels erover. Vooral de ouderen, zullen deze mate van integratie wel voldoende vinden. Het is niet zo dat ze heel graag actief deel willen nemen aan de Nederlandse samenleving. De jongeren, wel natuurlijk met sporten, en uitgaan. En met de taal hebben ze ook nauwelijks moeite. Maar toch voelen ze zich op sommige plaatsen gediscrimineerd, of niet geaccepteerd. Ik weet niet in hoeverre ze hun best doen om zich echt te gedragen naar de specifieke normen van de Nederlanders. En ik weet ook niet of ze zich bewust zijn van wat de Nederlandse omgangsnormen zijn.

Maar het is ook gebruikelijk in het land van herkomst, dat als je iets niet weet of er lukt iets niet, dat je het niet zelf leert, maar dat je iemand vraagt die het voor je doet. Het is wat passiever.

Maar je moet niet vergeten dat in het land van herkomst ook bepaalde dingen gedigitaliseerd worden. Zelfs met bepaalde dingen zijn ze verder dan hier. Maar ik weet natuurlijk niet hoe het is in bepaalde dorpen. In steden is het anders. Maar er gebeuren nu wel rare dingen, met Twitter en YouTube dat verboden is. En ook het dreigement dat Facebook zelfs verboden zou worden. Maar dat betekent wel dat er heel veel gebruik van wordt gemaakt.

Ik denk dat Marokkanen beter integreren dan de Turken in de Nederlandse samenleving. De Turken isoleren zich meer. Marokkanen hebben natuurlijk ook wel een bepaalde groep, maar het is toch anders. Marokkanen hebben een ander nationaliteitsgevoel dan de Turken. Turken zijn iets nationalistischer. De Marokkanen spreken vaak ook beter Nederlands dan de Turken van dezelfde leeftijd. Volgens mij zijn Marokkanen ook meer geïnteresseerd in de Nederlandse politiek dan de Turken.

13.3.4. Bibliotheek Utrecht

Interview file	004
Position	Team activities
Organisation	Bibliotheek Utrecht
Interviewer	Dorrit Booij
Date	9 April 2014
Place	Bibliotheek Utrecht Kanaleneiland

“Ik had niet in de gaten dat er niet veel Turkse mensen worden bereikt. De Turkse gemeenschap is ook heel erg naar binnen gericht. Terwijl de Marokkaanse gemeenschap naar buiten gericht is, en ook veel meer doet, dat zie je ook veel bij jongeren. Dat kan het zijn, of niet de juiste contact personen. Maar die zijn er wel, en daar wordt ook wel naar geluisterd.”

Wat doet u precies met betrekking tot laaggeletterdheid in de Bieb?

“We zijn heel erg druk bezig met taal informatie, dat doen we al jaren. Dat is onderdeel van de missie van de bibliotheek: leesbevordering.

We hebben ‘boek start’, we laten baby’s wennen aan boeken, aanbod voor basisscholen, ouder ondersteuning, bijvoorbeeld het belang van voorlezen kenbaar maken aan ouders. Zeggen dat een kwartier lezen per dag, honderden nieuwe woorden per jaar opleveren voor kinderen. Woordenschat verrijking, begrijpend lezen, dat zit allemaal in ons pakket. Laaggeletterdheid, daar bereiken we vooral heel veel allochtonen mee, maar autochtonen, daar is het hele land naar op zoek, onder andere Stichting Lezen en Schrijven. Want die zijn er wel, maar hoe bereik je die?

Wat zijn precies de activiteiten die Bibliotheek Utrecht uitvoert in het project Digitale Leerplekken Basisvaardigheden?

“Wij faciliteren. Wij hebben de spullen, wij zijn altijd open. We kunnen mensen ontvangen, we zijn een openbaar gebouw. We hebben de computers, waarop mensen gebruik kunnen maken van taal programma’s. Oefen programma’s, waar ze gratis gebruik van kunnen maken. In Overvecht is er een computer spreekuur. Dat wordt gedaan door vrijwilligers. Mensen met problemen met de computer kunnen daar met vragen komen. Of oefenen met klik en tik. Er worden tablet cafés georganiseerd, daar kom je met je iPad of andere tablet met vragen, en die worden daar dan opgelost. Er gebeurt ontzettend veel. Ook informatie voor basisscholen. Hoe

leren kinderen informatie opzoeken? Niet alleen in boeken maar ook via internet.

