



Kan je online vrienden worden met de overheid?

*Een kwalitatief onderzoek naar de online verbinding tussen
burgers en de Nationale ombudsman*

Masterscriptie Bestuurs-en Organiseringswetenschap
Master Communicatie, Beleid en Management
Linsey Thielen
3496244

Academisch jaar 2013-2014
Begeleider en eerste beoordelaar: dr. M. H. Winnubst

Voorwoord

Voor je ligt mijn masterscriptie die ik geschreven heb als afronding van mijn studie Communicatie, Beleid en Management. Het inleveren van deze scriptie betekent het einde van mijn studententijd. Ik heb de afgelopen jaren veel geleerd en een mooie tijd beleefd in Utrecht. Eerst heb ik mijn bachelor Communicatie- en Informatiewetenschappen mogen afronden, en nu dan ook mijn master. Het 'echte' leven gaat beginnen.

Ik wil graag mijn begeleider, Madeline Winnubst, bedanken voor de feedbackmomenten en begeleiding. Daarnaast wil ik de communicatie-afdeling bedanken van de Nationale ombudsman, met in het bijzonder Yara Backx. Ik heb het afgelopen half jaar een fijne en leerzame tijd bij hun mogen hebben als stagiair. Tenslotte wil ik mijn vriend Luc bedanken voor het nakijken van mijn papers de afgelopen jaren en natuurlijk voor alle hulp tijdens deze scriptie.

Ik wens je veel plezier bij het lezen van mijn masterscriptie.

Linsey Thielen

15 augustus 2014

Samenvatting

Het onderwerp dat centraal staat in deze scriptie zijn online verbindingen tussen burgers die niet meer weg te denken zijn uit hun dagelijkse leven. Het internet en sociale netwerk sites zorgen mede voor nieuwe verbindingen tussen burgers. Tussen de overheid en burgers zijn deze nieuwe online verbindingen nog geen gemeengoed. Op dit moment gaat Nederland de richting op van een doe-democratie. Voor een participatiesamenleving is het belangrijk te onderzoeken of overheid en burgers een binding kunnen aangaan. Omdat online bindingen zo'n grote rol spelen in het dagelijks leven van burgers, zou dit een goede ingang kunnen zijn om een binding tussen overheid en burgers te kunnen bewerkstelligen. Het doel van het onderzoek was inzicht krijgen in de online verbindingen tussen burgers en te verkennen of dit ook bewerkstelligd kon worden tussen burgers en de overheid. Het betrof een exploratief onderzoek dat kwalitatief van aard was.

De hoofdvraag in mijn onderzoek luidde: In hoeverre kan een online binding tussen burgers en Nationale ombudsman worden bewerkstelligd? Met daarbij drie deelvragen: Wat voor invloed heeft een online binding op de verbindingen tussen burgers? Wat kan een online binding betekenen voor de Nationale ombudsman? Hoe kan de Nationale ombudsman een online binding creëren met burgers?

Aan de hand van literatuuronderzoek wilde ik helder krijgen wat deze online verbindingen inhouden en wat voor invloed dit heeft op de samenleving. Om erachter te komen hoe burgers met elkaar zijn verbonden is mijn zoektocht gestart in de literatuur vanuit de maatschappelijke ontwikkeling netwerksamenleving (Castells, 2010). Daarna werd ingezoomd op de sociale media platformen Facebook en Twitter. Hierin stond de 'cultuur van verbinding' centraal van Dijck (2013). Daarna werd verder ingezoomd op de online verbindingen tussen burgers waarbij werd gekeken naar de indicatoren van een persoonlijke online verbinding en naar de vergelijking tussen online en offline verbindingen met daarin Baym (2010) centraal. Tenslotte werd literatuur achterhaald over offline verbindingen tussen burgers en overheid. Hierbij werd ingezoomd op de relatie tussen burgers en de overheid, waarbij het sociaal contract centraal stond van Ossewaarde (2007) en een vorm van offline binding, namelijk co-creatie. Aan de hand van de literatuur is een analytisch kader opgesteld dat is gebruikt voor de topiclijst van het empirisch onderzoek. Voor het empirisch onderzoek werden twee focusgroepen gehouden met in totaal 16 burgers en semigestructureerde-interviews met in totaal 5 burgers.

Uit de resultaten kan het volgende worden geconcludeerd. Uit de literatuur kwam naar voren dat er een niet gelijkwaardige relatie is tussen burgers en de overheid, wat te maken heeft met het sociaal contract, terwijl de relatie tussen burgers er wel een is tussen gelijken. Burgers die problemen hebben gehad met de overheid hebben vaak weinig vertrouwen in de overheid, en ervaren deze ongelijkwaardige relatie sterker dan burgers die geen problemen hebben gehad met de overheid. Het lijkt erop dat wanneer burgers meer negatieve ervaringen hebben gehad met de overheid, het lastiger zal worden om een online binding met burgers te bewerkstelligen dan wanneer burgers geen of weinig negatieve ervaringen hebben gehad. Daarnaast valt op dat bij een online binding tussen burgers twee typen verbindingen mogelijk zijn, namelijk zwakke en sterke verbindingen. Voor burgers is het mogelijk om zowel een zwakke als een sterke online binding aan te gaan met elkaar. Een zwakke online binding is erg vrijblijvend en meer informatief van aard, terwijl een sterke online binding meer consequenties met zich mee brengt en persoonlijker van aard is. Bij een online binding tussen overheid en burgers lijkt het erop dat maar een type online binding mogelijk is, namelijk een zwakke online binding. Dit betekent dat burgers een online binding eerder als vrijblijvend zullen zien en het vergaren van interessante informatie als belangrijk zullen ervaren.

Geconcludeerd kan worden dat het mogelijk lijkt dat een online binding tussen burgers en overheid kan worden bewerkstelligd ondanks de ongelijkwaardige relatie tussen burgers en de overheid. Deze zal dan als een zwakke online binding worden gekenmerkt.

Inhoudsopgave

1.	Inleiding	5
1.1	Aanleiding van het onderzoek.....	5
1.2	Onderzoeksvragen	6
1.3	Relevantie van het onderzoek.....	6
1.4	leeswijzer	7
2.	Methodologische verantwoording.....	8
2.1	Onderzoekspositionering	8
2.2	Methode.....	9
2.2.1	Kwalitatief onderzoek.....	9
2.2.2	Literatuuronderzoek.....	9
2.2.3	Focusgroepen en semigestructureerde-interviews	11
3.	Theoretisch Hoofdstuk	18
3.1	Het ontstaan van een netwerksamenleving.....	18
3.2	'Cultuur van verbinding'	19
3.3	Online verbindingen tussen burgers	27
3.3.1	Indicatoren van een persoonlijke verbinding online.....	27
3.3.2	Vergelijking tussen online en offline verbindingen	30
3.4	Binding burgers en overheid	31
3.4.1	"Nieuw" Sociaal Contract	32
3.4.2	Co-creatie	33
4.	Resultaten.....	35
4.1	Online binding tussen burgers	35
4.1.1	Gebruik sociale media	35
4.1.2	Online netwerk.....	38
4.2	Online binding tussen burgers en overheid	43
4.2.1	Offline binding tussen burgers en overheid.....	44
4.2.2	Online binding tussen burgers en overheid	49
5.	Conclusie en discussie	54
5.1	Beantwoording van de onderzoeksvragen.....	54
5.2	Aanbevelingen Nationale ombudsman	56
5.3	Discussie	57
5.4	Vervolgonderzoek	59
	Bijlage 1. Overzicht respondenten focusgroepen en semigestructureerde-interviews	63
	Bijlage 2. Gespreksleidraad focusgroepen	64
	Bijlage 3. Topiclijst focusgroepen en semigestructureerde-interviews	68
	Bijlage 4. Tabel overheidsinstanties focusgroepen.....	73

1. Inleiding

1.1 Aanleiding van het onderzoek

Gemiddeld zit de Nederlander op een werkdag, inclusief vrije tijd, 4 uur en 48 minuten op internet. Op een vrije dag is dat 4 uur en 18 minuten. 70% van de Nederlanders gebruikt minimaal één sociale netwerksite zoals Facebook, LinkedIn en Twitter. Facebook is met 68% veruit het populairst in Nederland. Persoonlijk nieuws of informatie op internet zetten en participeren op discussiefora verschuiven allemaal naar sociale media (CTIT, 2012). Het internet en sociale netwerk sites zorgen mede voor nieuwe verbindingen tussen mensen. Het internet heeft het mogelijk gemaakt om online verbindingen aan te gaan tussen mensen. Je hoeft niet meer langs te gaan om iemand op de hoogte te stellen, dit kan ook via een e-mail of WhatsApp. Ook sociale netwerk sites, zoals Facebook en Twitter, zorgen ervoor dat je online verbindingen met elkaar kan aangaan of kan onderhouden. Dit kan door status updates, foto's, chatsessies en korte berichten. Het is voortaan mogelijk om op een andere manier met elkaar te worden verbonden (Dijck, 2013; Castells, 2010). Tussen burgers lijkt deze nieuwe verbinding online op het internet en op sociale netwerk sites gemeengoed te zijn geworden, en zijn de online verbindingen niet meer weg te denken uit hun dagelijkse leven.

Tussen de overheid en burgers zijn deze nieuwe online verbindingen nog geen gemeengoed. Nieuwe technologieën zouden burgers in de toekomst in staat kunnen stellen om zelf hun eigen publieke waarde productie te organiseren in een 'do it yourself state'. Burgers hebben de overheid dan niet langer meer nodig (Meijer, 2012). Op dit moment gaat Nederland de richting op van een doe-democratie (Meijer, 2012). Zo is in Nederland bij bescherming tegen water en andere vormen van watermanagement sprake van vormen van een participatie democratie. Burgers worden hier betrokken bij de bescherming tegen water (Meijer, 2012). Burgers zijn geen objecten zonder macht maar zijn ook politieke subjecten die betrokken zijn bij verschillende manieren van het delen van macht (Meijer, 2012). In een participatiesamenleving wordt het meebeslissen van actieve burgers democratisch ingebed. Het doel is een sterke samenwerking tussen overheid en burgers die een meer probleemoplossend vermogen genereert (Ossewaarde, 2007). Historisch gezien is de relatie tussen burgers en de overheid niet gelijkwaardig en zal dat in de toekomst ook niet worden. Het openbaar bestuur bezit veel macht: het mag als enige belasting heffen, wetten uitvaardigen, rechtspreken en geweld uitoefenen (Bovens & Hart & Twist, 2007: 27). Voor een participatie samenleving is het belangrijk om te onderzoeken of overheid en burgers een binding kunnen aangaan. Omdat online verbindingen zo'n grote rol spelen in het dagelijks leven van burgers, zou dit een goede ingang kunnen zijn om een binding tussen overheid en burgers te kunnen bewerkstelligen.

Bureau Nationale ombudsman heeft deze nieuwe mogelijkheid gesignaleerd en is geïnteresseerd in de mogelijkheid of een binding online tussen burgers en bureau Nationale ombudsman is te bewerkstelligen.

Het doel van het onderzoek is inzicht krijgen in de online verbindingen tussen burgers en te verkennen of dit ook bewerkstelligd kan worden tussen burgers en de overheid.

1.2 Onderzoeksvragen

In mijn scriptie staan de volgende onderzoeksvragen centraal:

In hoeverre kan een online binding tussen burgers en Nationale ombudsman worden bewerkstelligd?

1. Wat voor invloed heeft online binding op de verbindingen tussen burgers?
2. Wat kan een online binding betekenen voor de Nationale ombudsman en voor burgers?
3. Hoe kan de Nationale ombudsman een online binding creëren met burgers?

Het onderzoek bestaat uit verschillende onderdelen. Ten eerste betreft het een literatuurstudie naar binding en de invloed hierop tussen de verbindingen van burgers. Ik ga kenmerken achterhalen met betrekking tot online verbindingen tussen burgers. Daarnaast ga ik in de literatuur opzoek naar offline bindingen tussen overheid en burgers. De bevindingen uit de literatuur ga ik toepassen op een casus bij bureau Nationale ombudsman. Ten tweede betreft het een explorerend kwalitatief onderzoek. Aan de hand van twee focusgroepen en semigestructureerde-interviews doe ik uiteindelijk een uitspraak over de verbinding tussen burgers en overheid voor de casus Bureau Nationale ombudsman, met als doel een eerste inzicht te geven waarmee bureau Nationale ombudsman aan de slag kan.

1.3 Relevantie van het onderzoek

Met dit onderzoek wordt geprobeerd inzicht te geven in online verbindingen tussen burgers en of dit ook ingezet kan worden door de overheid. Er is veel geschreven over nieuwe mogelijkheden op het gebied van online verbindingen tussen mensen met de komst van het internet, web 2.0 en sociale media (Baym, 2010; Castells, 2010; Dijck, 2013). Door het ontstaan van allerlei online verbindingen tussen mensen onderling veranderen verwachtingen en nemen relaties andere vormen aan (Castells, 2010). Ook maakt het internet het mogelijk om snel en tegen lage kosten samenwerkingsverbanden tussen mensen te vormen (Tapscott & Williams, 2006). Nieuw aan dit onderzoek is dat wordt gekeken of de inzichten van deze nieuwe online verbindingen tussen mensen ook gebruikt kunnen

worden om een dergelijke verbinding met de overheid aan te gaan. Of dit mogelijk is, is echter de vraag. Het gaat hierbij om een explorerend onderzoek waarbij de online binding tussen burgers en bureau Nationale ombudsman centraal staat.

Maatschappelijk gezien is het onderzoek ook van belang. Digitalisering is niet meer weg te denken in de samenleving. De overheid investeert veel in deze nieuwe digitale mogelijkheden. Als deze nieuwe digitale mogelijkheden ook een rol kunnen spelen voor een meer bindende en informele relatie tussen burgers en de overheid, is het zeker relevant dit verder te onderzoeken. Wanneer een meer bindende en informele relatie kan worden opgebouwd, zal dit ervoor kunnen zorgen dat de overheid inzicht krijgt in wat burgers beweegt en wat zij van de overheid verwachten, wat kan leiden tot een betere samenwerking wat belangrijk is voor het laten slagen van de doe-democratie.

1.4 leeswijzer

In hoofdstuk 2 beschrijf ik mijn onderzoekspositionering en de methodologische verantwoording van mijn onderzoek. Daarna wordt in hoofdstuk 3 kritisch de literatuur besproken dat is gebruikt voor mijn analytisch kader en zullen in hoofdstuk 4 de resultaten worden besproken van de focusgroepen en semigestructureerde-interviews. In hoofdstuk 5 zal vervolgens de conclusie en discussie aan bod komen, waarbij antwoord wordt gegeven op de hoofdvraag en gereflecteerd wordt op het onderzoek en suggesties worden gedaan voor vervolgonderzoek.

2. Methodologische verantwoording

Dit hoofdstuk bevat de onderzoekspositionering en methodologische verantwoording. In paragraaf 2.1 beschrijf ik mijn positie als onderzoeker. Het is belangrijk mijn positionering te bespreken omdat dit iets zegt over mijn visie en de manier waarop het onderzoek is uitgevoerd. Daarnaast bespreek ik in paragraaf 2.2 de methoden die in dit onderzoek zijn toegepast. Hierin verantwoord ik hoe mijn onderzoek is uitgevoerd en welke kwaliteitscriteria belangrijk zijn voor het uitvoeren van een kwalitatief onderzoek.

2.1 Onderzoekspositionering

Het is belangrijk om mijn onderzoekspositionering te bespreken. De manier waarop een onderzoeker kijkt naar de werkelijkheid heeft invloed waarop het onderzoek wordt uitgevoerd en geanalyseerd (Boeijs, 2008). Deetz (2000) omschrijft vier discoursen op basis van twee dimensies. Ik zal deze vier discoursen eerst toelichten, en zal vervolgens uitleggen welke toepasbaar is op mijn onderzoek.

De vier discoursen zijn *normative studies*, *critical studies*, *dialogic studies* en *interpretative studies*. Het eerste discours is *normative studies*. Dit wordt als normatief omschreven om de centrale plek van codificatie te benadrukken. Codificatie zoekt naar regelmatigheden, normalisatie van ervaringen en strategisch/directieve controle oriëntatie. In de praktijk betekent dit het operationaliseren van concepten, "objectiviteit" en recht gerelateerde relaties. Het tweede discours is *critical studies*. Kritische onderzoekers zien organisaties in het algemeen als sociale historische creaties ontwikkeld in condities van strijd en dominantie. Een dominantie die vaak een betekenisvol conflict verbergt. Organisaties worden daarbij vaak omschreven als politieke omgevingen met machtsrelaties. Deze machtsrelaties willen ze blootleggen. Het derde discours is *dialogic studies*. In dit discours ligt de focus op fragmentatie en potentiële verdeeldheid binnen elk discours. Net als met *critical studies* houden ze zich bezig met asymmetrie en dominantie, maar in deze discours wordt vooraf geen definitie gegeven aan de groepen en types van dominantie. Dominantie wordt gezien als mobiel, situationeel en niet door iedereen bewerkstelligd. Groepen en persoonlijke identiteit kunnen niet gezien worden als iets vast of unitair. Binnen deze studie willen ze conflicten onderdrukt in het dagelijks leven achterhalen. Het laatste discours is *interpretative studies*. In dit discours zien onderzoekers de organisatie als een sociale plek en een speciaal type van gemeenschap dat belangrijke karakteristieken deelt met andere type gemeenschappen. In dit discours worden mensen niet gezien als objecten zoals andere objecten, maar zijn het actieve betekenis makers zoals de onderzoekers. Mensen geven dus hun eigen betekenissen (Deetz, 2000).

Het interpretatieve discours past het beste bij het onderzoek dat ik ga doen. De werkelijkheid is binnen dit discours geen vast gegeven, maar krijgt vorm door middel van sociale constructie waaraan mensen zelf een actieve bijdrage leveren (Yanow, 2000). Betekenisgeving speelt hierin een grote rol. De mens kent betekenis toe aan allerlei zaken (Boeije, 2008). Mijn onderzoek is interpretatief omdat door focusgroepen en interviews wordt gekeken welke betekenissen burgers geven aan online verbindingen. De betekenisgeving van burgers over mijn onderzoeksobject staat centraal.

2.2 Methode

Om mijn onderzoeksvragen te kunnen beantwoorden heb ik gebruik gemaakt van literatuuronderzoek (paragraaf 2.2.2) en een empirisch onderzoek (paragraaf 2.2.3) aan de hand van focusgroepen en semi-gestructureerde interviews. De motivatie en het gebruik van de methoden worden toegelicht in de volgende paragrafen.

2.2.1 Kwalitatief onderzoek

Het onderzoek dat ik heb gedaan is kwalitatief van aard. Kwalitatief onderzoek is volgens Boeije (2008) de studie van onderwerpen die gaan over betekenissen die mensen geven aan hun sociale omgeving en hoe ze zich gedragen, met behulp van onderzoeksmethoden die het mogelijk maken het perspectief van de persoon te leren kennen. Voor het empirisch gedeelte is gebruik gemaakt van een kwalitatieve onderzoeksmethode omdat gekeken is naar de betekenisgeving van burgers over het aangaan van online verbindingen. Er is gekozen voor een kwalitatieve methode omdat deze is gebaseerd op drie fundamentele krachten. Dit zijn exploratie en ontdekking, context en diepte en interpretatie (Morgan, 1998: 12). Kwalitatieve methoden maken het mogelijk de achtergrond van respondenten en hun ervaringen beter te achterhalen dan mogelijk is in kwantitatieve methoden. Op deze manier kun je meer inzicht krijgen waarom bepaalde dingen zijn zoals ze zijn. En geven respondenten vaak ook al zelf een interpretatie over bepaalde onderwerpen (Morgan, 1998: 12). Ook is kwalitatief onderzoek uitermate geschikt voor exploratief onderzoek, het kan zorgen voor eerste inzichten waarin nog maar weinig onderzoek is gedaan (Boeije, 2008).