Dat krijgen ze bij ons ook. Dat is een aanbod aan de school. We hebben huiswerk plekken voor kinderen uit groep 6 tot en met groep 8, en daar krijgen ze ondersteuning bij het maken van werkstukken en spreekbeurten. Op heel veel gebieden zijn we daar mee bezig.”

En wat doen jullie aan volwassen onderwijs? Vooral met betrekking tot laaggeletterdheid en analfabetisme?

“Taalcursussen. Locatie en materiaal is in de bibliotheek. Vrijwilligers die lesgeven. Conversatie, lezen en schrijven aan mensen die dat nodig hebben. Dat programma heet ‘Taal coach in de Bieb’. Daarvoor is de bibliotheek een goede locatie. Want waar kunnen die mensen anders terecht? Thuis doen ze niets. Wij hebben de ruimte en materialen. “

Hoe bereikt u de mensen die komen?

“Via de taal aanbieders. ‘Taal Doet Meer’, Stichting Lezen en Schrijven. De bibliotheek faciliteert alleen. Dat betekend de locaties, materiaal, medewerkers heb je. En je maakt gebruik van wat je hebt.”

Dus u werft verder geen cursisten?

“Nee, want die komen wel. Via flyers, ‘Taal coach in de Bieb’, via Taal Doet Meer. Die zorgt ook voor de vrijwilligers. “

Hoe communiceert de Bibliotheek met de cursisten?

“Op de website moet het nog beter georganiseerd worden. Maar we hebben bijvoorbeeld flyers en posters. Maar als je niet kunt lezen, dat kan dat dus niet. Daarom moet er altijd toch wel een tussenpersoon zijn. In samenwerking met het ROC of andere taalaanbieders. Samenwerking, keten aanpak, dat is het. Dan heb je via allerlei ingangen toegang tot een doelgroep. Taal doet Meer heeft dus ‘taal coach in de bieb’, dat is een enorm succes. Daar wordt dan ook die Digitale basisvaardigheden aan gekoppeld. Zonder keten aanpak ben je nergens. Lesmaterialen hebben we op papier, maar ook digitaal. Bijvoorbeeld oefenen.nl”

Welke culturele achtergrond hebben de meeste cursisten?

“Dat is heel divers. Voornamelijk Marokkaanse vrouwen maar ook uit andere landen. In Lombok is het ook heel divers. Ze komen van over de hele wereld. “

Merkt u ook vaak dat mensen het moeilijk vinden om afspraken na te komen?

“Taal Doet Meer doet een intake en de taalcursisten krijgen een taalcoach aangewezen. Er wordt van de cursisten verwacht dat ze zich afmelden, en ze moeten bellen als ze niet komen. “

Hoe ervaart u de link tussen digitale vaardigheden en laaggeletterdheid?

“ Toen we de computers nog niet hadden, waren er natuurlijk wel taallessen. Gewoon klassiek lesmateriaal. Maar er zijn nu andere instrumenten. Sommige vrijwilligers vinden het ook moeilijk om met die digitale bestanden om te gaan. In principe kun je deze dingen dus los van elkaar zien. Maar het is wel een heel goede ondersteuning. is niet zaligmakend, maar als ondersteuning kunnen we niet meer zonder.”

Wat vindt u de grootste uitdagingen ten aanzien met het werk met laaggeletterden?

“De verankering in de bibliotheek. Bijvoorbeeld dat iedereen weet dat we een gratis computer programma hebben, zodat we mensen kunnen doorverwijzen. Want wij geven geen les, dat doen andere organisaties. Dus doorverwijzen, of mensen aan de hand kunnen nemen voor oefenen.nl. We hebben een collectie leesboeken geschreven voor deze taalcursisten.

Niet alleen medewerkers moeten goed geïnformeerd zijn over taal informatie en taalondersteuning maar ook de wijkbureaus, de welzijnsorganisaties.

Hoe denkt u dat er het beste gecommuniceerd moeten worden met de doelgroep?

“Mond tot mond. Vrouwen die hier nu bijvoorbeeld les hebben, die vertellen het weer aan de buurvrouw en nemen weer iemand mee. Dan krijgen ze wel een intake, ze kunnen niet zo maar aansluiten bij een groepje. Maar zo werkt het wel. Met flyers werkt het ook wel. Je moet mensen kennen, die je moet informeren. Je moet je gezicht vaak laten zien. Vertel wat de bibliotheek te bieden heeft. “

Heeft u ook ervaringen die absoluut niet werken?