2.2.2 Literatuuronderzoek

Als eerste is een literatuuronderzoek uitgevoerd. Ik heb het literatuuronderzoek gebruikt om inzicht te krijgen in de centrale concepten van mijn onderzoek. Door literatuuronderzoek kan een kritische analyse plaatsvinden op bestaande literatuur. Daarnaast is het literatuuronderzoek gebruikt voor het opstellen van mijn topiclijst voor de focusgroepen en semigestructureerde-interviews.

De start van mijn onderzoek is de maatschappelijke ontwikkeling netwerksamenleving om kenmerken van deze samenleving te achterhalen die mogelijk van invloed zijn op de online verbindingen tussen burgers. In Google Scholar zocht ik op de zoekterm *network society* en toen kwam ik al snel uit bij Castells (2010). Deze literatuur was relevant omdat het gekoppeld werd aan de begrippen communicatie, informatie en cultuur. Vanuit de literatuur over netwerksamenleving werd duidelijk dat begrippen *verbinding* en *binding* centraal staan. Wanneer ik de begrippen *binding*, *bonding of verbinding* gebruikte als zoektermen bij Google Scholar kwam ik vooral uit bij literatuur dat betrekking had op marketing of human resource management. Deze literatuur was voor mijn onderzoek minder relevant, omdat het vaak betrekking had op organisaties. Ik was voor mijn onderzoek meer geïnteresseerd in sociologie omdat ik mij meer wilde verdiepen in aspecten van een samenleving en het sociale gedrag van mensen. Om toch meer achtergrondinformatie over deze begrippen te krijgen heeft mijn begeleider toen gewezen op het boek van Van Dijck (2013). In haar boek: 'The culture of connectivity: A critical history of social media' staat *de cultuur van verbondenheid* centraal dat wordt uitgelegd aan de hand van verschillende sociale netwerksites. De hoofdstukken over Facebook en Twitter waren daarbij vooral relevant voor mijn onderzoek omdat deze sociale media sites erg populair zijn in Nederland en veel worden gebruikt om een online verbinding aan te gaan tussen burgers. Ik ben daarna via Google Scholar gaan zoeken naar relevante artikelen over Facebook of Twitter. Via de zoekterm *Friendship Facebook* kwam ik terecht bij Lewis & West (2009) en via de zoekterm *Twitter understanding* kwam ik terecht bij Java, Finin, Song, Tseng (2007). Om nog meer in te kunnen zoomen op de online verbinding tussen burgers, ben ik vervolgens gaan zoeken in de referentielijst die Dijck (2013) heeft gebruik voor haar boek. Verschillende titels heb ik vervolgens opgezocht, via Google Scholar of de Universiteits bibliotheek waarbij met name één titel erg relevant bleek te zijn. Het boek van Baym (2010) *personal connections in the digital age* heb ik in de Universiteits bibliotheek gevonden. Belangrijke aspecten over de betekenis van online verbindingen tussen burgers worden hierin behandeld. Daarnaast heeft het boek mij gebracht naar allerlei andere literatuur die relevant was voor mijn onderzoek, waaronder: Gross & Acquisti (2005), Carter (2005), Haythornwaite (2005) en Giddens (1999). Tot nu toe ging mijn literatuur specifiek over de online binding tussen burgers maar om tenslotte antwoord te kunnen geven op mijn hoofdvraag was het ook belangrijk te achterhalen wat voor offline binding overheid en burgers hebben. Het was belangrijk inzicht te krijgen in bestaande offline bindingen tussen burgers en de overheid omdat dit mij inzichten kon geven over het vormgeven van een online binding tussen burgers en de overheid. Uit eerdere cursussen wist ik dat de relatie tussen overheid en burgers in historisch perspectief een belangrijke rol zou spelen voor de huidige offline binding tussen overheid en burgers. Het historisch perspectief is belangrijk omdat het inzicht geeft over de relatie tussen overheid en burgers. Voor het raadplegen van relevante informatie heb ik gebruik gemaakt van het

boek Bovens & Hart en Twist (2007). Dit boek had ik nog in mijn bezit van een eerdere cursus. Hierin werd duidelijk dat om meer te weten te komen over de offline verbinding ingezoomd moest worden op de relatie tussen overheid en burgers. Deze relatie wordt gekenmerkt via het sociaal contract. Via Google Scholar ben ik met de zoekterm *social contract* terecht gekomen bij Rousseau (2002) en met de combinatie *social contract en government* bij Ossewaarde (2007). Ossewaarde noemt het belang van samenwerking, een vorm van samenwerking is co-creatie. Via google scholar is daarom gezocht met de zoekterm *co-creatie en overheid* en ben ik tenslotte terecht gekomen bij Meijer (2012). Aan de hand van deze literatuur had ik voldoende data verzameld om een analytisch kader te kunnen vormgeven.

2.2.3 Focusgroepen en semigestructureerde-interviews

Er is gebruik gemaakt van twee kwalitatieve onderzoeksmethoden, focusgroepen en aanvullende semigestructureerde-interviews. Ten eerste is gekozen voor focusgroepen omdat vanuit de literatuurstudie weinig bekend is over het aangaan van een online verbinding tussen burgers en de overheid. Het onderzoek heeft vooral een explorerend karakter, waardoor focusgroepen op een relatief snelle manier inzicht kunnen geven over een bepaald onderwerp. Door focusgroepen kunnen de respondenten hun perspectieven geven op mijn onderzoeksthema (Morgan, 1998, p. 31) en kan ik redelijke verwachtingen krijgen over het specifieke onderwerp (Morgan, 1998, p. 55). Naast de twee focusgroepen is naderhand ook nog gekozen voor het afnemen van vijf aanvullende semigestructureerde-interviews. Hiervoor is gekozen omdat de focusgroepen wel voldoende inzicht gaven of de respondenten interesse hadden in een online binding met de overheid, maar was er niet de gelegenheid om bij alle aspecten echt dieper op het onderwerp in te gaan, met name wat betreft hun bestaande online verbindingen. Door het toevoegen van vijf semigestructureerde-interviews is geprobeerd de diepgang van de onderzoekdata, wat zo kenmerkend is aan kwalitatief onderzoek, beter tot zijn recht te laten komen (Morgan, 1998: 12).

Focusgroepen

Een focusgroep bestaat uit een kleine groep respondenten meestal tussen de zes en acht personen. Een gespreksleider leidt het interview terwijl een kleine groep respondenten de voorgestelde onderwerpen bediscussieerd. Hetgeen de respondenten vertellen tijdens een focusgroep zijn de essentiële data voor het onderzoek (Morgan, 1998: 1). Focusgroepen zijn gefocust en zijn speciaal gewijd aan het verzamelen van data over specifieke onderwerpen (Morgan, 1998: 31). Focusgroepen zorgen ervoor dat de groepsdiscussies een proces creëren van delen en vergelijken van de respondenten (Morgan, 1998: 12). Het voordeel van focusgroepen is dat je op een relatief snelle

manier inzicht kunt krijgen over een bepaald onderwerp, en kunnen aan de hand daarvan redelijke verwachtingen worden bewerksteld (Morgan, 1998: 55). Een van de nadelen van een focusgroepen kan zijn dat het gesprek gedomineerd wordt door bepaalde respondenten, waardoor niet alle meningen goed gehoord worden (Smithson, 2000). Om dit risico te verminderen kregen de respondenten bij verschillende vragen de tijd om het antwoord eerst schriftelijk te noteren. Ook is het belangrijk dat er een goede groepsdynamiek wordt gecreëerd voor de uitkomst van de resultaten (Smithson, 2000). Het leiden van focusgroepen brengt dus verschillende risico's met zich mee, en daarom is gekozen om het gesprek te laten leiden door een ervaren gespreksleider. In het verleden heb ik zelf nog nooit focusgroepen geleid, hierdoor vond ik mezelf niet in staat om een focusgroep in goede banen te leiden. Een nadeel van deze keuze was dat je niet zelf direct als onderzoeker dieper op een onderwerp in kan gaan, en je daarvan afhankelijk bent van de afspraken met de ervaren gespreksleider. Wel is van tevoren een gespreksleidraad opgesteld zodat de centrale onderwerpen aan bod zouden komen en in de juiste volgorde. Ook kwam de ervaren gespreksleider verschillende malen tijdens de focusgroepen naar mij toe om te vragen of alles naar wens verliep. Ik heb dus zoveel mogelijk vooraf goed overlegd met de ervaren gespreksleider over de inhoud van de focusgroepen, en ik heb tijdens de focusgroepen aangegeven wanneer dieper op bepaalde onderwerpen in moest worden gegaan.

Respondenten focusgroepen

Een belangrijke doelgroep van de Nationale ombudsman zijn de burgers. Voor de focusgroepen is gekozen voor de publieksgroepen van de Nationale ombudsman, dit zijn burgers van 25-45 jaar en ouderen van 60+ laag of midden opgeleid (bijlage 1 Overzicht respondenten). Er is gekozen voor de publieksgroepen van de Nationale ombudsman omdat zij juist deze groep burgers vaak moeilijk kunnen bereiken. Er zijn twee focusgroepen gehouden van 90 minuten. Er is een onderscheid gemaakt tussen de focusgroepen, doordat in de ene focusgroep respondenten wel eerder hadden geklaagd bij een overheidsinstantie en in de andere groep (nog) niet. In eerste instantie was de opzet om in de focusgroep 'klagers' deelnemers te zoeken die al eerder in contact zijn geweest met de Nationale ombudsman, maar dit bleek erg lastig. In totaal konden maar drie mensen worden gevonden die wilden deelnemen aan deze focusgroep. Het idee hierachter was dat wanneer mensen al een keer geklaagd hadden bij de Nationale ombudsman ze al in contact waren geweest met de Nationale ombudsman en hierdoor misschien een ander beeld zouden hebben van de organisatie, wat hun mening over het aangaan van een online binding met de overheid en Nationale ombudsman kan beïnvloeden. In plaats daarvan is ervoor gekozen om het profiel van de respondenten te verbreden. Om in aanmerking te komen voor de focusgroep moesten burgers geklaagd hebben bij een overheidsinstantie over een probleem dat zij met de overheid hadden. Hiervoor is gekozen

omdat ze op deze manier al eens eerder met een overheidsinstantie in contact zijn geweest en de stap hebben genomen om een klacht in te dienen voor hun probleem. Alle 16 respondenten zijn 'gesluiert' naar het onderzoek gekomen. Dit houdt in dat de respondenten van te voren niet zijn geïnformeerd over het onderwerp van het onderzoek. Hiervoor is gekozen zodat ze van te voren geen informatie konden opzoeken over de Nationale ombudsman en zich niet konden inlezen over het betreffende onderwerp. Dit zou namelijk de betrouwbaarheid van het onderzoek kunnen beïnvloeden (Boeije, 2008). Voor de focusgroepen is een professioneel onderzoeksbureau ingeschakeld. Hiervoor is gekozen omdat bureau Nationale ombudsman dit erg belangrijk vond. Zij vonden dit belangrijk omdat het onderzoeksbureau over een pool met 60.000 leden beschikt en beschikken over professionele gespreksleiders. Door het inschakelen van een onderzoeksbureau was het mogelijk om op een korte termijn respondenten te selecteren die aan de eisen voldeed. Zelf was het niet mogelijk geweest om in zo korte tijd voldoende proefpersonen te vinden die aan de selectie eisen voldeden. Uit deze pool zijn 35 respondenten geselecteerd in de leeftijd van 25 tot 45 jaar en 52 respondenten van 60 jaar en ouder die een probleem hadden met de overheid en hadden geklaagd bij een overheidsinstantie. Daarnaast zijn in totaal 23 respondenten geselecteerd van 25 tot 45 jaar en 87 respondenten van 60 jaar en ouder die een probleem hadden met de overheid en niet hebben geklaagd bij een overheidsinstantie. Uiteindelijk hebben 16 respondenten deelgenomen aan de focusgroepen, in beide focusgroepen waren 8 respondenten aanwezig.

Data verzameling focusgroepen

De twee focusgroepen zijn woensdag 7 mei 2014 afgenomen. Elke focusgroep duurde in totaal 90 minuten. Voor de focusgroepen is een gespreksleidraad opgesteld (Zie bijlage 2) zodat de topics in de juiste volgorde aan bod kwamen en er een goede opbouw was. De inhoud van de focusgroepen en het verloop van de focusgroepen is in nauw overleg met de onderzoeker tot stand gekomen. Voor het opstellen van een gespreksleidraad is de topiclijst gebruikt (Zie bijlage 3), gebaseerd op de literatuurstudie. Omdat mijn onderzoek voor de Nationale ombudsman is gedaan hebben zij ook bepaalde onderwerpen aan de gespreksleidraad toegevoegd. Voor mijn onderzoek waren de volgende topics interessant. Ten eerste werd gestart vanuit de topic online binding tussen burgers, waarbij de subtopics hoorden: "Tijdsbesteding online", "Online omgevingen", "Motivatie", "Betekenis online vriendschap", "Populariteitsprincipe", "Vertrouwen", "Free-floating", "Type verbinding", "Identiteit", "Privacy", "Delen" en "Liken". De subtopic "betekenis online vriendschap" zal verder worden toegelicht. Bij deze topic waren de volgende vragen relevant: Wat betekenen het hebben van online vrienden voor hen, wat zijn online vrienden, wanneer wordt iemand een online vriend genoemd, wat zijn voor- en nadelen van een online vriendschap en of er een verschil is met een vriend uit de offline wereld. Het tweede deel van de topiclijst bestond uit de

topic binding tussen overheid en burgers, waarbij eerst werd ingezoomd op de offline binding en daarna op de online binding. De volgende subtopics hoorden daarbij: "Relatie overheid", "Relatie Nationale ombudsman", "Vertrouwen", "Transparantie", "Offline bindingen overheid", "Offline bindingen Nationale ombudsman", "Online bindingen overheid", "Online bindingen Nationale ombudsman", "Wederkerigheid" en "Betekenis online vriendschap". De subtopic "Relatie Nationale ombudsman" zal verder worden toegelicht. Deze topic werd bevestigd zodat achterhaald kon worden wat voor verhouding de respondenten hadden met de Nationale ombudsman. Enkele relevante vragen daarbij zijn: Kent u de Nationale ombudsman?, Wat is volgens u de Nationale ombudsman, Bent u wel eens in contact geweest met de Nationale ombudsman? en Wat voor beeld heeft u van de Nationale ombudsman? Tijdens de focusgroepen is het niet mogelijk geweest om alle topics te behandelen, dit was dan ook het belangrijkste motief om aanvullende individuele interviews toe te voegen aan de empirische data. Daarnaast had de Nationale ombudsman nog specifieke vragen waardoor de gespreksleidraad soms afwijkt van de vooraf opgestelde topiclijst.

De focusgroepen zijn op video opgenomen en zijn vervolgens getranscribeerd. De gespreksmoderator leidde het gesprek, en zorgde voor een comfortabele sfeer. Het is belangrijk dat de deelnemers zich comfortabel voelen om een goede groepsdiscussie te kunnen organiseren (Morgan, 1998, p. 61). Aan het begin van elke focusgroep was daarom een korte introductie, en kreeg elke respondent de gelegenheid om zichzelf voor te stellen. De gespreksleider zorgde er daarnaast voor dat elke respondent de mogelijkheid kreeg om uit te praten, en er werd ingegrepen wanneer dat nodig was. Ook is er voor gekozen om bij sommige topics eerst de ideeën individueel op papier te zetten, waardoor de respondenten de kans kregen eerst zelf na te denken over bepaalde onderwerpen en zo niet beïnvloed konden worden door anderen. Hiermee is geprobeerd sociaal wenselijke antwoorden tegen te gaan (Boeije, 2008).

Semigestructureerde-interviews

Het grootste verschil tussen individuele en groepsinterviews (in dit geval focusgroepen) is de hoeveelheid aan informatie die je ontvangt van elke geïnterviewde. Je kunt dieper op een bepaald aspect ingegaan. Met individuele interview genereer je andere data, dan met groepsinterviews (Morgan, 1998: 33). Voor mijn onderzoek is het belangrijk dat ik door het toevoegen van een extra onderzoeksinstrument andere inhoud aan data zou genereren. Er is gekozen voor semigestructureerde-interviews omdat ik meer diepgang wilde creëren over het onderzoeksonderwerp. Ook zijn bepaalde belangrijke topics niet of nauwelijks aan bod gekomen tijdens de focusgroepen, waardoor semigestructureerde-interviews mij de kans boden om deze wel te behandelen. De betekenis van semigestructureerde-interviews is dat de topics van te voren

vaststaan, maar dat het verloop van het interview tijdens het interview wordt bepaald (Boeije, 2008). Er is gekozen voor semigestructureerde-interviews omdat respondenten hierdoor vrij zijn om hun eigen verhaal te vertellen, je als onderzoeker direct kan reageren op antwoorden van de respondenten en er ruimte is om andere vragen toe te voegen. Bij gestructureerde interviews zou dit niet mogelijk zijn omdat dan niet meer afgeweken kan worden van de vooropgestelde vragenlijst. Ook doordat in elk interview dezelfde topics werden bevroegd, konden de interviews beter met elkaar worden vergeleken, maar geeft het dus wel de mogelijkheid voor eigen inbreng (Boeije, 2008). Een nadeel van semigestructureerde-interviews is dat er balans moet worden gevonden tussen passiviteit en richting geven (Walsham, 1995). Wanneer je als interviewer te veel richting aangeeft kan dit zorgen voor minder rijke data, en te veel passiviteit kan ervoor zorgen dat de respondent het gevoel krijgt dat de interviewer niet geïnteresseerd is. Ik heb daarom als interviewer geprobeerd hierin een balans te vinden door genoeg ruimte te geven aan de respondenten voor eigen inbreng. Op deze manier konden ze hun verhaal vertellen maar kon ik ook wanneer nodig ingrijpen en specifiek doorvragen op voor mij interessante onderwerpen.

Respondenten semigestructureerde-interviews

De respondenten voor de semigestructureerde-interviews hadden een leeftijd tussen de 25 en 61 jaar (Bijlage 1 overzicht respondenten). Daarbij is geprobeerd om een zo breed mogelijke spreiding te creëren, zodat elke leeftijdscategorie vertegenwoordigd werd in de interviews. Hiervoor is gekozen omdat leeftijd een rol zou kunnen spelen wat voor betekenis wordt gegeven aan online verbindingen en een binding met de overheid. Bij het selecteren van respondenten was het van belang dat ze online actief waren en dat er een spreiding in leeftijd was. Voor het vinden van de respondenten is gebruik gemaakt van de snowball methode (Boeije, 2008). Via de eerste respondenten zijn de namen verkregen van anderen. In totaal heb ik 5 respondenten gevonden die mee wilden doen. Ik wist van te voren dat ze online actief waren en hun leeftijd was bekend. Ik heb voor het inplannen van een afspraak de respondenten gebeld. De respondenten kregen daarbij zelf de keuze op welke locatie en tijdstip het interview kon plaatsvinden. Ik heb zelf de semigestructureerde-interviews afgenomen met de 5 respondenten.

Dataverzameling interviews

Voor de semigestructureerde-interviews is gebruik gemaakt van dezelfde topiclijst (Bijlage 3) als tijdens de focusgroepen. Voor het onderzoek was het belangrijk dat de topiclijsten zoveel mogelijk overeenkwamen, zodat de data zo goed mogelijk met elkaar konden worden vergeleken. De belangrijkste subtopics waar tijdens de semigestructureerde-interviews dieper op kon worden ingegaan waren met name die betrekking hadden op de topic online binding tussen burgers, zoals

“populariteitsprincipe”, “betekenis online vriend”, “free-floating”, “identiteit”, “algoritmen”, “delen” en “liken”. Tijdens de semigestructureerde-interviews werden open vragen gesteld, die vooraf waren opgesteld. De interviews zijn opgenomen met een audiorecorder en heb ik vervolgens getranscribeerd. Elk interview duurde ongeveer 40 tot 60 minuten.

Data analyse focusgroepen en semigestructureerde-interviews

De data van de focusgroepen en de data van de semi-gestructureerde interviews heb ik eerst apart gecodeerd, en vervolgens samengevoegd tot één dataset met daarbij wel een onderscheid tussen de verschillende onderzoeksmethoden. De data heb ik eerst open gecodeerd. Bij open coderen worden de fragmenten die van belang lijken voor het onderzoek voorzien van een code (Boeije, 2008: 85). De codes heb ik aangebracht door tekstfragmenten of onderwerpen die overeen kwamen te voorzien van dezelfde kleur en code. Ik heb daarna relevante gespreksfragmenten of relevante onderwerpen gecategoriseerd. Vervolgens heb ik axicaal gecodeerd. Daarbij worden de codes met elkaar vergeleken en worden synoniemen weggehaald om zo de lijst te verkleinen (Boeije, 2008: 98-99). Hiervoor heb ik gebruik gemaakt van de vooraf opgestelde topiclijst (Zie bijlage 3) en konden de meeste relevante onderwerpen voor mijn onderzoek worden uitgelicht en uitgewerkt. Tenslotte heb ik selectief gecodeerd. Op deze manier kan structuur worden aangebracht in gegevens en kunnen verbanden worden gelegd (Boeije, 2008). Hierbij heb ik de begrippen die naar voren kwamen uit de data en de theoretische concepten uit het literatuur onderzoek met elkaar in verband kunnen brengen.

Kwaliteitscriteria kwalitatief onderzoek

Verschillende onderdelen spelen een rol voor de kwaliteitscriteria van een kwalitatief onderzoek. Ten eerste is de betrouwbaarheid belangrijk. Bij betrouwbaarheid is het van belang dat het onderzoek herhaald kan worden. Door de methodologische keuzen te verantwoorden kan meer inzicht verkregen worden in de betrouwbaarheid van het onderzoek (Boeije, 2008: 145). Het gaat in dit onderzoek om een interpretatief onderzoek, hierbij spelen de interpretaties van mij als onderzoeker een rol en ook de interpretaties van de respondenten. Het is daarom belangrijk dat mijn gegevens controleerbaar zijn (Boeije, 2008). Ik heb van te voren een topiclijst opgesteld en deze zou opnieuw gebruikt kunnen worden in een ander onderzoek. Daarnaast zijn de focusgroepen en semigestructureerde-interviews opgenomen en getranscribeerd. Deze gegevens zijn daardoor ook controleerbaar. Tenslotte ben ik als onderzoeker bij de verwerking van de interviews zo dicht mogelijk gebleven bij de originele uitspraken, hiervoor is gekozen zodat de resultaten zoveel mogelijk voor zichzelf konden spreken.

Ten tweede is validiteit belangrijk. Hierbij gaat het erom of het onderzoek daadwerkelijk meet wat de onderzoeker wil weten, dus of de resultaten overeenkomen met hetgeen de onderzoeker wilde meten (Boeije, 2008: 145). Er kan een onderscheid worden gemaakt tussen interne en externe validiteit. Interne validiteit houdt in dat ik als onderzoeker daadwerkelijk meet wat ik van te voren wil meten (Boeije, 2008: 145). Ik heb geprobeerd de interne validiteit te waarborgen door als onderzoeker door te vragen bij antwoorden van respondenten. Ook heb ik soms vragen op meerdere manieren gesteld aan respondenten, en daarmee hoopte ik sociaal wenselijke antwoorden te voorkomen. Tenslotte heb ik wanneer nodig antwoorden van respondenten samengevat, zodat kon worden achterhaald of ik het goed had begrepen. Bij externe validiteit is het belangrijk of de conclusies uit het onderzoek ook gelden in andere, nog niet onderzochte situaties (Boeije, 2008: 145). Ik heb in mijn onderzoek 16 respondenten ondervraagd tijdens de twee focusgroepen, en 5 respondenten tijdens de semigestructureerde-interviews. Ik heb geen gebruik gemaakt van een grote steekproef en heb mij daarnaast gefocust op één speciale casus, namelijk de Nationale ombudsman. Het voordeel van een beperkt aantal onderzoeksobjecten is dat vooral binnen sociale wetenschappen via diepgaand onderzoek waardevolle voorbeelden tevoorschijn kunnen komen, die niet in de bruikbare theorieën aanwezig zijn (Flyvbjerg, 2006: 228). Aan de andere kant wordt door deze keuze de generaliseerbaarheid van mijn onderzoek beperkt, omdat wordt gefocust op één speciale casus en geen grote steekproef is afgenomen.

3. Theoretisch Hoofdstuk

Om erachter te komen hoe burgers met elkaar zijn verbonden in een tijdperk waarin internet, web 2.0 en sociale netwerksites een grote rol spelen, is mijn zoektocht gestart in de literatuur vanuit de maatschappelijke ontwikkeling netwerksamenleving. Ik ben hier gestart omdat het ontstaan van de netwerksamenleving een grote maatschappelijke impact heeft gehad, en heeft geleid tot andere mogelijkheden voor communicatie en verbindingen tussen burgers, wat relevant is voor mijn onderzoek. Vervolgens zoom ik in op het concept verbinding, zodat ik meer inzicht krijg in de online binding tussen burgers en wat kenmerkend is voor hun persoonlijke verbindingen. Tenslotte ga ik onderzoeken of de online binding tussen burgers ook gerealiseerd zou kunnen worden tussen burgers en de overheid.

3.1 Het ontstaan van een netwerksamenleving

De voorbode van de netwerksamenleving diende zich aan in de jaren '70. Maatschappelijke veranderingen vonden plaats door opeenvolgende uitvindingen op het gebied van telecommunicatie en dataverwerking. Denk daarbij aan de oprichting van het World Wide Web in 1991 (Castells, 2010). Volgens Castells (2010) was het samenvallen van de informatierevolutie en de innovaties op het gebied van telecommunicatie de sleutel tot een omslag. De maatschappelijke impact is volgens Castells (2010) vergelijkbaar met die van de Industriële Revolutie. Technologische ontwikkelingen, zoals het internet, maakten het mogelijk dat allerlei aspecten van de samenleving als een netwerk konden functioneren. Netwerken kunnen sneller op een wereldwijde schaal uitgebreid worden, waardoor we in een wereld leven die gekenmerkt wordt door globalisatie (Held et al. 1999; Giddens and Hutton 2000; Held en McGrew 2007). Globalisatie is het proces dat een sociaal systeem vormt met de capaciteit om te werken als een onderdeel op een planetaire schaal in een echte of gekozen tijd. Nieuwe informatie- en communicatietechnologieën, inclusief lange afstand transportatie en computernetwerken, staan globale netwerken toe om selectief iemand of iets te verbinden met de hele wereld (Castells, 2008). Door het ontstaan van allerlei verbindingen tussen mensen onderling veranderen verwachtingen over de relaties en nemen relaties andere vormen aan (Castells, 2010). In een netwerksamenleving wordt er steeds meer vanuit gegaan dat alles snel wordt gedaan en relaties kunnen ook online bestaan en grotere afstanden overbruggen. De maatschappij verandert zo snel, dat het lijkt alsof burgers de controle over hun levens verliezen. Het netwerk functioneert volgens haar eigen logica. Op deze manier kunnen mensen of bedrijven worden buitengesloten wanneer ze niet van betekenis zijn voor het netwerk. Omgekeerd wordt je ook snel opgenomen in een netwerk, als je wel waardevol bent. Als je dus deel wilt uitmaken van een netwerk, moet je jezelf snel aanpassen aan de ontwikkelingen van een netwerksamenleving (Castells, 2010, p. 3). Denk

bijvoorbeeld aan het onderhouden van sociale netwerken zoals een vriendenkring zonder mobiele telefoon en het Internet. Hierdoor wordt het in contact komen met elkaar moeilijker en zal het meer tijd in beslag nemen. Zonder aanpassing wordt je sneller buitengesloten. Zoals hierin ook duidelijk zichtbaar wordt, is een netwerksamenleving een cultuur die meer en meer gevormd is rondom digitale media en wordt deze omgeving steeds meer gestructureerd door deze media (Castells, 2010).

Het leven in netwerken waardoor verbindingen tussen mensen onderling en met organisaties veranderen, zorgt er ook voor dat de communicatie verandert. Voor de netwerksamenleving was alle communicatie op maatschappelijk en organisatorisch niveau geconcentreerd rondom massamedia en gekenmerkt door eenzijdige berichtgeving (Castells, 2007: 246). Zo werd bijvoorbeeld op een website informatie geplaatst die werd bepaald door de eigenaar van de website en er kon niet gereageerd worden op de informatie, terwijl in de netwerksamenleving massa zelfcommunicatie de communicatie basis vormt. Bij massa zelfcommunicatie heeft een individu de mogelijkheid om iets mee te delen aan een groot publiek via het internet. Het is een web van horizontale, multimediale en interactieve communicatienetwerken (Castells, 2007: 246). Via onder andere sociale netwerk sites en blogs worden contacten gelegd door middel van interactie, en kunnen individuen content vormen. Informatie wordt interactief tussen organisaties en burgers vergaard, verschaft en besproken.

Met name de manier van communiceren die is veranderd door de globalisering en de komst van het Internet is van belang voor mijn onderzoek. Ik richt mij op de communicatie tussen burgers onderling en tussen burgers en de overheid. Daarnaast vraag ik mezelf af in hoeverre we daadwerkelijk leven in een netwerksamenleving. Is deze netwerksamenleving terug te zien in onze samenleving? Om meer inzicht te krijgen in deze samenleving, zal nu worden ingegaan op de online verbindingen tussen burgers, dit wordt uitgewerkt aan de hand van het concept 'verbinding'.

3.2 'Cultuur van verbinding'

Door technologische ontwikkelingen, zoals het Internet en de functionele structuur van het World Wide Web verplaatsen steeds meer mensen hun dagelijkse activiteiten naar online omgevingen. Hierdoor ontstonden nieuwe mogelijkheden voor verbindingen en konden mensen online en met iedereen op de wereld een verbinding aan gaan. Naast het feit dat mensen op een andere manier verbonden konden worden, heeft de cultuur van verbinding nog andere kenmerken. Ten eerste de vervaging van grenzen tussen privé en publieke domeinen (Dijck, 2013: 12). In de cultuur van verbinding zijn de grenzen tussen privé en publieke domeinen minder zichtbaar. Het delen van privé

informatie wordt steeds meer gedaan in publieke domeinen. Ten tweede is de organisatie van sociale veranderingen gebaseerd op neoliberale economische principes (Dijck, 2013: 12). Commerciële motieven spelen een grote rol op sociale netwerk sites zoals Facebook en Twitter. Ten derde is het een cultuur die overstromd wordt door codes en technologieën (Dijck, 2013: 12). Technologieën spelen een grote rol om verbindingen te kunnen bewerkstelligen. En de gecodeerde structuren zijn diep geworteld in onze online verbindingen. Deze kenmerken van de cultuur van verbinding zijn duidelijk terug te zien in sociale media platformen. Daarom zullen aan de hand hiervan deze kenmerken besproken worden.

Sociale media platformen

Veel van de verbindingen tussen mensen die hun dagelijkse activiteiten verplaatsten naar online omgevingen voor bijvoorbeeld het onderhouden van relaties, ontstaan op sociale media platformen zoals Facebook, Twitter of Youtube. Deze platformen zorgen ervoor dat mensen makkelijker verbindingen met elkaar aan kunnen gaan. De behoefte van mensen aan verbondenheid heeft ervoor gezorgd dat veel mensen op sociale media platformen vertegenwoordigd zijn (Dijck, 2013: 5). Al deze platformen zijn interactief en bestaan in allerlei netwerken. De platformen zijn in staat te reageren op de behoeften van de gebruikers, de doelstellingen van de bezitters, concurrerende platformen en op de grotere technologische en economische infrastructuur door wie ze zijn ontwikkeld (Feenberg, 2009).

Er kan een onderscheid gemaakt worden tussen verschillende platformen. De belangrijkste typen sociale media platformen zijn volgens Dijck (2013) SNS, UGC, TMS en PGS. Deze worden hieronder kort toegelicht (Dijck, 2013: 8).

Sociale netwerk sites (SNS)

Deze sites promoten hoofdzakelijk interpersoonlijke contacten, zowel tussen individuen als groepen. Ze smeden persoonlijke, professionele of geografische verbindingen en moedigen zwakke banden aan. Voorbeelden zijn: Facebook, Twitter, LinkedIn en Google+.

User-generated content (UGC)

Deze platformen moedigen creativiteit aan. Op de voorgrond staan culturele activiteiten en ze promoten het uitwisselen van amateur of professionele inhoud. Voorbeelden zijn: Youtube, Flickr, Myspace en Wikipedia.

Trading en marketing sites (TMS)

Het hoofdzakelijke doel van deze platformen is het uitwisselen van producten of deze verkopen. Voorbeelden zijn: eBay, Groupon en Craigslist.

Play en game sites (PGS)

Dit is een bloeiend genre met populaire games zoals Farmville, CityVille, the Sims Social, Word Feud en Angry Birds.

Er zijn geen scherpe grenzen tussen de verschillende platform categorieën. Zo is bij Facebook het hoofddoel het promoten van sociale netwerken, maar (creatieve) inhoud kan ook worden toegevoegd zoals foto's en korte video's. Youtube heeft als hoofddoel om creatieve inhoud uit te wisselen, maar dit platform kan ook gezien worden als een sociaal netwerk doordat virtuele gemeenschappen specifieke berichten met elkaar delen (Dijck, 2013: 8-9). Een virtuele gemeenschap kan gezien worden als sociale aggregatie die vanuit het internet ontstaat wanneer voldoende mensen lang genoeg publieke discussies met menselijk gevoel voeren, om netwerken van persoonlijke relaties in cyberspace te vormen (Rheingold, 1993: 5). Alle platformen samen vormen een ecosysteem van 'verbonden' media. Het is een systeem dat ons voedt, en in ruil zich laat voeden door sociale en culturele normen, die gelijktijdig ook zichzelf ontwikkelen in onze wereld. Elk microsysteem is gevoelig voor veranderingen in andere delen van het ecosysteem. (Dijck, 2013: 21).

Voor mijn onderzoek zal ik mij met name richten op de Sociale Netwerk Sites, omdat zij als hoofddoel hebben een verbinding aan te gaan tussen individuen en groepen. Daarom zal nu eerst verder worden ingegaan op Sociale Netwerk Sites en hun invloed op de verbindingen tussen burgers.

Sociale Netwerk Sites

SNS maakten het mogelijk om makkelijker nieuwe verbindingen te vormen met andere mensen (Baym, 2010: 72). Vanaf de computer, laptop of telefoon kan men verbindingen vormen en relaties onderhouden op een platform dat hier speciaal voor is ingericht. Het kost relatief weinig tijd en energie en afstanden spelen geen rol (Baym, 2010: 72). Volgens Boyd & Ellison (2007) worden SNS voornamelijk gebruikt voor het onderhouden van verbindingen die offline zijn ontstaan. Met verbindingen die offline zijn ontstaan wordt bedoeld dat de meeste mensen op SNS hun verbindingen al eens hebben ontmoet in het dagelijks leven en vervolgens door SNS met elkaar in contact kunnen blijven of weer met elkaar in contact komen. Ook kan het gaan om een verbinding met iemand die in het dagelijks leven een belangrijke rol speelt maar waarbij de relatie ook via SNS wordt onderhouden. SNS worden vaak gebruikt als relatiebehoudend instrument. Het succes van SNS komt door de grote reikwijdte, waardoor verbindingen met meerdere mensen tegelijkertijd kunnen

worden onderhouden. Bij deze verbindingen kan het bijvoorbeeld ook gaan om mensen waarmee in de offline wereld niet zomaar contact mee wordt onderhouden, met andere woorden mensen waarmee men een zwakke band heeft. Het hebben van een zwakke band met mensen houdt in dat men deze mensen niet vaak of nauwelijks spreekt in het dagelijks leven. SNS maakt het mogelijk om dat dit soort verbindingen blijft bestaan, doordat via een status update berichten kunnen worden verzonden naar een grote groep verbindingen tegelijkertijd (Baym, 2010: 135). Het toegang hebben tot iemand zijn status update kan al een gevoel van verbinding bewerkstellen (Humphreys, 2007).

Om de veranderingen in de cultuur van verbinding tussen mensen te kunnen operationaliseren zullen nu eerst verschillende functies van sociale netwerksites worden beschreven, voordat verder in wordt gegaan op de verbinding tussen burgers. Deze functies zijn: friending, sharing en liking van Facebook en tweets en following van Twitter. Er is gekozen voor deze functies omdat het volgens Dijck (2013: 66) machtige concepten zijn die invloed hebben gehad op de betekenis van verbindingen tussen mensen. Daarnaast zijn Facebook en Twitter in Nederland de meest gebruikte SNS (CTIT, 2012).

Twitter

Twitter is een Sociale Netwerk Site. Het is een sociale netwerksite waarbij mensen op elkaar kunnen reageren en elkaar kunnen volgen. Op de persoonlijke pagina is te zien wie diegene volgt en door wie diegene wordt gevolgd. Twitter is opgericht als een platform om een stem te geven aan meningen en emoties, en om een bijdrage te leveren aan publieke dialogen en het aanmoedigen van groepen (Dijck, 2013: 73). Gebruikers kunnen korte berichtjes van maximaal 140 tekens publiceren. Dit worden ook wel tweets genoemd. Deze korte berichten zijn een nieuwe vorm van communicatie waarin gebruikers hun huidige status beschrijven. Doordat het korte berichten zijn, kost het minder tijd en investering om inhoud te plaatsen, waardoor het mogelijk is om meerdere berichten te plaatsen per dag. De meeste berichten op Twitter gaan over dagelijkse dingen of over wat mensen op dat moment aan het doen zijn. Daarnaast wordt het vaak gebruikt om een reactie te geven op het laatste nieuws of commentaar te geven op de laatste gebeurtenissen op Twitter. 13 % van de berichten bevatten een URL, waarbij dus gelinkt wordt naar een bepaalde video, website of artikel (Java, Finin, Song, Tseng, 2007). Je kan niet via een directe manier reageren op Twitter, daarom wordt veel het @-symbool gebruikt, gevolgd door de gebruikersnaam op wie je wilt reageren. Ongeveer 1/8 van alle berichten op Twitter omvatten een conversatie in deze vorm van communicatie (Java, Finin, Song, Tseng, 2007).