“ Dat weet ik niet. Maar ik denk dat alles wel kan helpen. Maar het heeft vooral te maken met netwerken en samenwerken. Net als Ed al heeft gedaan. Vertellen wat je wilt, wat je kunt, wat er nodig is.

Of communicatie in de krant, misschien een artikel. Dat wordt niet door de laaggeletterden gelezen, maar wel door mensen uit de omgeving van die persoon. En die kunnen het natuurlijk doorgeven. “

Heeft u nog iets toe te voegen, naar aanleiding van ons gesprek?

“Ja, misschien wat zijn de knelpunten? Die zijn er namelijk altijd, zoals geld, reorganisaties bij het ROC. De volwassenen educatie wordt daar weggevaagd. We hebben roerige jaren achter de rug, met reorganisaties in welzijn. Met alles moesten we opnieuw beginnen. Aan elkaar wennen, en wennen aan een nieuwe stijl van werken. Steeds in beweging zijn. Maar dat brengt ook weer mogelijkheden met zich mee.”

13.3.5. Turkish executive director Esens

Interview file	005
Position	Executive Director
Organisation	Esens, Intercultural GGZ
Interviewer	Dorrit Booij
Date	24 April
Place	Esens Overvecht, Utrecht

(Na introductie over het onderwerp door interviewer)

Het beeld klopt wel, in die zin dat de Turken enerzijds moeilijk te benaderen zijn en te mobiliseren. Ik denk ook dat Utrecht daar niet echt een uitzondering is, als je het vergelijkt met de rest van het land. Ik heb ergens een artikel gelezen dat stelde dat Marokkanen beter geïntegreerd zouden zijn dan Turken, maar dat kan je zomaar niet stellen. Eén van de parameters die werd genoemd in dat artikel was dat Marokkanen meer merkkleding zouden dragen. Dat is natuurlijk een bijzondere bepalende factor. Maar ik heb er wel over na gedacht, wat nu eigenlijk precies de verschillen zijn tussen de Turken en de Marokkanen. Maar ik denk dat er ook veel identiteitskwesies spelen. Dat Marokkanen inderdaad meer merkkleding dragen, omdat het een pas klare identiteit is. Dat is natuurlijk wel erg kort door de bocht. Maar de Turkse club, is wat dat betreft veel meer intern georiënteerd. Daardoor ontbreken ook de behoeften om naar buiten te gaan. Mensen lossen het in hun eigen kringen op. Als je zo beredeneert, kun je ook stellen dat voor Turken de drang om te integreren een stuk minder is. Er is altijd wel iemand die de belasting aangifte voor je invult. Ik heb er bijvoorbeeld een stuk of 10 ingevuld dit jaar.

Er is zelfs een uitvaart fonds voor mensen die uit de bepaalde streek komen, ik geloof dat ze een dekkingsgraad hebben van 80% van de mensen die uit die streek komen en in Nederland wonen. Om even de schetsen hoever dat dus soms reikt. Ik zie dan geen mensen die zich bij een andere maatschappij aansluiten. En mensen maken dus niet een slag van 100% naar de Nederlandse samenleving. Het is natuurlijk prachtig dat er een aantal mensen zijn opgestaan die dat initiatief hebben genomen en dus de kennis en de kunde hebben om in de Nederlandse samenleving tot een dergelijke onderneming te komen. Waardoor je feitelijk dus 95% van die mensen die kans ontnemt om zoiets in Nederland uit te zoeken en de paden te bewandelen. En tegelijkertijd weten ze dus ook waar die mensen zijn, en waar ze wat kunnen halen binnen

de eigen kring. Bij de Marokkanen zie je dat dus niet. Je merkt dat er een stuk minder intern georiënteerde cohesie is bij de Marokkanen waardoor ze dus vanzelf die aansluiting moeten zoeken.

Neem Esens ook als een voorbeeld. Dat is toch een initiatief van Turken.

Maar ook wel gericht op Marokkanen, toch?