Following

Je kunt spreken van 'volgen' wanneer gebruikers zich abonneren op de tweets van andere gebruikers (Dijck, 2013: 71). Opvallend is, vergeleken met andere sociale netwerk sites, dat je iemand ('twitteraar') kan volgen, en degene die gevolgd wordt jou niet hoeft terug te volgen. Twitter heeft daardoor een laag niveau van wederkerigheid. 77,9% van gebruikersparen met een link tussen elkaar is eenzijdig, maar 22% hebben een wederkerige relatie. Vriendschappen op Twitter kunnen dus zowel eenzijdig als wederkerig zijn (Kwak, Lee, Moon, 2010).

Hoe meer mensen iemand volgen, hoe meer trendy hij of zij wordt. Hoe meer mensen een quote retweeten, des te groter is de impact in de Twitter verzen (Dijck, 2013: 158). Twitters algoritmen en beleid hangen verschillende gewichten aan verschillende stemmen (Dijck, 2013: 75). Hoeveel invloed een gebruiker heeft hangt samen met de aantal 'followers', volgers. Twitter wordt vooral gebruikt voor zelf-promotie. Veel beroemdheden en belangrijke personen gebruiken Twitters volgers functie als een medium om hun contact met fans te organiseren en onderhouden. Het wordt door deze personen voornamelijk ingezet om zichzelf te adverteren (Dijck, 2013: 76). Bedrijven en adverteerders betalen graag invloedrijke Twitteraars- zowel beroemdheden als gewone gebruikers- om hun merknaam te distribueren (Dijck, 2013: 76). Er is een verandering te zien in de betekenis van volgen. Waarbij het eerst ging om een verbinding met iemand zodat je met elkaar kon interacteren en meningen kon uitwisselen, wordt de term geleidelijk aan steeds meer geassocieerd met het populariteitsprincipe wat kenmerkend is voor de nieuwe cultuur (Dijck, 2013: 76). Waarbij het als belangrijk wordt gezien om zoveel mogelijk volgers te hebben, en de zelf-promotie belangrijker is dan het interacteren met elkaar. Mensen gaan dus elkaar niet zozeer volgen om met elkaar in gesprek te gaan, maar eerder om op de hoogte te zijn van de andere twitteraars.

Het voordeel van het aangaan van een verbinding op Twitter is dat je veel mensen op een makkelijke manier kan verbinden. Doordat je maximaal 140 tekens in een tweet kunt plaatsen, kun je makkelijk berichten plaatsen en lezen zonder dat dit veel tijd of energie kost. Je creëert een verbinding door simpelweg iemand te volgen. Voor zo'n verbinding hoeft degene jou niet terug te volgen. Kan je nog spreken van een verbinding of online vriendschap, wanneer er geen wederkerige relatie plaatsvindt? Het aangaan van een verbinding komt op Twitter in veel gevallen vanuit één kant. Op de hoogte zijn van elkaar, door algemene Tweets te versturen, zullen veel twitteraars als voldoende bindend ervaren. Het creëren van een sterke binding zal via Twitter lastiger zijn. Ook doordat je niet direct op elkaar kunt reageren is een interactie met elkaar aangaan moeilijker. Wel maakt Twitter het mogelijk om verbindingen te bewerkstelligen die ander niet mogelijk zouden zijn geweest. Door Twitter kan je bijvoorbeeld een verbinding aangaan met beroemdheden.

Facebook

De slogan van Facebook is: *"Met Facebook ben je verbonden en deel je alles met iedereen in je leven"*. Facebook biedt de mogelijkheid om online verbindingen aan te gaan. Je kunt als gebruiker een vriendschapsverzoek versturen of accepteren en op deze manier kan je een online vriendennetwerk opbouwen. Op de persoonlijke pagina is te zien hoeveel Facebook vrienden iemand heeft.

Sharen en Liken

De functies sharen en liken hebben bijgedragen aan het vervagen van de grenzen tussen privé, corporatief en publieke domeinen (Dijck, 2013: 21). De Like knop heeft persoonlijke data veranderd en is een geaccepteerde praktijk geworden in het online universum (Dijck, 2013: 48).

Facebook was ooit voorbehouden aan studenten, waarbij delen in beperkte kringen de norm was. Nu zijn miljoenen mensen actief op Facebook en is delen in de privé kring juist de afwijkende optie. Door de knoppen 'sharen' en 'liken' word je als gebruiker zoveel mogelijk gestimuleerd om te delen met iedereen uit je vriendennetwerk. Het delen van foto's, wat voorheen werd gezien als privé, wordt nu gedeeld in publieke domeinen. Op deze manier kun je op een makkelijke manier veel mensen tegelijkertijd op de hoogte stellen. Daarnaast blijft niet alleen je persoonlijke informatie binnen de Sociale Netwerk Site. Gebruikersinformatie wordt doorgegeven aan een derde partij en allerlei andere Sociale Netwerk Sites zijn gekoppeld met Facebook (Dijck, 2013: 47). In minder dan 8 jaar is de betekenis van 'sharen' als het uitwisselen van informatie van gebruiker naar gebruiker, subtiel vervangen door de betekenis dat sharen van persoonlijke data met iedereen op de wereld 'normaal' is geworden (Dijck, 2013: 65). Ondanks het feit dat persoonlijke informatie steeds meer openbaar wordt door deze functies, zorgen 'sharen' en 'liken' juist voor een sterkere binding tussen de vrienden netwerk (Dijck, 2013: 47). Door de 'Like' button kun je op een snelle manier een vriend laten zien dat je de inhoud leuk vindt die zij delen. En door foto's te delen, krijgen anderen in je vriendennetwerk persoonlijke informatie, wat een sterkere binding creëert. Door deze knoppen is er meer interactiviteit mogelijk (Gerlitz & Helmond, 2011).

Friends

Gebruikers op Facebook hebben gemiddeld een netwerk van 190 connecties (Ugander, Karrer, Backstrom & Marlow, 2011). Eén van de kenmerken van de cultuur van verbinding is dat sociale veranderingen gebaseerd zijn op neoliberale economische principes. De cultuur zorgt voor een voortdurende druk en een ideologie dat waarde hecht aan hiërarchie, competentie en de winnaar heeft alles gedachtegang (Dijck, 2013: 12). Dit zie je terug in het populariteitsprincipe op Facebook en de grote aantallen van verbindingen. Op Facebook wordt het als belangrijk beschouwd dat je een groot netwerk hebt aan verbindingen. Hoe meer contacten je hebt en vormt, hoe waardevoller je

wordt gezien. Je wordt dan als populair beschouwd, en mensen willen eerder met jou verbonden zijn. De hoeveelheid nummers van links naar mensen kan dan ook een status markeerder zijn, mensen kunnen geëvalueerd worden op basis van het aantal online vrienden dat ze hebben (Boyd, 2006; Fono en Raynes-Goldie, 2006). Dit is een groot contrast met de offline wereld waarbij de kwaliteit van een relatie en status belangrijker zijn dan de hoeveelheid vrienden (Dijck, 2013:13).

Naast het feit dat gebruikers zoveel verbindingen hebben omdat ze zelf op zoek zijn naar verbondenheid, hebben ook algoritmen invloed op connecties. Facebook heeft People You Maybe Know knoppen en vrienden van vrienden algoritmen. Doordat Facebook in staat is te achterhalen welke mensen je waarschijnlijk kent, zal je eerder weer met diegene in contact komen (Dijck, 2013: 51). Wanneer je bijvoorbeeld bij de knop People You Maybe Know een naam met foto voorbij ziet komen van iemand die je niet meer hebt gezien sinds de middelbare school, is er een grote kans dat je op deze manier weer met elkaar in contact komt. De algoritmen zijn daardoor niet meer te ontbreken in de dagelijkse sociale handelingen (Dijck, 2013: 157). Deze nieuwe online verbindingen worden enerzijds gecreëerd door de menselijke behoefte aan verbondenheid, maar deze binding wordt anderzijds in staat gesteld door algoritmen. Algoritmen kunnen (persoonlijke) informatie van mensen coderen.

Facebook is iets anders dan andere Sociale netwerk sites, zoals Twitter, doordat de meerderheid van Facebook zijn vrienden offline heeft ontmoet en deze later op Facebook toevoegen (Lewis & West, 2009). Het is wel zo dat alle typen relaties onder dezelfde noemer "friends" worden gezet (Baym, 2010: 145). Of dit nu collega's, familie, vrienden, vreemden, bewonderaars of vertrouwelingen zijn (Baym, 2010; Dijck, 2013). De betekenis wat een "friend" is op Facebook kan dus verschillend geïnterpreteerd worden. Deze verschillende interpretaties kunnen leiden tot conflicten over de betekenis van het vriend zijn en wie daar wel en niet bij hoort (Baym, 2010: 145). In het onderzoek van Lewis & West (2009) waarin 16 studenten uit Londen werden geïnterviewd die actief zijn op Facebook, werd Facebook gezien als een sociaal noodzakelijk instrument. Facebook is voor hun waardevol omdat ze op deze manier zonder veel verplichtingen in contact kunnen blijven met kennissen. Ook denken ze dat ze op deze manier beter op de hoogte zijn van gebeurtenissen. De meeste tijd op Facebook wordt besteed aan het bekijken van elkaars profielen, zowel van vrienden als andere mensen op het sociale netwerk. De communicatie mogelijkheid op Facebook in de vorm van chatten en het sturen van privé berichten wordt gezien als iets leuks en zijn een toevoeging ten opzichte van andere vormen van communicatie en wordt voornamelijk gebruikt tussen goede vrienden.

Net als bij Twitter is een groot voordeel bij Facebook dat je veel mensen op een makkelijke manier kunt verbinden. Je kunt zonder veel moeite met een grote groep mensen in contact blijven. Facebook biedt daarbij meer mogelijkheden dan Twitter om deze verbondenheid te onderhouden. Je kunt foto's delen, status updates lezen en zelf schrijven, op iemand zijn persoonlijke pagina iets zetten, privé chatten en berichten of foto's van je vrienden liken. Facebook biedt allerlei mogelijkheden om een binding te bewerkstellen en onderhouden. Je kunt daarbij zelf kiezen of je de vriendschap 'zwak' houdt door alleen van elkaar op te hoogte te blijven door status updates en gedeelde foto's of dat je de verbinding 'sterker' laat worden door bijvoorbeeld foto's en berichten van elkaar te 'liken', iets op iemand zijn persoonlijke pagina te zetten of zelfs privé te chatten. In tegenstelling tot Twitter moet je bij Facebook een vriendschapsverzoek accepteren, wil je als vriend betiteld worden. De verbindingen op Facebook zijn dus wederkerig. Hierdoor zal het wel moeilijker zijn om een vriend te worden van een beroemdheid omdat diegene je eerst moet accepteren. Alle vrienden worden wel onder dezelfde noemer gezet, en er wordt geen onderscheid gemaakt tussen familie of verre kennissen. Dit kan leiden tot verschillende interpretaties van de online vriendschap en is daardoor weer een nadeel van Facebook.

De invloed van SNS op de verbinding tussen burgers is vooral dat zij het mogelijk hebben gemaakt om een grote groep mensen op een makkelijke manier te kunnen laten verbinden. Een nadeel is dat iedereen de verbinding op zo'n SNS anders kan invullen, waardoor misverstanden kunnen ontstaan over de betekenis van de verbinding. SNS hebben daarnaast een bijdrage geleverd aan de vervaging tussen de grenzen van privé en publieke domeinen. Zo wordt het door SNS als normaal gezien dat je privé foto's deelt met iedereen in je netwerk. Het is dus steeds normaler om in een verbinding privé informatie te delen met een grote groep. Ook is het populariteitsprincipe terug te zien. Voor de verbinding is het belangrijk dat je een groot netwerk hebt, en bij sommige SNS zoals Twitter is de zelfpromotie belangrijker dan het met elkaar interacteren. Het populariteitsprincipe kan de verbindingen tussen burgers aantasten, wanneer iedereen alleen aan zichzelf denkt en geen gesprek meer aangaat met anderen. Ook spelen codes en technologieën van SNS een grote rol in de verbindingen. Algoritmen zorgen ervoor dat eventuele vrienden voorgesteld kunnen worden en dat aan berichten van bepaalde mensen meer waarde wordt gehecht door ze hoger in rangorde te plaatsen.

Voor mijn onderzoek zijn de volgende aspecten van Sociale Netwerk Sites interessant. Ten eerste de motivaties waarom burgers actief zijn op SNS en de tijdsbesteding aan SNS. Ten tweede de betekenis van de verbindingen op SNS, waarbij het belangrijk is te achterhalen wat een binding voor burgers betekent en wanneer ze een verbinding aangaan. Ten derde het populariteitsprincipe, waarbij het

relevant is te kijken hoeveel verbindingen respondenten hebben op SNS en wat ze vinden van het hebben van veel online verbindingen. Ten vierde de functies van SNS zoals 'Delen', 'Liken' en het versturen van tweets. Hierbij is het interessant te kijken naar de grenzen tussen privé en publiek. Het is relevant te achterhalen wat voor hun[wie?] privé is, wat ze wel en niet delen op SNS en welke informatie ze wel en niet blootgeven. Tenslotte zal worden achterhaald of ze zich bewust zijn van de algoritmen van Facebook, en of deze ook echt hun gedrag op verbindingen beïnvloeden.

Nu specifiek de invloed van SNS op de verbinding tussen burgers is beschreven, zal verder worden ingezoomd op online verbindingen tussen burgers in het algemeen om een duidelijker beeld te kunnen vormen over de verbindingen tussen burgers.

3.3 Online verbindingen tussen burgers

Zoals al kort is beschreven veranderen digitale media de manier waarop burgers relaties met elkaar aangaan. Internet is voortaan een extra instrument geworden om met elkaar verbindingen te maken (Baym, 2010: 151). Dit is ook terug te zien op sociale netwerk sites. Sociale relaties zijn in een staat van transformatie, aangezien burgers niet langer beperkt zijn om op het werk of in hun buurt mensen te ontmoeten, een vriendschap te ontwikkelen of elkaar te ondersteunen (Willmot, 1987: 1). Het is daarom interessant te kijken naar de indicatoren van een persoonlijke verbinding online en naar de vergelijking tussen offline en online verbindingen.

3.3.1 Indicatoren van een persoonlijke verbinding online

Identiteit

Digitale media maken het in principe mogelijk om jezelf te scheiden van je lichaam, losgemaakte identiteiten die alleen bestaan in acties en woorden. Daardoor kun je jezelf voordoen als iemand anders en liegen over je leeftijd of geslacht (Baym, 2010: 106). In het onderzoek van Curtis (1997) werd duidelijk dat de meeste mensen zich niet loskoppelden van hun identiteit voor het creëren van een fantasie van zichzelf online, zelfs in omgevingen waar mensen zichzelf konden presenteren op welke manier dan ook. Een identiteit wordt gevormd door het proces van zelf categorisatie of identificatie (Hogg & Abrams, 1988). Mensen zoeken ook online naar een manier om hun persoonlijke identiteit vorm te geven. Dit doen zij dan vaak door het kiezen van afbeeldingen of door een naam. Je naam is dan misschien ook het meest belangrijke identiteitssignaal online. Een naam die overeenkomt met de werkelijkheid kan nodig zijn voor het creëren van vertrouwen (Baym, 2010: 109). In het onderzoek van Gross & Acquisti (2005) bleek dat op Facebook 89 procent van de namen

echt was. Foto's van mensen werden voornamelijk gebruikt als identificatiemiddel. Daarnaast kan ook een lijst met favorieten objecten een manier zijn om jezelf te differentiëren (Liu, 2007).

Rol van communicatie

Het bouwen van een persoonlijke binding online vindt plaats door met elkaar te communiceren. Net als in de offline ontmoetingen zorgt communicatie voor de verbinding. Berichten vormen het gereedschap om online bindingen te bouwen en onderhouden (Baym, 2010: 125). Tekstuele taal is erg belangrijk om over onszelf te vertellen online (Baym, 2010: 109). Door de afwezigheid van fysieke signalen begint het proces om iemand te leren kennen vaak door hallo te zeggen of een gesprek aan te gaan. Aan de hand van de kwaliteit van het gesprek neem je daarna beslissingen over je openbaarmaking (Carter, 2005). Wanneer mensen vaker met elkaar communiceren en wanneer de communicatie volgens consistente patronen verloopt, zal de binding sterker worden. Wanneer eenmaal een hechtere connectie is gevestigd, zal elke interactie een mogelijkheid zijn om deze te herbevestigen, ofwel door de interactie met elkaar te continueren en zoals je het altijd hebt gedaan, ofwel door te onderhandelen door anders te communiceren dan de norm (Baym, 2010: 126).

Online verschijning

Wanneer mensen elkaar online ontmoeten, vooral in de media, met weinig identificatie mogelijkheden, vinden ze anderen vaak leuker dan wanneer ze elkaar offline hadden ontmoet. Walter (1996) heeft drie redenen genoemd waardoor mensen die elkaar online ontmoeten elkaar vaak leuker vinden dan personen die ze offline ontmoeten (Baym, 2010: 125-126). Ten eerste laten in de online impressie de schaarse signalen veel ruimte over voor het verbeelden van de ander. Online connecties ontstaan vaak door gedeelde interesses, het is daarom makkelijk gedeelde interesses met elkaar te delen in plaats van deze te bediscussiëren. Ten tweede geven spaarzame aanwijzingen ons meer controle over onze berichten en zorgen ervoor dat selectief wordt omgegaan wat en wanneer iets openbaar wordt gemaakt. Ten derde kan hyperpersoonlijke communicatie optreden omdat er minder signalen zijn uit de omgeving en dit staat toe om meer te focussen op de boodschap. Dit kan leiden tot het creëren van betere boodschappen, het presenteren van een online zelf dat aantrekkelijker is dan dezelfde persoon in de offline wereld. Een online verbinding biedt dus meer mogelijkheden doordat mensen eerder voor elkaar open staan en meer controle hebben over hun communicatie.

Typen verbindingen

De persoonlijke verbindingen tussen mensen online kunnen zowel zwak als sterk zijn. Wel bestaan de persoonlijke connecties online vaak uit zwakke contacten met meer mensen. De belangrijkste

middelen van deze zwakke verbindingen zijn feedback uitwisselen, emotionele support, informatie, advies en diensten (Baym, 2010: 1). De bronnen die worden uitgewisseld gaan vaak over een smalle reeks aan onderwerpen en gedeelde interesses (Baym, 2010: 131). Bij sterkere verbindingen wordt onderling frequent aangemoedigd om gezellig contact te hebben. Deze zijn vrijwillig wederkerig, steunen elkaar in de behoeftes en creëren een lange termijn contact (Haythornwaite, 2005). De online discussies gaan over veel onderwerpen en hebben meer diepgang. Mensen worden directer over hun gevoelens. Zelfonthulling wordt gezien als een van de meest machtige communicatiepraktijken die er zijn voor het bouwen van een sterke connectie. Je wordt afhankelijker van elkaar, en beïnvloedt elkaars gedrag, gedachten en gevoelens steeds meer. Je kan hierdoor ook beter in staat zijn om de andere persoon te voorspellen. Ook leer je de communicatiestijl van anderen beter kennen, waardoor je tussen de regels door kunt lezen wat de andere bedoelt (Baym, 2010: 128).

Media multiplexiteit

Niet alleen door de manier hoe personen met elkaar omgaan kan een sterke connectie achterhaald worden, ook aan de hand van mediamultiplexiteit (Haythornwaite, 2005). Wanneer online verbindingen sterker worden, worden vaak andere media toegevoegd in een voorspelbaar patroon. Een online binding begint vaak aan de hand van publieke discussies, waarna vervolgens deze interactie ook privé wordt gevoerd via de e-mail of chatfunctie. Wanneer personen nog sterker met elkaar verbonden zijn, wordt ook vaak de telefoon toegevoegd. Wanneer dit medium wordt toegevoegd, is er een grote kans dat de online vrienden elkaar persoonlijk gaat ontmoeten. Hoe meer persoonlijke en verschillende media worden gebruikt tussen connecties, hoe meer de controle wordt opgeheven. De vriend krijgt hierdoor meerdere toegangen tot de ander zijn leven (Baym, 2010: 129).

De volgende aspecten van de literatuur over online bindingen tussen burgers zijn relevant voor mijn onderzoek. Ten eerste zal de betekenis van de online verbindingen onderzocht worden door na te gaan in hoeverre burgers ervaren dat ze door digitale media op een andere manier met elkaar relaties aangaan. Vragen die relevant zijn: hoeveel gebruik maken ze van digitale media om verbindingen aan te gaan met elkaar, wat voor betekenis deze verbindingen voor hen hebben en wat de voor- en nadelen zijn van een online verbinding. Ten tweede zal worden ingezoomd op de identiteit van burgers. In dit kader zijn de volgende vragen relevant: Zijn ze online eerlijk over hun offline identiteit en hoe vormen ze hun identiteit online. Ten derde wordt de rol van communicatie onderzocht. Vragen die relevant zijn in dit verband zijn: hoe communiceren burgers met elkaar, is dit een belangrijke manier om een online binding te bewerkstelligen en stellen ze zich online eerder

open. Ten vierde zal worden gekeken of ze online zwakke en of sterke verbindingen hebben, hoeveel contact ze hebben met hun verbindingen, waar hun contact uit bestaat en via welk(e) medium(s) de verbinding wordt onderhouden.

Omdat de online verbindingen pas zijn ontstaan met de komst van het internet zijn deze nieuw in tegenstelling tot offline verbindingen die zich voordoen in het dagelijks leven. Het is daarom interessant te achterhalen of hierin verschillen of overeenkomsten te vinden zijn. Er is veel onderzoek gedaan naar verbindingen in de offline wereld, en wellicht kunnen zij een bijdrage leveren aan een duidelijker beeld over de online verbindingen tussen burgers.

3.3.2 Vergelijking tussen online en offline verbindingen

Carter (2005) concludeert dat online verbindingen over het algemeen informeel, persoonlijk en privé zijn. Wanneer online verbindingen over een langere tijd worden gevolgd, worden er geen betekenisvolle verschillen gevonden tussen online en offline verbindingen (Baym, 2010: 13). Volgens Chan en Cheng (2004) nemen de verschillen tussen online en offline verbindingen toe binnen het eerste jaar, maar verminderen deze daarna. De verschillen convergeren over de tijd. Chang en Cheng (2004) speculeren dat online vriendschap gevoeliger is in de eerdere perioden, maar na 6 maanden tot een jaar sneller groeien en meer vergelijkbaar worden zoals offline vriendschappen (Baym, 2010: 131). Ook wanneer gekeken wordt naar de duur van de verbindingen, zijn deze volgens McKenna et al. (2002) vergelijkbaar met offline relaties. Online relaties duren ruim twee jaar. Na 2 jaar waren 75% van alle verbindingen die online zijn begonnen er nog steeds. De meeste mensen waren ook dichter naar elkaar toe gegroeid (Baym, 2010: 131).

Vertrouwen

Carter (2005) suggereert dat vele inwoners van de virtuele *community* Cybercity de online vriendschap hetzelfde ervaren als offline vriendschap. Zo'n virtuele *community* is voor hun vaak een andere plek om vrienden te ontmoeten. Het wederzijds vertrouwen vormt een belangrijk element. Ook Whitty (2002) suggereert dat het bouwen van een online relatie dezelfde patronen heeft als offline relaties. Hierbij wordt vertrouwen geleidelijk opgebouwd als mensen meer met elkaar vertrouwd raken. Daardoor kan een parallel worden getrokken tussen online en offline relaties; vertrouwen wordt over de tijd ontwikkeld in plaats van gelijktijdig.

Free-floating

Een groot verschil tussen online en offline connecties is 'free-floating' dat online makkelijker zou worden bereikt. Dit concludeert Carter (2005) aan de hand van haar onderzoek in een virtuele community Cybercity. 'Free-floating' kan worden bereikt doordat het vertrouwen in zo'n virtuele community wordt bereikt zonder eerst persoonlijk contact te hebben gehad. Dit zorgt ervoor dat vooroordelen over leeftijd, ras en geslacht niet meespelen en het de mogelijkheden biedt voor het ontwikkelen van een pure relatie. Giddens (1999) spreekt over een pure relatie. Pure relaties zijn niet verankerd in het 'buiten'; ze zijn zelfreferentieel. Ze worden niet gevormd vanuit economische, juridische, religieuze of morele motieven, maar bestaan alleen omwille van de subjectieve wensen van beide partners. Dit noemt Giddens ook wel "free-floating" (1991: 89). De kern van zo'n binding is commitment en wederzijds vertrouwen. Er zijn wel enkele contradicties. Giddens (1999) suggereert dat een pure relatie geen externe referenties heeft. In eerdere stadia van de online vriendschap op Cybercity was dit het geval, maar wanneer online vriendschap langere tijd stand houdt, worden deze externe referenties onthuld (Carter, 2005).

Voor mijn onderzoek kan ik de inzichten van de vergelijking tussen offline en online bindingen gebruiken om te achterhalen hoe burgers ten eerste online verbindingen vergelijken met een offline verbinding en of hierin verschillen en/of overeenkomsten te vinden zijn. Ten tweede is het relevant te onderzoeken of vertrouwen een belangrijk aspect is om een online verbinding te bewerkstelligen, en hoe vertrouwen dan online kan worden bewerkstelligd. Ten slotte is het interessant te onderzoeken of 'free-floating' tussen burgers online wordt bereikt. Daarvoor zal worden nagegaan met wie burgers verbindingen hebben, waar hun netwerk uit bestaat, of ze diegene ook kennen en of het vriendennetwerk bestaat uit dezelfde sekse of ook uit andere seksen.

Nu er meer inzicht is in de binding tussen burgers, is het interessant om een stapje verder te gaan, en te kijken of deze binding ook mogelijk is met de overheid.

3.4 Binding burgers en overheid

Het is interessant om te achterhalen of de online verbondenheid tussen burgers die gemeengoed lijkt te zijn geworden in de samenleving, overgezet kan worden naar de overheid. De binding tussen burgers is er een tussen gelijken, terwijl dit niet het geval is tussen de overheid en burgers. De vraag is dan ook of een gelijkwaardige relatie bewerkstelligd moet worden omdat burgers en de overheid niet dezelfde entiteiten zijn. Wel is het interessant om te kijken of een online binding tussen burgers en de overheid mogelijk is binnen onze samenleving.

3.4.1 "Nieuw" Sociaal Contract

Historisch gezien is de relatie tussen burgers en de overheid niet gelijkwaardig. Dit hangt samen met het sociaal contract. Het sociaal contract is een overeenkomst tussen burgers van een samenleving. Dit houdt in dat burgers zich onderwerpen aan de algemene volkswil. Het is deze wil die elke vorm van macht of recht legitimeert (Rousseau, 2002). Het openbaar bestuur bezit veel macht. De overheid bezit een aantal belangrijke monopolies: het mag als enige belasting heffen, wetten uitvaardigen, rechtspreken en geweld uitoefenen (Bovens & Hart & Twist, 2007: 27). In de democratie waarin wij leven wordt uitgegaan van het beginsel van de volkssoevereiniteit. Volgens dat beginsel regeren politici, bestuurders en overheidsorganen in naam van het volk. Politici en gekozen bestuurders ontleen hun macht via verkiezingen, aan de burgers. Deze verkiezingen worden een keer in de vier jaar georganiseerd. De politici en gekozen bestuurders lopen een politiek beroepsrisico. Als hun beleid niet aansluit bij een meerderheid van de bevolking, worden zij daarvoor bij de volgende verkiezingen gestraft doordat ze niet meer zullen worden herkozen. Zij zullen daarop anticiperen door hun voornemens en beslissingen in grote lijnen in overeenstemming te brengen met de in de maatschappij levende waarden, normen en wensen. Het systeem van verkiezingen bevordert derhalve de responsiviteit van het openbaar bestuur (Bovens & Hart & Twist, 2007: 26). Dit sociaal contract is erg formeel en leidt daardoor tot gelegitimeerd wantrouwen tussen burgers en de overheid. De overheid wordt gezien als een domein van professionals (Ossewaarde, 2007). De burgers weten niet zeker of de overheid gaat leveren wat ze beloven en andersom weet de overheid niet of burgers meewerken. De overheid is dus geen persoon, het is niet een gelijke van de burger.

Op dit moment is er sprake van een veranderd burgerschap en overheid (Ossewaarde, 2007). Dit komt doordat de samenleving verandert. De overheid heeft te maken met mondige burgers en een complexe samenleving (Ossewaarde, 2007). Een andere manier van denken is hierbij belangrijk omdat de rol van de overheid niet langer kan worden getypeerd als een sturende actor, maar veeleer als een regisseur die kennis organiseert, en andere netwerkdeelnemers mobiliseert om hun invloed aan te wenden (Meijer & van Erp, 2010). Een nieuw sociaal contract tussen overheid en burgers is daarbij belangrijk omdat deze metafoor uitdrukking geeft aan een veranderende houding tussen overheid en burgers. Nederland gaat op dit moment de richting op van een doe-democratie, dit is een voorbeeld van een verschuiving in het huidige sociaal contract. In een participatiesamenleving wordt het meebeslissen van actieve burgers democratisch ingebed en wordt gehoopt door samenwerking een meer probleemoplossend vermogen te genereren (Ossewaarde, 2007). Dit is een begin waarbij de overheid (een deel) van haar beleidsmonopolie verliest en uitdrukking geeft aan

een nieuw sociaal contract. Er zullen andere verwachtingen en verantwoordelijkheden ontstaan tussen burgers en de overheid.

Voor het creëren van een binding tussen overheid en burgers is deze nieuwe gedachtegang erg belangrijk omdat het nieuwe mogelijkheden zou kunnen bieden. Het kan zorgen voor samenwerkingsverbanden tussen overheid en burgers en een andere houding ten aanzien van de overheid en burgers. In dit onderzoek zal dan ook nagegaan worden wat voor relatie burgers op dit moment hebben met de overheid en wat hun beeldvorming is van de overheid. Dit zal invloed hebben of burgers een online binding willen aangaan met de overheid. Daarbij is het ook interessant te kijken naar bestaande offline bindingen tussen de overheid en burgers omdat dit informatie kan opleveren over het vormen van een online binding met de overheid. Een voorbeeld van een offline binding is samenwerking tussen de overheid en burgers, wat ook wel wordt gezien als een vorm van co-creatie.

3.4.2 Co-creatie

Het is interessant te kijken naar co-creatie omdat dit een vorm is van een offline binding tussen overheid en burgers. Co-creatie is een oplossing die goed past bij het "nieuw" sociaal contract. Door betrokkenheid van burgers te verwerven en door samenwerking kan de overheid een meer probleemoplossend vermogen genereren. Co-creatie wordt offline al vaak gebruikt om een samenwerking aan te gaan tussen de overheid en burgers. De bedoeling van deze samenwerking is dat overheid en burgers voor elkaar iets toevoegen. Interessant is om te kijken of co-creatie ook online een rol zou kunnen spelen. Co-creatie wordt door Volberda et al. (2011) gezien als een aparte hefboom van sociale innovatie. Samenwerking met derde partijen helpt om toegang te krijgen tot kennis en informatie die organisaties zelf niet hebben. Van Berlo (2012) definieert het als een vorm van samenwerking waarbij mensen vanuit verschillende achtergronden bij elkaar komen rond een vraag of thema met als doel om iets te bewerkstelligen op dat gebied. Het is samenwerking in netwerken, waarbij door veel verschillende partijen wordt bijgedragen aan een gezamenlijk resultaat. Om als overheid resultaat te bereiken in een netwerksamenleving moeten verbindingen worden gelegd met andere relevante partijen en personen om de samenwerking mee aan te gaan. De reden dat burgers vaak willen meedoen aan co-creatie is omdat ze het deel nemen op zich al leuk vinden en ze bij het proces van co-creatie worden betrokken. Het vergroot het gevoel van eigenwaarde (Etgar, 2008: 102). Burgers halen vaak voldoening uit het proces zelf. Zulke intrinsiek gemotiveerde mensen zijn meestal meer gericht op de beleving van de relatie zelf (Füller, 2010: 101). Vooral intrinsieke motivatie speelt dus een belangrijke rol voor burgers bij co-creatie.

Om co-creatie tussen burgers en de overheid te bewerkstelligen is het belangrijk dat er sprake is van transparantie. Transparantie is een manier om invulling te geven aan de roep om verantwoording. Het beoogde effect van transparantie is een toename (of behoud) van overheidslegitimiteit (Meijer & van Erp, 2010). Maar transparantie biedt niet alleen de mogelijkheid voor formeel-juridische controle op de rechtmatigheid van het toezicht, maar kan ook een middel zijn om de democratische legitimiteit van de overheid te verhogen, het vertrouwen van burgers in overheidsinstanties en hun betrokkenheid (Curtin & Meijer, 2006). Transparantie en de rechten om toegang te hebben tot overheidsinformatie zijn internationaal gezien essentieel voor democratische participatie, vertrouwen in de overheid en correctheid van overheidsinformatie (Cullier & Piotrowski; Jaeger, & Bertot, 2010). Transparantie dient om de overheid eerlijk te houden (Kierkegaard, 2009). Door internet zijn de kosten verlaagd voor het verzamelen, distribueren en toegang hebben tot overheidsinformatie (Roberts, 2006). Online omgevingen zijn dus juist geschikt voor transparantie. Wanneer er een betere toegang is naar overheidsinformatie door toegenomen transparantie, zorgt dit voor een beter vertrouwen bij burgers (Cho & Choi, 2004).

Co-creatie laat zien dat verbindingen tussen burgers en overheid mogelijk zijn en dat deze samenwerking leidt tot een beter resultaat. Deze verbindingen zijn nu offline. Het internet maakt het mogelijk om snel en tegen lage kosten samenwerkingsverbanden tussen mensen te vormen (Tapscott & Williams, 2006). Het is belangrijk dat de overheid daarbij voldoet aan transparantie en vertrouwen. De burgers moeten serieus worden genomen, alleen op deze manier zou een online binding eventueel mogelijk zijn tussen overheid en burgers.

Aan de hand van de literatuur is het moeilijk om een beeld te kunnen schetsen of burgers open zouden staan voor een online binding met de overheid. Wel zijn de volgende aspecten belangrijk om mee te nemen in het empirisch onderzoek. De resultaten laten zien dat offline bindingen mogelijk zijn tussen burgers en de overheid, en dat wellicht dit dus ook online mogelijk is. Online omgevingen voor burgers onderling bieden vele mogelijkheden om verbindingen aan te gaan en te bewerkstelligen. Om te kijken of dus een online verbinding bewerkstelligd zou kunnen worden tussen burgers en de overheid is het interessant te kijken naar een aantal dingen. Ten eerste zal moeten worden ingegaan op de relatie tussen burger en overheid met daarbij aspecten vertrouwen en transparantie. Ten tweede is het interessant te achterhalen of respondenten al bestaande offline bindingen hebben met de overheid. En ten derde of een eventuele online verbinding mogelijk is tussen burgers en de overheid en hoe deze dan vorm zou moeten worden gegeven.

4. Resultaten

In dit hoofdstuk worden de onderzoeksresultaten van de focusgroepen en interviews besproken. Twee onderwerpen staan hier centraal: online binding tussen burgers en (online) binding tussen burgers en Nationale ombudsman. Eerst zal gekeken worden naar de online binding tussen burgers zodat achterhaald kan worden wat hiervan relevant is, om vervolgens inzicht te kunnen krijgen in de (online) binding tussen burgers en Nationale ombudsman. Dit wordt gedaan door te achterhalen of burgers open zouden staan voor een online vriendschap met de overheid en Nationale ombudsman. De onderzoeksresultaten zijn gebaseerd op twee focusgroepen van 16 respondenten en aanvullende individuele interviews met 5 respondenten (zie bijlage 1 voor een overzicht van de respondenten).

4.1 Online binding tussen burgers

Het vertrekpunt van dit onderzoek was de netwerksamenleving. Dat is een maatschappij die gekenmerkt wordt door allerlei verbindingen tussen mensen onderling en met organisaties. Deze verbindingen zijn niet meer tijd en plaats afhankelijk. Ook is het een cultuur die meer en meer gevormd wordt rondom digitale media. (Castells, 2010) In paragraaf 4.1 wordt ingegaan op deze nieuwe online verbindingen tussen burgers. In deze paragraaf worden twee onderdelen van online binding tussen burgers besproken. Ten eerste het gebruik van sociale media, waarbij wordt gekeken naar de online tijdsbesteding, keuze sociale media en keuze berichten, en ten tweede het online netwerk, waarbij wordt gekeken naar de definitie en waarde van een online vriendschap, aantal vrienden en type vrienden. Aan de hand van deze aspecten kan antwoord worden gegeven op deelvraag 1: Wat voor invloed heeft een online binding op de verbindingen tussen burgers?

4.1.1 Gebruik sociale media

Sociale media worden door 70% van de Nederlanders gebruikt volgens het onderzoek van CTIT (2012). De volgende aspecten zijn belangrijk om het gebruik van sociale media in kaart te brengen: online tijdsbesteding, keuze sociale media en keuze berichten.

Online tijdsbesteding

Eén van de kenmerken van de huidige samenleving is dat steeds meer mensen hun dagelijkse activiteiten verplaatsen naar online omgevingen. De gemiddelde Nederlander zou 4 uur en 18 minuten actief zijn op het internet op een vrije dag (CTIT, 2012).

Zoals kenmerkend voor de netwerksamenleving zijn alle respondenten online actief. Wel is er een grote variatie te zien in hoeveel uur per week de respondenten online actief zijn (zie bijlage 1). Het varieert tussen de 3,5 tot 42 uur per week. Gemiddeld genomen wordt 16 uur per week online besteed per respondent, dit is ongeveer 2,5 uur per dag. Bijna driekwart van de respondenten is actief op sociale media (15 van de 21 respondenten). De meerderheid van de respondenten is actief gebruiker van sociale media. Negen respondenten [2a, 3a, 7a, 8a, 2b, 4b, 8b, 2c en 3c] kijken regelmatig op sociale media en plaatsen zelf ook content. Zeven respondenten [1a, 3b, 6b, 7b, 1c, 4c en 5c] maken passief gebruik van sociale media. Deze respondenten kijken af en toe op de sociale media en plaatsen er zelf (bijna) nooit iets op. Zes respondenten [4a, 5a, 6a, 1b, 5b en 6b] gebruiken om uiteenlopende redenen geen sociale media. Een respondent vindt dat het geen meerwaarde heeft ten opzichte van zijn offline contacten. "Ik heb gewoon geen zin in sociale media, ik heb te veel vrienden in het echt" [6a]. Een andere respondent [1b] is bang voor schending van privacy en volgens respondent 4a ontstaan op sociale media veel misverstanden door de afwezigheid van fysiek contact.

Geconcludeerd kan worden dat de respondenten veel tijd online besteden. Sociale media worden dan ook actief gebruikt.