Ja, dat wel, maar zie ze maar binnen te krijgen. Dat heeft ook wel andere oorzaken. Ik denk dat ze psychiatrie in zijn algemeenheid veel meer in de taboe sferen zit bij Marokkanen. En ook het feit dat wij het zijn begonnen, het waren toch Turken. We hebben zelfs geprobeerd om verschillende Marokkaanse medewerkers aan te trekken om daarmee de Marokkaanse groep te bedienen. En dat je door het creëren van aanbod de vraag op gang brengt. Maar nee. Dus het is wat dat betreft geen specifiek beleid wat we daarop voeren. Maar dit is wat we binnen krijgen. Aan de andere kant heb ik Marokkanen niet een dergelijk initiatief zien nemen. Ze zijn wel aangehaakt bij de spin-offs. Maar als je het over het hele land bekijkt, zijn de Marokkanen in ondernemerschapszin ondervertegenwoordigd. Bijvoorbeeld de Kanaalstraat in Lombok. De allereerste winkeltjes, allochtone ondernemingen, waren van Turken. Dat heeft 10 tot 15 jaar aangehouden. En nu zie je dat Marokkanen die winkeltjes langzaam aan gaan overnemen. Het lijkt dus alsof ze een stap achter de Turken aankomen. Ik denk dat dat ook te maken heeft met de ondernemerschapszin van de Turken.

Dat is dus best wel tegenstrijdig met wat Mira Media dus nu bijvoorbeeld ziet.

Ja, dat is juist de paradox. Ik denk dat er eind jaren 70, begin jaren 80, één Turkse slager in Utrecht was. Maar in die tijd was dat natuurlijk best wel bijzonder. Dat komt door de goed ingebedde vrees voor mogelijk varkensvlees, of niet Halal vlees. Dus men wilde heel graag een eigen slager. En daar deden alle Turken maar ook Marokkanen hun boodschappen. En dat is dus langzaam uitgegroeid naar al die kleine groente winkeltjes. Ze hebben eigenlijk gezocht naar manieren om in hun eigen behoefte te voorzien. Dat is de gemiddelde Turk dus wel zo, we stropen de mouwen op en we gaan eens kijken wat we daaraan kunnen doen. En dat leidt dus enerzijds tot één leidend figuur die het voortouw neemt en zoals dat altijd gaat, gedweeë makke schapen die dan volgen.

Maar zo'n slager belet dan zo'n 10.000 mensen die dan mondig worden, die zich dan gaan roeren bij de Hollandse slager om te zorgen dat hij bijvoorbeeld een stuk Halal aanbod gaat creëren. Dus dat zit de integratie een behoorlijk stuk in de weg, in die zin. En Marokkanen

moeten dus zelf mondiger worden door dat gebrek aan ondernemerschap, en zelf ingangen creëren. En dat is dus positief aan de ene kant. Wat uiteindelijk leidt tot dit soort problemen. Dus het is in de Turkse gemeenschap dus echt van belang om de sleutelfiguren te vinden die dus een stukje besef op gang kunnen brengen. En dan is het handig dat er zoveel organisaties zijn waar je bij kunt aankloppen om iets gedaan te krijgen. Een ander punt wat wel van belang is, is dat de meeste Marokkanen toch Berbers zijn van afkomst. Dat is geen geschreven taal. Waardoor ze zich eerder zullen moeten oriënteren op het Nederlands. En dat leidt tot een sterkere focus op Nederlands en het Nederlands. Nu hoor je bij Turken dat sommige jongeren toch gaan nadenken wat ze met hun opleiding hier in Turkije kunnen. Het is een heel ambivalent paradoxaal beeld. Maar ik denk toch dat je er op uit komt, dat bijvoorbeeld qua opleiding Turken gemiddeld genomen hoger zijn opgeleid dan Marokkanen. Maar dat vertaald zich niet terug in dit soort zaken. Waarbij integratie maar ook kennis en kunde ten aanzien van moderne media, dat ze daar toch in achter zullen lopen.

Ik denk dat de focus op land van herkomst en de organisatie graad een enorme rol spelen. De grap aan de andere kant is, dat het gebruik van Internet niet veel lager zal zijn dan bij Nederlanders. Er zijn dingen waaraan ik merk dat Turken zich niet helemaal thuis voelen hier. Bijvoorbeeld dat ze nog veel Turkse televisie kijken, of een Turks toetsenbord hebben aangesloten op hun computer.

Het beeld dat je schetst klopt, maar het zit wat ingewikkelder in elkaar voor zover ik het inschatten, is het ook niet een kwestie die je met één enkele ingreep ongedaan kunt maken. Ik denk dat je er een soort Amerikaans model op moet loslaten dat het een 'melting pot' wordt, en dat langzaamaan dingen er in gaan slijten. Maar daar mag je rustig een aantal decennia voor uittrekken voordat je zover bent.

Hoe denkt u dat er toch prioriteiten overgebracht kunnen worden?

Wat ik er zie is dat er heel veel meer aftrek vindt van Turkse media. Dan van Nederlandse media. Dus als je iets zou willen promoten, dat je dan toch eerder. Maar dat is natuurlijk schoppen tegen het zere been van de Nederlandse overheid, die mensen wil laten integreren, dat je postbus 51 spotjes via Turkse kanalen zou moeten uitzenden, om die mensen te bereiken.

Als ik minister of politicus zou zijn, zou ik me daar ook tegen verzetten. Je zou t misschien kunnen zien als Judo, dus meeveren om uiteindelijk je slag te kunnen slaan. Maar bottom line zou je dat dus kunnen proberen. Afhankelijk van hoe belangrijk je dat dus eigenlijk vindt. Of

Natuurlijk is dat wat laat, maar ik vraag me dus ook af of het voldoende zal zijn om met 1,2,3 ingrepen de inhaalslag te realiseren dan wel op gang te brengen. Want als je nu op gang brengt, heb je ook weer een incubatie tijd van 10 jaar. En dat zijn goed bedoelde initiatieven. Aan de andere kant, denk ik ook dat je het risico loopt, als je het niet op een goede manier invoert, dat je alleen maar een averechtsse werking krijgt. En dat je ook rekening moeten houden met politieke tijding en dat soort zaken. Men heeft zich eigenlijk nooit lekker thuis gevoelt in Nederland. En dan komt ome Geert (Wilders) en nog een keer overheen. Als je het nog eens goed bekijkt, heeft hij toch wel bij een aantal punten gelijk. Maar dat is alleen maar te danken aan een te soft beleid wat decennia lang in Nederland is gevoerd. We moeten vooral voorzichtig zijn, en het beestje vooral niet bij de naam noemen. Wat hij nu probeert, dat is weer een heel ander uiterste, wat het in elk geval tot stand brengt is een stukje argwaan tegen de Nederlandse overheid. Ik zeg niet dat elke ingreep tot mislukken is gedoemd, maar het moet wel een uitgekiend beleid zijn. Dat je dus die sleutelfiguren weet te vinden. Maar ik denk dat dat voor Marokkanen ook wel geldt hoor. Dat je via sleutel figuren en sleutel organisaties iets weet te bereiken.

Heeft u dan concrete voorbeelden over waar die sleutel figuren zijn, of welke organisaties dat zijn?

Kijk, wij zijn een GGZ instelling, maar we doen nog veel meer dan dat. Ik denk dat we over de jaren, vanaf 2005, toch wel 6000 mensen over de vloer hebben gehad. Voornamelijk uit Utrecht. Maar wij worden gezien als een instelling van ons, we worden omarmt. Toch in tegenstelling tot bijvoorbeeld de Noagg. Die doen precies hetzelfde. Het verschil is, wij zijn van en voor Turken. Noagg levert dezelfde diensten. Zij ademen niet uit van: kom maar. We krijgen wel klachten van Marokkanen dat het hier erg Turks is. Daar proberen we wel iets mee te doen. Maar feitelijk hebben wij goed zicht op wat er gebeurt in de Turkse gemeenschap, met name in Utrecht.

Bijvoorbeeld, iemand komt binnen met depressieve klachten. Maar dat blijkt vaak te komen door financiële problemen. Dat moet dus eerst worden weggenomen, voordat je die depressieve klachten kunt aanpakken. Het is water naar de zee dragen, om dan een gemiddeld behandel protocol op iemand los te laten. De brandt haart ligt er nog, dus je zou tegelijkertijd die financiële problemen aan moeten pakken. Ik heb jaren lang bij iedereen die maar met een half oor wilde luisteren, aangeklopt om te vragen voor 1,0 fte maatschappelijk werk. Maar dat kon niet. Maar toch, wij nemen een bijzondere positie in, ze komen al uit zichzelf naar ons. Maar ik heb het niet van de grond gekregen.