Keuze sociale media

Facebook is het populairste sociale medium van de Nederlanders (CTIT, 2012). Uit hoofdstuk 3 blijkt dat de behoefte van mensen aan verbondenheid de voornaamste reden is waarom veel mensen actief zijn op sociale media (Dijck, 2013). Door sociale media zou je makkelijker verbindingen kunnen aangaan met anderen. Vanaf je computer, laptop of telefoon kan op een eenvoudige wijze contact worden gelegd en relaties worden onderhouden. Tijd en plaats speelt dan geen rol meer (Baym, 2010).

Facebook gebruiken de respondenten het meest. Veertien respondenten zijn actief op Facebook, vier op LinkedIn en vier op Twitter. Opvallend is dat het allemaal sociale netwerksites betreft met als hoofddoel het promoten van interpersoonlijke contacten. Het verschil in de mate waarin respondenten actief zijn op Facebook of LinkedIn komt waarschijnlijk door het gebruikersdoel en aard van het medium. Facebook wordt daarbij vooral gebruikt voor het privé leven, terwijl LinkedIn meer gericht is op het zakelijke leven. Een reden waarom Twitter minder gebruikt wordt dan Facebook is volgens een respondent [2b] doordat je niet meer dan 140 tekens mag gebruiken in een bericht, wat als beperkend wordt ervaren.

De keuze voor Facebook is omdat je op een laagdrempelige manier contacten kan onderhouden, doordat het niet plaats, tijd en taalgelukkig is. "Via Facebook heb ik contact met familie van mijn vaders kant in Turkije. Maar in het echt kan ik dat niet, want ik spreek geen Turks" [4b]. Ook kan je

op een laagdrempelige manier contacten uitbreiden. “..Ik ben 30 jaar geleden verhuisd naar Heerhugowaard vanaf Hilversum en via Facebook heb ik veel mensen teruggevonden” [2a]. Ook doordat sociale media meestal op je eigen naam staat, is dit volgens respondent [1c] makkelijker te achterhalen dan iemand zijn telefoonnummer. Ten derde wordt het als gemakkelijk ervaren dat je via deze manier op de hoogte kan zijn van anderen. “Ik vind het toch wel leuk om te zien wat mensen die ik niet zo vaak spreek nu doen na al die jaren” [1c]. En het wordt daarnaast gebruikt als nieuwsmedium.

Geconcludeerd kan worden dat Facebook door de meeste respondenten wordt gebruikt. Het belangrijkste motief is het aangaan van een online verbinding met anderen doordat je makkelijker contacten kan onderhouden en uitbreiden. Het is niet tijdsgebonden, plaatsgebonden en taalgebonden. Ook kan makkelijker iemand worden terug gevonden omdat het op naam is geordend. En wordt het op de hoogte blijven van anderen ervaren als vermaak en dient het als nieuwsmedium.

Keuze berichten

Om een duidelijk beeld te kunnen schetsen over het gebruik van sociale media is het ook relevant te kijken naar de keuze van berichten. Daaraan kunnen ‘sharen’ en ‘liken’ worden gekoppeld, en daarmee ook de rol van privacy. Met ‘sharen’ kan je op een makkelijke manier veel mensen tegelijkertijd op de hoogte stellen en door iets te ‘liken’ kan je op een snelle manier een vriend laten zien dat je de inhoud leuk vindt. Deze functies zouden zorgen voor een vervaging van de grenzen tussen privé en publiek en zouden een bijdrage leveren aan een sterkere binding tussen online vrienden (Dijck, 2013).

Uit de semigestructureerde-interviews blijkt dat de respondenten iets ‘liken’ wanneer ze een foto of bericht voorbij zien komen dat als leuk wordt ervaren. De reden waarom respondenten het bericht of de foto ‘liken’, en geen reactie erop geven, is omdat de functie ervoor zorgt dat je op een laagdrempelige manier kan laten zien dat je het leuk vindt. Het reageren via een ‘like’ kost minder tijd en wordt als minder heftig ervaren. Opvallend is dat vaak iets wordt ‘geliked’ van vrienden die dichterbij staan en worden beschouwd als ‘goede’ vrienden. Twee respondenten [2c en 3c] maken daar geen onderscheid in en ‘liken’ van al hun online vrienden. Ook blijkt uit de interviews dat vooral korte berichten en foto’s worden gedeeld. De dingen die worden gedeeld met het vriendennetwerk zijn vooral oppervlakkige leuke en niet alledaagse gelegenheden zoals vakantiemomenten. De inhoud heeft vaak betrekking op wat ze nu aan het doen zijn. Via deze manier kunnen ze anderen in het vriendennetwerk laten zien waar ze nu mee bezig zijn. De respondenten delen geen privé aangelegenheden, persoonlijke informatie of informatie over familie en relatie. De reden waarom deze privé informatie niet wordt gedeeld is doordat het internet niet wordt vertrouwd. “Privé zaken zal ik nooit op Facebook delen omdat dat geen dingen zijn die je op internet moet zetten want je

krijgt het er ook niet zo makkelijk meer af." [4c] Ook uit de focusgroepen blijkt dat de respondenten alert zijn op het feit dat je via internet niet alles openbaar moet bespreken. De respondenten hebben dan ook hun persoonlijke pagina afgeschermd voor de buitenwereld, om op deze manier te proberen hun privacy te waarborgen. Opvallend is dat de respondenten actief lid zijn op Facebook maar het niet vertrouwen. "Facebook is niet meer van ons, en zoveel mensen kunnen erin kijken. Straks wordt je geweigerd in Amerika" [6b].

Geconcludeerd kan worden dat foto's en berichten worden 'geliked' wanneer ze iets van iemand leuk vinden omdat het makkelijker is en een reactie plaatsen niet als meerwaarde wordt beschouwd. De meerderheid (3 van de 5 respondenten) 'liked' alleen foto's van 'goede' vrienden. Persoonlijke foto's en belangrijke momenten worden gedeeld met het vriendennetwerk. Deze worden niet meer ervaren als privé en het lijkt erop dat het een geaccepteerde norm is dat je dit kunt delen. Wel wordt hele persoonlijke informatie nog steeds als privé ervaren en die wordt niet gedeeld. Het is opvallend dat alle respondenten erg veel waarde hechten aan privacy en zich hier zorgen over maken.

4.1.2 Online netwerk

Door meer inzicht te krijgen in het online netwerk van respondenten zal dat meer duidelijkheid geven over de betekenis van een online verbinding. Uitgangspunten zijn: definitie vriend en waarde van de vriendschap, het aantal vrienden en typen vrienden.

Definitie vriend en waarde vriendschap

Op Facebook worden alle soorten relaties onder dezelfde noemer "vrienden" gezet, of dit nu collega's, families, vrienden of vreemden zijn (Dijck, 2013). De betekenis van een vriend zou daardoor verschillend kunnen worden geïnterpreteerd. Daarnaast zouden sociale netwerksites voornamelijk gebruikt worden voor het onderhouden van verbindingen die offline zijn ontstaan (Body & Ellison, 2007) en zou wederzijds vertrouwen een belangrijk rol spelen (Carter, 2005).

Uit de onderzoeksdata blijkt dat een vriend familie, goede vrienden, vrienden, kennissen, collega's en voor een aantal respondenten ook onbekenden kunnen zijn. "Omdat ze op Facebook iedereen in je netwerk vrienden noemen" [3c]. Een deel van de respondenten [3a, 5a en 8b] heeft zowel onbekenden als bekenden uit de offline wereld in hun vriendennetwerk. Maar het grootste deel van de respondenten [7a, 8a, 1c, 2c, 3c, 4c, 5c] heeft alleen vrienden in het netwerk die ze kennen uit de offline wereld. Sommige daarvan spreken ze niet meer op het moment. Deze scheiding laat zien dat de ene respondent eerder iemand als vriend kenmerkt en het delen van dezelfde interesses voldoende is, terwijl een andere respondent pas iemand als vriend accepteert wanneer hij/zij

diegene ook kent uit de offline wereld. Uit de semigestructureerde-interviews blijkt dat vertrouwen maar voor twee respondenten [4c en 5c] belangrijk is. Vertrouwen kan worden bewerkstelligd door het leren kennen van elkaar in de offline wereld. Twee respondenten [2c en 3c] vinden vertrouwen gedeeltelijk belangrijk, doordat je ze wel toevertrouwt met privé informatie, maar aan de andere kant je ze vaak nog niet goed genoeg kent om ze volledig te vertrouwen. Een respondent [1c] vindt vertrouwen niet belangrijk. "Je kunt ook een oppervlakkige relatie hebben met iemand, en dan hoeft vertrouwen geen rol te spelen. Je weet vaak niet eens of iemand te vertrouwen is" [1c].

De betekenis van een vriend op Facebook wordt dus verschillend geïnterpreteerd. De respondenten hebben verschillende interpretaties bij de definitie van een vriendschap online. Voor een klein deel, 3 respondenten [3a, 5a en 8b], is het delen van dezelfde interesses voldoende, terwijl voor een groter deel, 6 respondenten [8a, 1c, 2c, 3c, 4c, 5c], een offline ontmoeting heeft plaatsgevonden.

Vertrouwen speelt voor de meerderheid, 3 van de 5 respondenten [1c,2c, 3c], een minder grote rol voor de definitie van een online vriend. Voor een aantal respondenten [4c en 5c] is vertrouwen belangrijk, en kan het worden bewerkstelligd door elkaar in de offline wereld te ontmoeten. Voor een aantal [2c en 3c] is het deels belangrijk omdat je toch privé informatie toevertrouwt en voor een enkele respondent is het niet belangrijk omdat hij zijn online vriendschappen als oppervlakkig beschouwd en daarbij is vertrouwen niet belangrijk.

Aantal vrienden

Uit de literatuurstudie blijkt dat het als belangrijk wordt beschouwd dat je een groot online vriendennetwerk hebt aan contacten. Dit komt door het populariteitsprincipe. De kwantiteit van het aantal vrienden is hierbij belangrijker dan de kwaliteit van de vriendschap (Dijck, 2013).

Bij de respondenten is dit populariteitsprincipe voor een deel terug te zien. Alle respondenten hebben over het algemeen een groot vriendennetwerk op sociale media. Wel is er een grote spreiding te zien. Zo heeft een respondent [4c] ongeveer 40 vrienden en een andere respondent [8b] ongeveer 4000. De overige respondenten hebben gemiddeld rond de 275-300 vrienden in hun netwerk op Facebook. Doordat men doorgaans veel vrienden online heeft, is het belangrijk jezelf af te vragen wat voor waarde zo'n online vriendschap heeft voor de respondenten. En dat de kwantiteit dus misschien belangrijker is dan de kwaliteit. Uit de semigestructureerde-interviews blijkt dat alle respondenten een persoon met heel veel vrienden zien als iemand die niet nauw kijkt naar zijn contacten. Respondent [2c] vindt zelfs dat een persoon met heel veel vrienden geen eigen leven heeft. Dit citaat is tegenstrijdig met hun eigen vriendennetwerk, de meesten hebben namelijk zelf ook een groot vriendennetwerk.

Geconcludeerd kan worden dat de respondenten over het algemeen een groot vriendennetwerk hebben op Facebook van gemiddeld 275-300 personen. Daarbij is het opvallend dat een persoon met

een groot vriendennetwerk op Facebook wordt gezien als iemand die niet nauw kijkt naar zijn vriendennetwerk. Dit is tegenstrijdig omdat ze zelf vaak een groot vriendennetwerk hebben. Dit kan betekenen dat ze zelf ook niet nauw kijken naar hun eigen vriendennetwerk op Facebook en dat de kwantiteit van een vriendennetwerk belangrijker is dan de kwaliteit.

Type vrienden

Tenslotte is het relevant te kijken naar de typen vrienden. Aan de hand hiervan kan ten eerste worden gekeken of het zwakke en/of sterke verbindingen betreft. Volgens Baym (2010) heb je online vaak meer verbindingen met meer mensen, maar gaat dat vaak om zwakke verbindingen. Wanneer mensen vaker met elkaar communiceren zal de binding sterker worden. Vooral de rol van tekstuele communicatie is daarin belangrijk. (Baym, 2010) Ook zijn daarbij twee andere aspecten interessant, de mogelijkheid tot free-floating en de identiteit. Bij free-floating zouden vooroordelen over leeftijd, ras en geslacht niet meespelen en dit biedt mogelijkheden tot het ontwikkelen van een pure relatie. (Carter, 2005) Een persoonlijke identiteit kan vorm worden gegeven door het kiezen van een naam of afbeelding (Baym, 2010). Volgens Curtis (1997) koppelen de meeste mensen zich niet los van hun identiteit.

Een groot aantal respondenten [3a, 4a, 8a, 1c, 2c, 4c, 5c] kenmerkt een vriendschap via Facebook als zwak. De online vriendschap wordt als oppervlakkig ervaren. De online vriendschap bestaat meestal uit het delen van foto's en statusupdates en het bekijken van elkaars persoonlijke pagina. Op deze manier blijf je van elkaar op de hoogte, maar veel verder gaat de online vriendschap niet. "Vroeger werd ik met die maatjes dronken en nu niet meer, het verwatert zo snel. Je wisselt foto's uit en dat is het" [4a]. Opvallend is dat vaak alleen positieve informatie wordt gedeeld. Het neerzetten van een positief imago blijkt belangrijk te zijn. Minder goed nieuws wordt dan meestal ook niet gedeeld in de online vriendschap. "Iedereen speelt natuurlijk mooi weer, en post zijn mooiste dingen, als het slecht gaat dan ga je het echt niet posten" [8a]. Daarnaast heb je maar met een klein deel van je online vriendennetwerk regelmatig contact, en spreek je het overgrote deel niet of nauwelijks. Een klein deel van het vriendennetwerk wordt dus vaak wel als een sterke verbinding ervaren. Toch zijn er ook drie respondenten [2a, 8b en 3c] dat de online vriendschap over het algemeen als een sterke binding ervaart. De voornaamste reden is dat de online vriendschap als een toevoeging wordt gezien voor de offline wereld. De online vriendschap had vaak niet in een andere omgeving kunnen bestaan. "..Ik heb mensen terug gevonden waar ik heel goed contact mee heb, het gaat dan niet om wissewasjes, het is gewoon harstikke leuk" [2a]. De online vriendschap heeft voor bepaalde respondenten genoeg diepte en wordt ervaren als belangrijk. "Soms heb je er meer aan dan aan je echte familie, je hebt er gewoon echt een band mee, en als je jezelf dan echt druk ergens over maakt dan kan ik het delen met die mensen" [8b]. Wanneer ook wordt gekeken naar de rol van communicatie lijkt het erop dat

tekstuele communicatie minder belangrijk is. Uit het voorgaande blijkt dat Facebook niet taalgebonden is. Het delen van foto's en het 'liken' van elkaar speelt namelijk op Facebook ook een grote rol in het bewerkstelligen van een verbinding. Wel kan worden geconcludeerd dat wanneer respondenten een sterkere verbinding hebben, zij vaker tekstueel met elkaar communiceren. Opvallend is ook dat wanneer respondenten een sterke band hebben opgebouwd met iemand, een meer persoonlijke functie wordt toegepast. Dit heeft ook te maken met privacy zoals bleek uit het voorgaande. Voorbeelden van meer persoonlijke functies zijn de chatfunctie op Facebook, maar ook andere media zoals Whatsapp, bellen en e-mailen. Haytorntwaite (2005) noemt het mediamultiplexiteit, wanneer andere media worden toegevoegd met een meer persoonlijke functie, waardoor de verbinding ook sterker zal zijn.

Ook lijkt het erop dat 'free-floating' voor de meeste respondenten [6 van de 9] niet zou kunnen worden bereikt. Uit het voorgaande bleek dat het delen van dezelfde interesses maar voor drie respondenten [3a, 5a en 8b] voldoende waren voor een online vriendschap. Zes respondenten [8a, 1c, 2c, 3c, 4c, 5c] gaven direct aan dat een offline ontmoeting moest zijn plaatsgevonden voor een online vriendschap. Dit kan ook komen doordat het onderzoek van Carter gericht was op de virtuele gemeenschap Cyberspace, terwijl ik mij richt op de sociale netwerksite Facebook. Het zou kunnen dat de regels op een virtuele gemeenschap anders zijn dan op een sociale netwerksite.. Het lijkt erop dat voor deze respondenten wel de mogelijkheid bestaat voor het ontwikkelen van free-floating. Toch willen de meeste respondenten pas vrienden worden wanneer ze elkaar offline hebben ontmoet, wat het ontwikkelen van een free-floating in de weg zou kunnen staan. Ook blijkt uit de semigestructureerde-interviews dat ze door sociale media niet eerder in contact komen met de andere sekse. Het is alleen wel opvallend dat twee respondenten [1c en 2c] denken dat het voor personen die meer moeite hebben om in het dagelijks leven om in contact te komen met de andere sekse, via sociale media eerder contact kunnen zoeken met de andere sekse doordat het als anoniemer wordt ervaren. Ook koppelen de meeste respondenten (5 van de 7) zich niet los van hun offline identiteit. Dit is te herkennen doordat ze hun eigen naam en foto gebruiken. Leeftijd, ras en geslacht is dus via Facebook meestal vooraf bekend, en dat zou ook 'free-floating' in de weg kunnen staan. Respondenten achten het belangrijk dat hun verschijning online overeenkomt met hun verschijning in de offline wereld. Twee respondenten [3b en 6b] maken online gebruik van een andere identiteit dan offline, dit om privacy redenen.

Geconcludeerd kan worden dat er een onderscheid gemaakt kan worden tussen twee typen vrienden: zwakke online verbindingen en sterke online verbindingen. De meerderheid van het vriendennetwerk zijn zwakke online verbindingen. De online vriendschap bestaat dan meestal uit het delen van foto's en statusupdates en het bekijken van elkaars persoonlijke pagina. Op deze manier blijf je van elkaar op de hoogte. Vooral positief nieuws wordt met elkaar gedeeld. Bij een sterke

online verbinding communiceren respondent vaker tekstueel via een meer persoonlijke functie zoals chatten, whatsapp of e-mailen. Dit heeft ook te maken met de privacy. De online identiteit zal grotendeels overeenkomen met de offline identiteit, dit doordat eigen naam en foto wordt gebruikt en de meeste respondenten elkaar al eens in de offline wereld hebben ontmoet. Tenslotte is het creëren van 'free-floating' op Facebook door deze aspecten niet erg realistisch.

Aan de hand van paragraaf 4.1 kan deelvraag 1 worden beantwoord: **Wat voor invloed heeft een online binding op de verbindingen tussen burgers?** Een online binding zorgt ervoor dat burgers makkelijker verbindingen tussen burgers kunnen onderhouden en uitbreiden. Facebook wordt daarbij het meeste gebruikt om een online binding te bewerkstelligen. Het is niet tijd, plaats en taalgebonden. Je kunt op een makkelijke manier nieuws uitwisselen en wordt het op de hoogte blijven van anderen door een online binding ervaren als vermaak. De functies 'liken' en 'delen' vergemakkelijken dit proces. In een online binding wordt het als een geaccepteerde norm ervaren dat je persoonlijke foto's en belangrijk nieuws deelt met je gehele vriendennetwerk. Wel wordt hele persoonlijke informatie nog steeds als privé ervaren en wordt dat niet gedeeld met iedereen. Ondanks dat steeds meer nieuws wordt gedeeld met een groot netwerk, wordt er veel waarde gehecht aan privacy en wordt hier zorgen over gemaakt. Ook zorgen online bindingen ervoor dat verbindingen tussen allerlei verschillende personen mogelijk zijn in een groot vriendennetwerk. Een online vriendennetwerk omvat zowel goede vrienden, kennissen en familie als soms ook onbekenden. De betekenis van een online vriend wordt dan ook verschillend geïnterpreteerd. Over het algemeen vinden respondenten het belangrijk dat een offline ontmoeting heeft plaats gevonden, op deze manier kan vertrouwen worden bewerkstelligd. De offline identiteit komt dan ook online grotendeels overeen dit is mede te herkennen doordat eigen naam en foto wordt gebruikt. Er zijn twee type online verbindingen: sterke en zwakke. De meerderheid van de verbindingen zijn dan ook zwak. Zo'n online verbinding bestaat uit het delen van foto's en statusupdates en het bekijken van elkaars persoonlijke pagina, zodat op de hoogte kan worden gebracht van elkaar. Bij een zwakke verbinding is de rol van tekstuele communicatie minder belangrijk. Vooral positief nieuws wordt gedeeld. Bij een sterke online binding wordt vaker tekstueel gecommuniceerd via meer persoonlijke functies en wordt andere media toegevoegd. Voorbeelden van meer persoonlijke functies zijn chatfuncties, maar ook andere media zoals Whatsapp, bellen en e-mailen. Dit heeft ook te maken met privacy.

De volgende aspecten zijn dan ook belangrijk om mee te nemen naar een online binding tussen burgers en de overheid:

- Een online binding biedt mogelijkheden om makkelijker verbindingen te onderhouden en uit te breiden omdat het niet tijd, plaats en taalgebonden.

- Een online binding kan dienen als nieuwsmidium, doordat op een makkelijke manier van elkaar op de hoogte kan worden gebleven. De functies 'liken' en 'delen' kunnen daaraan bijdragen. Belangrijke informatie kan worden gedeeld met de gehele vriendennetwerk en door liken kan op een makkelijke manier worden aangegeven of iets leuk wordt gevonden.
- Respondenten hechten veel waarde aan hun privacy. Voor het delen van zeer persoonlijke informatie zullen daarvoor meer persoonlijke functies worden gebruikt zoals chatfuncties, e-mailen, bellen en Whatsapp.
- De betekenis van een vriend op Facebook wordt verschillend geïnterpreteerd. Het omvat goede vrienden, kennissen, familie en soms ook onbekenden. Respondenten hebben dan ook een groot vriendennetwerk, waarvan de meerderheid bestaat uit zwakke verbindingen.
- Het plaatsvinden van een offline ontmoeting wordt als belangrijk ervaren om iemand als vriend te definiëren en om vertrouwen te bewerkstelligen.
- Twee typen online verbindingen kunnen worden onderscheiden: zwakke en sterke. Een zwakke verbinding bestaat uit het delen van foto's en statusupdates en het bekijken van elkaars persoonlijke pagina, zodat op de hoogte kan worden gebleven van elkaar. Vooral positief nieuws wordt gedeeld. Bij een sterke verbinding wordt vaker tekstueel gecommuniceerd via meer persoonlijke functies en worden andere media toegevoegd.
- De online identiteit komt grotendeels overeen met de offline identiteit, burgers gebruiken meestal ook hun eigen naam en foto. Het bewerkstelligen van 'free-floating' zal moeilijk worden bereikt doordat de online identiteit grotendeels overeenkomt met de offline identiteit en dit vooraf bekend is. Daarnaast hebben respondenten vaak hun online vrienden als een ontmoet in de offline wereld.

4.2 Online binding tussen burgers en overheid

Om antwoord te kunnen geven op deelvraag 2: "Wat kan een online binding betekenen voor de Nationale ombudsman?" en deelvraag 3: "Hoe kan de Nationale ombudsman een online binding creëren met burgers?" gaat er een andere vraag aan vooraf. Namelijk de vraag wat voor offline binding burgers hebben met de overheid en Nationale ombudsman. Daarbij is de naamsbekendheid relevant. Wat weten respondenten over de dienstinstelling en wat voor bestaande offline relatie is er? Vervolgens zal pas worden gekeken of een online binding mogelijk is. Dit wordt gedaan door te achterhalen of burgers open zouden staan voor een online vriendschap met de overheid en Nationale ombudsman.

4.2.1 Offline binding tussen burgers en overheid

Om inzicht te krijgen in de offline binding tussen burgers en de overheid zal eerst worden gekeken naar de naamsbekendheid, offline relatie, vertrouwen en offline verbindingen met de Nationale ombudsman en overheid.

Beeldvorming en relatie overheid

Uit de interviews blijkt dat bij de overheid ten eerste gedacht wordt aan landelijke organen zoals instanties en de regering. "Dat zijn instanties die het land regeren en beslissingen maken" [4c]. En daarnaast wordt gedacht aan de gemeenten en meer lokale instanties. "Aan alles wat er bijvoorbeeld in mijn stad gebeurt, wat ze daar regelen, het schoon houden, scholen en dat soort dingen" [2c]. De overheid wordt gezien als een noodzakelijkheid en als informatiebron. 16 respondenten [1a, 2a, 3a, 4a, 5a, 6a, 7a, 8a, 1b, 2b, 3b, 4b, 5b, 6b, 7b en 8b] hebben een probleem gehad met de overheid, waardoor de relatie tussen de respondenten en de overheid is aangetast. Deze respondenten hebben al veel verschillende contactmomenten gehad met overheidsinstanties (Zie bijlage 6 met tabel overheidsinstanties). Om een indicatie te geven welke problemen er spelen, zijn er twee kort uitgelicht. Respondent [1b] heeft een hersentumor gehad, en bij het verwijderen is er iets mis gegaan, waardoor ze niet meer goed kan functioneren. De respondent heeft vervolgens een arbeidsongeschiktheidspercentage ingediend bij het UWV en dat werd gesteld op 79,5%. Het probleem is dat je bij 80% volledig ongeschikt bent. Ze is nu al enige tijd op zoek naar werk, maar dit lukt haar niet. Ze heeft ook het idee dat niemand haar wil helpen, en zit voor haar gevoel daardoor nu in de bijstand. Respondent [7b] heeft een verzakking gehad naast zijn huis door iets wat de gemeente heeft aangelegd. De gemeente beloofde na zes maanden terug te komen om het te repareren met dat gebeurde niet. De respondent heeft bij het betalen van ontroerend schadebelasting, de schade van de gemeente 3 jaar lang mee verrekend. Vervolgens heeft de gemeente zijn geld geblokkeerd. Uit onderzoek van de Nationale ombudsman bleek dat de gemeente inderdaad in gebreke was geweest. Ondanks het feit dat de respondent in het gelijk is gesteld en al verschillende gesprekken heeft gehad met medewerkers van de gemeente en de wethouder, is er op het moment nog steeds niets veranderd. Ondanks de problemen met de overheid hebben zeven respondenten [1a, 2a, 3a, 4a, 6a, 7a, en 8a] geen klacht ingediend voor hun probleem met de overheid. De voornaamste reden is dat het voor de respondenten niet duidelijk was bij welke instantie je terecht kan met een klacht. "Je weet de weg gewoon niet" [4a]. Vijf respondenten [4b, 6b, 8b, 2b en 5b] hebben een klacht ingediend bij de betreffende overheidsinstantie, zoals gemeente en Centrale Raad van Beroep. Drie respondenten [1b, 3b, 6b] hebben gekozen voor juridische hulp zoals het juridisch loket of een advocaat. En drie respondenten

[5a, 3b en 7b] hebben gekozen voor een klacht bij de Nationale ombudsman. Hier wordt verder op ingegaan bij relatie Nationale ombudsman. Vijf respondenten [1c, 2c, 3c, 4c en 5c] hebben geen probleem gehad met de overheid. Deze respondenten hebben alleen direct contact gehad met de gemeente, dit was om hun paspoort te verlengen of rijbewijs. "Dat [contact] verliep wel goed, [aanvragen paspoort] kan voortaan via Digi-d, en maak je een afspraak en binnen 5 minuten ben je klaar, en dat vind ik dan prima" [2c]. De relatie met de overheid is voor deze 5 proefpersonen nog niet aangetast.

Geconcludeerd kan worden dat de overheid wordt geassocieerd met landelijke organen zoals instanties en de regering maar ook met de gemeente en meer lokale instanties. De relatie tussen de overheid en de respondenten is voor de meerderheid (16 van de 21 respondenten) aangetast door alle problemen. Opvallend is dat verschillende respondenten ondanks de problemen geen klacht erover hebben ingediend. De voornaamste reden hiervoor was onbekendheid bij welke instantie je terecht kan. Voor 5 respondenten is de relatie met de overheid nog niet aangetast, zij hebben nog geen problemen met de overheid ervaren.

Vertrouwen overheid

Het vertrouwen is over het algemeen laag bij de 16 respondenten die een probleem hebben gehad met de overheid. De negatieve ervaringen met de overheid roepen bij de respondenten vaak nog sterke gevoelens op. De respondenten hebben het gevoel dat er een ongelijkwaardige relatie is waarbij je als afhankelijke burger vaak niet tegen de machtige overheid op kan. Dit komt overeen met Ossewaarde's (2007) bevindingen waarbij volgens hem het sociaal contract tussen burgers en de overheid leidt tot een niet gelijkwaardige relatie. "Je wordt gewoon monddood gemaakt, ik heb geen hoge pet meer op van de politie" [4a]. Redenen daarvoor zijn dat ze zich niet gehoord voelden, van het kastje naar de muur zijn gestuurd en vaak na een langdurige periode pas een antwoord kregen. Van de vijf respondenten die geen probleem hebben gehad met de overheid vinden twee respondenten [2c en 3c] de overheid vertrouwd overkomen. "Ik heb wel het idee dat zij voorzichtig omgaan met de informatie die zij verstrekken" [3c]. Drie respondenten [1c, 4c en 5c] vinden de overheid deels vertrouwd overkomen en deels niet. Opvallend is dat ze de overheid deels niet vertrouwd vinden overkomen omdat ze de organisatie identificeren met politici. "Als je denkt aan de overheid denk ik automatisch aan politici en dergelijke en vind ik hun niet vertrouwd overkomen. Ze roepen het een maar doen het ander" [1c]. Uit de interviews blijkt dat een ander aspect dat van invloed kan zijn op vertrouwen, transparantie is. Vier van de vijf respondenten [1c, 3c, 4c en 5c] vinden de overheid niet transparant genoeg overkomen, dit doordat ze niet duidelijk communiceren. "Ik heb het gevoel dat wij niet alles weten wat er zich afspeelt omdat niet alles goed wordt gecommuniceerd" [4c]. De reden waarom ze de overheid wel vertrouwen is doordat sommige

instanties het gevoel overbrengen dat ze er zijn om te helpen. De gemeente wordt ook als meer vertrouwd ervaren dan andere overheidsinstanties. "De gemeente vind ik betrouwbaarder dan andere overheidsinstanties overkomen. Dat is misschien omdat de gemeente kleinschaliger is, en wat minder in de media is" [1c]. Een reden hiervoor kan zijn, dat sommige respondenten alleen direct contact hebben gehad met de gemeente. Er zijn namelijk ook grote gemeentes die niet zo kleinschalig zijn.

Geconcludeerd kan worden dat de respondenten die een probleem hebben gehad met de overheid een laag vertrouwen hebben in de overheid. De respondenten hebben het gevoel dat er een ongelijkwaardige relatie is waarbij je als afhankelijke burger vaak niet tegen de machtige overheid op kan. Redenen daarvoor zijn dat ze zich niet gehoord voelden, van het kastje naar de muur zijn gestuurd en vaak na een langdurige periode pas een antwoord kregen. Van de respondenten die geen probleem hebben gehad met de overheid vindt de minderheid de overheid vertrouwd overkomen en de meerderheid vindt de overheid deels vertrouwd overkomen en deels niet. Redenen waarom ze de overheid niet vertrouwd vinden overkomen zijn: het wordt geassocieerd met politici en die komen volgens de respondenten hun beloftes vaak niet na en de overheid wordt niet als transparant genoeg ervaren doordat niet duidelijk wordt gecommuniceerd. Redenen waarom ze de overheid wel vertrouwd vinden overkomen: Ze gaan voorzichtig om met het verstrekken van informatie en sommige instanties brengen een behulpzaam gevoel over.

Beeldvorming en relatie Nationale ombudsman

Uit het voorgaande blijkt dat drie respondenten [5a, 3b en 7b] direct contact hebben gehad met bureau Nationale ombudsman. Opvallend is dat voor alle drie de respondenten het contact niet heeft geleid tot een bevredigende oplossing. Bij een respondent [3b] bleek het probleem niet bij de Nationale ombudsman thuis te horen. "Bij de Nationale Ombudsman, daar kun je voor alles terecht behalve voor ons probleem. Die verwees ons door naar het Nuvit, we werden van het kastje naar de muur gestuurd" [3b]. Een respondent [5a] werd teruggestuurd naar de gemeente. "Ik ben bij de Nationale ombudsman geweest, maar die stuurde me terug naar de gemeente" [5a]. En bij de derde respondent [7b] heeft de Nationale ombudsman hem in het gelijkgesteld, maar negeert de gemeente deze uitspraak. "Ik heb een brief geschreven naar de Nationale ombudsman en die heeft het uitgezocht.. deed er 14 maanden over in totaal. Het was ook wel een dik dossier.. Maar toen vonden ze dat de gemeente in gebreke was gebleven en met mij om de tafel moest gaan zitten. ..Ik ben in 2012 naar de wethouder gegaan, die zou het regelen maar heeft nog steeds niets gedaan. ..Ze luisteren echt absoluut niet naar me" [7b].

De overige 18 respondenten [1a, 2a, 3a, 4a, 6a, 7a, 8a, 1b, 2b, 4b, 5b, 6b, 1c, 2c, 3c, 4c en 5c] hebben zelf geen contact gehad met de Nationale ombudsman, maar kennen het allemaal van naam.

Opvallend is dat respondenten vaak alleen niet weten wat de Nationale ombudsman precies doet, en waar, waarvoor en wanneer je er terecht kan. De Nationale ombudsman wordt wel vaak gerelateerd aan de overheid. "Het heeft denk ik iets met de overheid te maken, maar ik heb geen idee wat. Ik hoor ze wel af en toe op het nieuws" [3c]. Maar waar de Nationale ombudsman te vinden is, is niet bekend. Ook wordt de Nationale ombudsman ervaren als iets dat ver weg staat van de burgers, en dat het moeilijk zal zijn om ermee in contact te komen. "Ik heb het idee dat je er niet snel aan toe komt, ik zie het dus wel op tv, maar het lijkt zo ver weg, dat je er niet makkelijk bij kan. Er zijn zoveel gevallen en zoveel aanmeldingen, dan is het gewoon een beetje onbereikbaar, alsof het een lot uit de loterij is" [5b]. Ook wordt de Nationale ombudsman gelinkt aan de persoon, en niet aan de instantie. "De ombudsman is gewoon een gezicht." [6b] Ondanks dat niet precies bekend is wat de Nationale ombudsman doet blijkt uit de interviews dat ze vertrouwd overkomen. Alle vijf de respondenten vinden het belangrijk dat zo'n instantie bestaat en hebben er een vertrouwd gevoel bij. Het feit dat ze zichtbaar zijn in de media speelt daarbij een rol. "..Omdat ik ervan uitga dat zo'n instelling die klachten behandelt over de overheid wel een betrouwbare instelling moet zijn. En ze komen ook af en toe op de televisie" [4c].

Geconcludeerd kan worden dat het lijkt alsof de Nationale ombudsman een hoge naamsbekendheid heeft maar een lagere functiebekendheid. Burgers weten dat de Nationale ombudsman bestaat en vinden dit belangrijk, maar zullen vaak geen contact opnemen of een klacht indienen omdat ze niet weten waarvoor, wanneer en waar.

Offline verbinding overheid

Uit de interviews blijkt dat bestaande offline verbindingen, zoals burgerinitiatieven, als een goed initiatief worden ervaren door alle vijf de respondenten. Ten eerste omdat het als belangrijk wordt beschouwd dat overheid en burgers samenwerken omdat burgers belangrijke kennis bezitten. Ten tweede zorgt zo'n samenwerking voor een eerlijker proces omdat alle lagen uit de bevolking erbij betrokken kunnen worden. En ten derde kan dit zorgen voor een transparantere overheid. "Dat vind ik wel goed, omdat je dan beter weet wat de overheid precies doet. En dan heb je meer het idee dat je met de overheid kan communiceren" [2c]. Opvallend is dat de respondenten de burgerinitiatieven een goed idee vinden maar zelf niet actief zijn in een offline samenwerking met de overheid. Tijdgebrek is hiervoor de belangrijkste reden. Drie van de vijf respondenten [1c, 2c en 3c] zouden wel open staan voor een offline samenwerking met de overheid. De voornaamste reden is dat ze daarmee hopen iets goed te doen voor de samenleving. Het is daarbij belangrijk dat hun interesses er liggen en ze volledig achter het project staan. Respondent [5c] twijfelt of ze open zou staan voor een offline samenwerking met de overheid. De reden dat ze ervoor open zou staan is omdat ze via deze manier meer inzicht denkt te krijgen in de overheid. Maar aan de andere kant staat ze er niet voor

open omdat er een stukje vertrouwen ontbreekt naar de overheid toe. Geconcludeerd kan worden dat burgers over het algemeen positief staan tegenover burgerinitiatieven en de meerderheid zou ook open staan voor een offline samenwerking. Het lijkt erop dat de gedachtegang van de burgers overeenkomt met het idee achter de doe-democratie. Dat een vorm van co-creatie met de overheid er toe kan leiden dat er een sterkere samenwerking tot stand komt tussen burgers en overheid (Ossewaarde, 2007). Dit kan uiteindelijk een bijdrage leveren aan een meer gelijkwaardige relatie tussen overheid en burgers.

Verbinding Nationale ombudsman

Uit de focusgroepen blijkt dat negen respondenten [1a, 2a, 3a, 1b, 3b, 4b, 6b, 7b en 8b] een verbinding zouden willen aangaan met de Nationale ombudsman en zeven respondenten [4a, 5a, 6a, 7a, 8a, 2b, en 5b] gaven aan dat ze geen verbinding zouden willen aangaan. Hoewel niet letterlijk gevraagd is naar een online verbinding, maar naar een verbinding in het algemeen met de Nationale ombudsman, heb ik de resultaten uit de focusgroepen geïnterpreteerd als zijnde "online bindingen". (zie ook hoofdstuk 5). Er worden verschillende motieven genoemd voor het aangaan van een verbinding. Het eerste motief voor een verbinding is intrinsieke motivatie. Het wordt als belangrijk geacht medeburgers te informeren en dat je daardoor als spreekbuis kunt fungeren. Het tweede motief is dat je op deze manier krachten met elkaar kunt bundelen, en dat daarmee de kennis van de burgerij beschikbaar komt. "Hoe meer gedachtes geventileerd worden hoe beter de Nationale ombudsman in staat is een oordeel te vellen" [6b]. Het derde motief is dat wordt gehoopt dat een verbinding probleemoplossend is. "Ik hoop dat een verbinding meer oplossingen biedt voor de huidige problematiek" [1b]. De respondenten die geen verbinding met de Nationale ombudsman wilden aangaan, hadden hier ook motieven voor. Het belangrijkste motief lijkt een tijd- en energiegebrek te zijn. De respondenten vinden het een goed initiatief, maar willen zelf door gebrek aan tijd of energie geen verbinding aangaan. Het tweede motief is dat er onzekerheid heerst over het eigen kunnen, doordat ze zichzelf niet deskundig genoeg vinden. "Ja op zich een goed initiatief als ze deskundige mensen gebruiken. Ik ben echt niet deskundig" [5a]. Het derde motief is dat wordt afgevraagd of zoiets nut heeft door negatieve ervaringen met de Nationale ombudsman of de overheid in het verleden. "Diverse klachten aan de Nationale ombudsman worden niet behandeld en dan blijft het probleem hangen, misschien is het veranderd. Maar op een gegeven moment denk je gewoon: laat maar, want ze hebben ook niets verder gebracht" [3b]. "Vraag me af of [Nationale ombudsman] echt invloed kan hebben op de overheid" [5b].