Maar na puzzelen in mijn budgetten, heb ik ruimte gemaakt voor een maatschappelijk werker. Maar dan kom ik terug op waar ik mijn verhaal mee begon, men lost het probleem vaak zelf op. Dus als je een dergelijke groep wilt bereiken, ik bied hier in één keer 700 man aan. Gebruik ons. Letterlijk. Wat er is vertrouwen in ons, je hebt een toeloop van mensen en je hebt kundige mensen die een verhaal kunnen overbrengen. Bottom line blijft helaas dat Noagg meer voorelkaar krijgt, maatschappelijk gezien dan wij, terwijl wij een sterker anker hebben binnen die groep. En we zouden wat dat betreft effectiever kunnen zijn.

En voor de Turken geldt, dat ze weten waar ze moeten zijn, bijvoorbeeld voor belasting aangifte. Dat voor het maatschappelijk veld in Utrecht, het belangrijk is om te realiseren, hoe zij sleutel figuren kunnen gebruiken.

Ik heb bij een communicatie bureau gewerkt, en daar werd gecommuniceerd met brochures. Die stonden voornamelijk in bibliotheken. Maar die werden niet gelezen. Uiteindelijk hebben we meer bereikt met het plaatsen van één enkele folder houder op de toonbank bij een gemiddelde Turkse of Marokkaanse groentewinkel. Zolang je de officiële kanalen en paden

blijft bewandelen ga je nergens komen. En dat is een signaal dat de overheid echt moet aanpakken. We zijn nu 30 jaar bezig met dit onderwerp. Niet zozeer over de digitalisering, maar wel over hoe bereiken we ze hele groep. Hoe krijgen we deze mensen mee? En dan denk ik, ga je eerst eens even verdiepen in de processen die zich al afspelen. Gooi alsjeblieft je bestaande infrastructuur weg, je gaat er nergens mee komen.

Ik denk dat het vooral draait om het ontrafelen van die paradoxen. Je moet op enig moment toch veralgemeniseren, dat je toch moet stereo typeren om ergens te komen. Die stereotyperingen zijn wel ergens op gebaseerd. Je kunt geen beleid voeren op individueel niveau. Maar de hoofdzaak blijft, dat als je de groep wilt bereiken, je met de groep mee moet veren. Je zult misschien toch de Turkse media er bij moeten betrekken. Je kunt hier in Nederland de regionale zenders uit Turkije ontvangen. Neem dan misschien 4 of 5 grote zenders die je kunt benaderen. Er zijn veel Europese bedrijven die spotjes hebben op Turkse zenders. Je zou een postbus 51 idee kunnen hebben. Turkse geschreven media, net als elke Nederlandse krant, wordt ook steeds minder gelezen. Wat je wel zou kunnen proberen is om moskeeën mee te krijgen. Het blijft toch een ontmoetingsplaats. Het nadeel is, van de buitenkant lijkt het één homogene groep maar ook daar zijn verschillende groepen. Aan de andere kant, die werken op hoofdlijnen ook wel weer met elkaar samen.

Hoe communiceert u met cliënten? Welke kanalen gebruikt u?

Niet. Ze weten ons te vinden. We hebben nooit echt een PR plan gemaakt. Wat heel sterk speelt is bijvoorbeeld onze directeur zorg heeft een bekende naam. Dat heeft een aanzuigende werking. Huisartsen kennen ons, we zijn een primaire verwijs bron. Men kent elkaar, het is een gemeenschap van 15.000 mensen.

Ik zou mezelf geen sleutelfiguur noemen, maar ik ken wel de juiste mensen die je zou moeten benaderen om iets voorelkaar te krijgen. Ik denk dat je dan voornamelijk in de moskee sferen moet zitten. Mensen die daar actiever in zijn. Je hebt een Turks ouder comité, die hebben het initiatief genomen om de Turkse taal voor hun kinderen, buiten school om, te organiseren. Zo zijn er toch wel een heleboel mensen die een grote achterban kunnen mobiliseren. Ik denk dat je met een man of 5 á 10 best wel wat voorelkaar krijgt.

Ik denk echt dat je de bestaande infrastructuren eens even moet laten vallen. Als het had gewerkt, hadden we nu wel effect gehad. Out of the box denken, probeer eens wat nieuws. Eerst kleinschalig, kijk eens wat dat op levert. En dan is Utrecht een interessante speeltuin.

Het heeft ook wel met groot stedelijk problematiek te maken maar aan de andere kant is het ook wel zo klein dat het behapbaar is.