Wanneer wordt gevraagd naar een verbinding met de Nationale ombudsman, lijkt het erop dat deze als zijnde een online binding door de respondenten wordt geïnterpreteerd. De meerderheid (9 van de 16 respondenten[1a, 2a, 3a, 1b, 3b, 4b, 6b, 7b en 8b]) staat open voor een verbinding met de

Nationale ombudsman. Motieven hiervoor zijn: intrinsieke motivatie, het bundelen van krachten waardoor kennis beschikbaar komt vanuit de burgerij en probleemoplossend vermogen van de burgers. Motieven om geen verbinding aan te gaan zijn: tijd en energie gebrek, onzekerheid over eigen kunnen en de vraag of een verbinding nut heeft.

4.2.2 Online binding tussen burgers en overheid

Om te kunnen achterhalen of burgers een online binding willen aangaan met de overheid en met de Nationale ombudsman zal worden gekeken of burgers een online vriendschap zouden willen aangaan met de overheid en Nationale ombudsman. Vervolgens zal worden gekeken wat een eventuele online vriendschap kan betekenen en hoe het zou kunnen worden bewerkstelligd.

Online Vriendschap

Een invulling van een online verbinding is het aangaan van een online vriendschap. In bijlage 7 is te zien welke respondenten wel of geen online vriendschap zouden willen aangaan met de overheid en met de Nationale ombudsman.

Online vriendschap Nationale ombudsman versus overheid

Wanneer wordt gekeken naar de verschillen in antwoorden tussen een online vriendschap met de Nationale ombudsman en een online vriendschap met de overheid, vallen de volgende aspecten op. Meer respondenten willen een online vriendschap aangaan met de Nationale ombudsman, dan met de overheid. Dertien respondenten [1a, 2a, 3a, 7a, 8a, 1b, 4b, 6b, 8b, 1c, 2c, 3c, 4c en 5c] willen een online vriend worden met de Nationale ombudsman en negen respondenten [1b, 2b, 3b, 4b, 8b, 1c, 2c, 3c en 5c] willen een online vriend worden met de overheid. Deze uitkomst kan op verschillende wijze verklaard worden. De eerste verklaring kan zijn dat de overheid breed geïnterpreteerd kan worden, terwijl de Nationale ombudsman een concrete invulling is. Respondenten kunnen zich eerder verbonden voelen met de Nationale ombudsman omdat ze zich hierbij een beter beeld kunnen vormen. Ook kan het te maken hebben met het feit dat zestien respondenten problemen hebben gehad met de overheid, en daardoor het vertrouwen lager is in de overheid dan in de Nationale ombudsman.

Alle drie de respondenten [5a, 7b en 3b] die eerder contact hebben gehad met de Nationale ombudsman, willen geen online vriend worden met de Nationale ombudsman. Het contact met de Nationale ombudsman heeft destijds voor hun alle drie ook niet geleid tot een bevredigend resultaat, wat van invloed kan zijn op het antwoord. Zelf geven ze de volgende redenen. Respondent 7b vindt online een verbinding aangaan te onpersoonlijk, en gebruikt dat alleen voor oppervlakkige zaken.

Ook wil deze respondent geen vriend worden met de overheid omdat je dan niet meer kritisch kan zijn. Respondent [3b] staat er wel voor open om online zichzelf voor te stellen en meningen te delen, maar wil niet als vriend betiteld worden. Opvallend is dat respondent 3b wel een online vriend zou willen zijn met de overheid. "ja zeker wel, kan dan tenminste meedenken". Respondent [5a] heeft niet genoeg tijd voor een online vriendschap met de Nationale ombudsman en heeft geen antwoord gegeven op de vraag of ze online een vriend wil worden met de overheid.

Daarnaast willen alle zeven respondenten [1a, 2a, 3a, 4a, 6a, 7a en 8a] die een probleem hebben gehad met de overheid, maar daarvoor geen klacht hebben ingediend, geen online vriend worden met de overheid [1a, 3a, 7a en 8a] of ze hebben op deze vraag geen antwoord gegeven [2a, 4a en 6a]. Terwijl van deze groep wel vijf respondenten [1a, 2a 3a, 7a en 8a] een online vriendschap zouden willen hebben met de Nationale ombudsman. Nu rest de vraag waarom deze vijf respondenten wel een online vriend willen worden met de Nationale ombudsman maar niet met de overheid. Opvallend is dat alle vijf de respondenten hun probleem met de overheid hebben kunnen oplossen, door dit zelf te doen. Ze hebben hier veel tijd en energie in gestoken. "Ik heb hun werk gedaan, ik heb daar dus geen goede ervaring mee." [8a] Opvallend is dat de twee respondenten [5a en 4a] die allebei nog problemen hebben met de overheid, niet hebben geklaagd en het probleem niet zelf hebben kunnen oplossen, geen vriend willen worden met de overheid en niet met de Nationale ombudsman. "Ik zit me nu nog steeds kwaad te maken, mijn vrouw is nog steeds slachtoffer.." [4a]. "Ik ben nog steeds met een probleem, want in 1996 ging het uitbetalen van de uitkering van de 25^e naar de 29^e en die dagen moest je dan zelf overbruggen en dat zou ik achteraf terugkrijgen maar dat heb ik nooit teruggekregen" [5a].

Bij de acht respondenten [1b, 2b, 3b, 4b, 5b, 6b, 7b en 8b] die een probleem hebben of hebben gehad met de overheid en hierover ook hebben geklaagd willen vijf [1b, 2b, 3b, 4b en 8b] wel een online vriendschap aangaan met de overheid en willen vier respondenten [1b, 4b, 6b en 8b] een online vriendschap aangaan met de Nationale ombudsman. Opvallend is dat de respondenten 2b en 3b als enige geen online vriendschap willen aangaan met de Nationale ombudsman maar wel met de overheid. Respondent 3b heeft de Nationale ombudsman al eerder benaderd en dit heeft voor hem geen bevredigende oplossing geleverd. De respondent wil niet als "vriend" worden betiteld van de Nationale ombudsman, maar vindt dit niet erg bij de overheid. Respondent [2b] wil wel een online vriendschap aangaan met de overheid met niet met de Nationale ombudsman. De reden die respondent [2b] hiervoor geeft is vooral onbekendheid met de Nationale ombudsman. De respondent heeft wel ervaring met de overheid en niet met de Nationale ombudsman. Van de vijf respondenten die geen probleem hebben gehad met de overheid willen vier respondenten [1c, 2c, 3c en 5c] een online vriend worden met de overheid en Nationale ombudsman, en één respondent [4c] twijfelt. Het lijkt erop dat hoe minder problemen de respondenten hebben met de overheid, hoe

eerder ze online vrienden willen worden. Voor respondent [4c] speelt privacy een grote rol en het feit dat ze te weinig vertrouwen heeft in de overheid om zomaar haar gegevens bloot te geven.

Uit de onderzoeksdata kan het volgende worden geconcludeerd.

- Ten eerste willen meer respondenten online vrienden worden met de Nationale ombudsman dan met de overheid. Een verklaring kan zijn dat het begrip overheid breed geïnterpreteerd kan worden, terwijl de Nationale ombudsman een concrete invulling is. Respondenten kunnen daardoor een beter beeld vormen over de Nationale ombudsman. Ook kan dit te maken hebben met het feit dat 16 respondenten problemen hebben gehad met de overheid, en daardoor het vertrouwen lager is in de overheid dan in de Nationale ombudsman.
- Ten tweede lijkt het erop dat hoe meer burgers negatieve ervaringen hebben gehad met de overheid, des te minder ze geneigd zullen zijn om mee te werken. Van de respondenten die een probleem hebben gehad met de overheid willen vijf van de zestien een online vriend worden met de overheid en 9 van de 16 met de Nationale ombudsman. Terwijl de respondenten die geen problemen hebben gehad met de overheid, bijna allemaal [4 van de 5 respondenten] een online vriendschap zouden willen aangaan met de overheid en de Nationale ombudsman.
- Binnen de groep respondenten die een probleem heeft gehad met de overheid is een verschil zichtbaar. De respondenten die een probleem hebben gehad met de overheid en hierover geen klacht hebben ingediend, willen ook allemaal geen online vriend worden met de overheid. En de respondenten die nog steeds een probleem hebben met de overheid, en hierover geen klacht nog hebben ingediend, willen geen vrienden worden met de overheid en niet met de Nationale ombudsman. Terwijl van de respondenten die een probleem hebben of hebben gehad met de overheid en daarover wel een klacht hebben ingediend vijf van de acht een online vriend willen worden met de overheid.
- Eerder contact met de Nationale ombudsman heeft ervoor gezorgd dat respondenten geen online vriend willen worden met de Nationale ombudsman. Dit kan komen doordat het contact niet tot een bevredigende oplossing heeft geleid voor de betreffende respondenten.

Motieven voor of tegen het aangaan van een online vriendschap

Er zijn verschillende motieven waarom de respondenten een online vriendschap zouden willen aangaan. Het eerste motief is intrinsieke motivatie. “.. Ik denk dat je zo’n binding aangaat omdat je dat interessant vindt en dat je er iets mee hebt” [1c]. Het tweede motief is dat ze op deze manier op een laagdrempelige manier informatie kunnen vergaren, ze zien een online vriendschap dan vooral

als nieuwsmiddeum. "Als er activiteiten zijn in de stad is het leuk als je dat te weten komt" [2c]. "Ik denk dat ik op deze manier zo'n instelling beter kan leren kennen" [5c]. Het derde motief is dat het als belangrijk wordt geacht omdat de overheid voor iedereen is. Het vierde motief is dat een online vriendschap mogelijkheden biedt om samen te werken. "[Op deze manier] kan ik tenminste meedenken." [3b]. Het vijfde motief is dat je door het aangaan van een online vriendschap anderen kunt helpen door relevante informatie te verspreiden in je eigen vriendennetwerk of aan de overheidsinstelling.

Motieven om geen online vriendschap aan te gaan zijn de volgende. Het eerste motief is privacy. Online vriendschap wordt automatisch gekoppeld aan Facebook, en Facebook wordt niet vertrouwd. Het tweede motief is dat er weinig vertrouwen meer is in de overheid. "..Ik zou er energie in willen steken als er wat mee gebeurt. Ik hoor heel veel, ik ben niet geboren in Nederland, en van mijn 8^e tot 35^e heb ik zoveel moeten vechten met de overheid, ik heb er niks voor terug gekregen het is alleen maar vechten, ik ben gewoon helemaal moe, ik kan niet meer"[5b]. Het derde motief is dat een vriendschap er toe kan leiden dat de overheid minder kritisch wordt beoordeeld. En het vierde motief is onzekerheid over eigen kunnen.

Definitie vriend en waarde vriendschap

Een online vriendschap associëren respondenten met een online vriendschap via Facebook. Ten eerste kan dit komen doordat de sociale netwerksite erg populair is en specifiek gericht is op het onderhouden van een vriendennetwerk online. De online vriendschap kan volgens de respondenten leiden tot meer betrokkenheid vanuit de burgers. Op deze manier zijn zij in staat beter te achterhalen wat de Nationale ombudsman of de overheid precies doet en welke onderwerpen belangrijk zijn. Ten tweede kan een online vriendschap ervoor zorgen dat burgers eerder en makkelijker de weg weten te vinden naar de Nationale ombudsman en overheid. Dit doordat ze door de betrokkenheid beter op de hoogte zijn. "Sowieso meer bekendheid naar mij toe, wat [de Nationale ombudsman] allemaal doet wat ze allemaal hebben gedaan en misschien dat het dan voor mij makkelijker wordt om naar hun toe te komen" [2c]. En kunnen door sociale media veel burgers op een makkelijker manier worden bereikt. "De Nationale ombudsman kan zo misschien meer mensen bereiken. Omdat veel mensen op sociale media zitten, en het zo een makkelijkere toegang kan zijn voor de overheid." [4c] Ook kan een online vriendschap probleemoplossend werken. Belangrijke problemen zijn op deze manier sneller bekend en daardoor kan eerder actie worden ondernomen.

Type vriend

Opvallend is dat de respondenten uitgaan van een online vriendschap zoals ze die ook zouden invullen met een zwakke verbinding. De online vriendschap moet vrijblijvend zijn omdat ze het contact beperkt willen houden en niet overal op willen beantwoorden. Ze willen vooral door zo'n vriendschap op de hoogte blijven van de anderen en dat ervaren ze als voldoende bindend.

Door te kijken naar de online binding tussen burgers en overheid en Nationale ombudsman kan antwoord worden gegeven op deelvraag 2 en 3. Deelvraag 2 luidt: **Wat kan een online binding betekenen voor de Nationale ombudsman?** Het lijkt erop alsof de Nationale ombudsman een hoge naamsbekendheid heeft maar een lagere functiebekendheid. Burgers weten dat de Nationale ombudsman bestaat en vinden dit belangrijk, maar zullen vaak geen contact opnemen of een klacht indienen omdat ze niet weten waarvoor, wanneer en waar. Een online binding zou een bijdrage kunnen leveren aan een hogere functiebekendheid. Een online binding stelt burgers namelijk in staat om op een laagdrempelige manier informatie te vergaren. De Nationale ombudsman kan een online binding aangaan met burgers zodat ze op deze manier als nieuwsmedium kunnen functioneren. Door een online binding via sociale media kunnen veel burgers tegelijkertijd worden bereikt. Wanneer burgers beter in staat zijn te achterhalen wat de Nationale ombudsman precies doet zal dit leiden tot meer betrokkenheid. Burgers zouden door een online binding makkelijker de weg weten te vinden naar de Nationale ombudsman doordat ze door hun betrokkenheid beter op de hoogte zijn. Ook kan een online binding mogelijkheden bieden voor een samenwerking met burgers en kan het tenslotte probleemoplossend werken. Problemen van burgers kunnen door een online binding sneller bekend zijn bij de Nationale ombudsman.

Deelvraag 3 luidt: **Hoe kan de Nationale ombudsman een online binding creëren met burgers?** Het is belangrijk dat de Nationale ombudsman zich realiseert dat burgers uitgaan van een online binding zoals ze die ook met kennissen hebben. De online binding wordt als een zwakke verbinding ingevuld. De online vriendschap moet vrijblijvend zijn en het contact beperkt. Een online binding moet ervoor zorgen dat op de hoogte kan worden gebleven van de Nationale ombudsman, en dit zal als voldoende bindend worden ervaren. De nationale ombudsman zal zich dus in de buitencirkel van het vriendennetwerk begeven en dit heeft bepaalde consequenties voor de online binding. Facebook lijkt een goed uitgangspunt om een online binding te creëren omdat burgers hierin een groot vriendennetwerk hebben met allerlei soorten online bindingen. Verder is het voor de online binding vooral belangrijk dat interessante informatie wordt geplaatst, zodat via deze manier burgers op de hoogte worden gehouden. Daarnaast moet worden stilgestaan bij het belang van privacy omdat hiermee vertrouwen kan worden gecreëerd. Dit kan ook worden bewerkstelligd door responsief om te gaan met informatie, want een online binding is immers tweerichtingsverkeer.

5. Conclusie en discussie

In dit hoofdstuk beantwoord ik eerst de onderzoeksvragen. Hieruit komen aanbevelingen voor de Nationale ombudsman voort. Vervolgens reflecteer ik in de discussie kritisch op het onderzoek, het onderzoekproces en de resultaten. Tenslotte doe ik enkele suggesties voor vervolgonderzoek.

5.1 Beantwoording van de onderzoeksvragen

Het doel van het onderzoek was inzicht krijgen in de online verbindingen tussen burgers en te verkennen of dit ook kon worden bewerkstelligd tussen burgers en de overheid. Het betrof een exploratief onderzoek dat kwalitatief van aard was. Aan de hand van een literatuuronderzoek wilde ik helder krijgen wat deze online verbindingen inhouden en wat voor invloed dit heeft op de samenleving. Aan de hand van twee focusgroepen en aanvullende interviews kan uiteindelijk een uitspraak worden gedaan over de online verbinding tussen burgers en overheid voor de casus Bureau Nationale ombudsman met als doel een eerste inzicht te geven waarmee bureau Nationale ombudsman aan de slag kan. Aan de hand van een online vriendschap werd inzicht gegeven in de online verbindingen tussen burgers en tussen burgers en de overheid. De hoofdvraag luidde: In hoeverre kan een online binding tussen burgers en overheid worden bewerkstelligd? Met daarbij drie deelvragen: 1. Wat voor invloed heeft online binding op de verbindingen tussen burgers? 2. Wat kan een binding betekenen voor Bureau Nationale ombudsman en voor burgers? 3. Hoe kan bureau Nationale ombudsman een binding creëren met burgers? Eerst zullen nu kort de drie deelvragen worden beantwoord, waarna op basis hiervan antwoord zal worden gegeven op de hoofdvraag.

Deelvraag 1: Wat voor invloed heeft een online binding op de verbindingen tussen burgers?

Een online binding zorgt ervoor dat burgers makkelijker verbindingen tussen burgers kunnen onderhouden en uitbreiden. Het is niet tijd, plaats en taalgebonden. In een online binding wordt het als een geaccepteerde norm ervaren dat je persoonlijke foto's en belangrijk nieuws deelt met je gehele vriendennetwerk. Ook zorgen online bindingen ervoor dat verbindingen tussen allerlei verschillende personen mogelijk zijn in een groot vriendennetwerk. Vertrouwen kan worden bewerkstelligd door een offline ontmoeting. De offline identiteit komt dan ook online grotendeels overeen. Er zijn twee type online verbindingen: sterke en zwakke. De meerderheid van de verbindingen zijn zwak. Zo'n online verbinding bestaat vooral uit het delen van positief nieuws en uit op de hoogte blijven van elkaar door het delen en bekijken van foto's en statusupdates. Bij een sterke online binding wordt vaker tekstueel gecommuniceerd via meer persoonlijke functies en worden andere media toegevoegd.

Deelvraag 2: Wat kan een online binding betekenen voor de Nationale ombudsman?

Een online binding stelt burgers in staat om op een laagdrempelige manier informatie te vergaren, dit kan leiden tot een hogere functiebekendheid. Door een online binding via sociale media kunnen veel burgers tegelijkertijd worden bereikt. Wanneer burgers beter in staat zijn te achterhalen wat de Nationale ombudsman precies doet, zal dit leiden tot meer betrokkenheid. Burgers zouden door een online binding makkelijker de weg weten te vinden naar de Nationale ombudsman doordat ze door de betrokkenheid beter op de hoogte zijn. Ook kan een online binding mogelijkheden bieden voor een samenwerking met burgers en kan het tenslotte probleemoplossend werken. Problemen van burgers kunnen door een online binding sneller bekend zijn bij de Nationale ombudsman.

Deelvraag 3: Hoe kan de Nationale ombudsman een online binding creëren met burgers?

De online binding zal door burgers als een zwakke verbinding worden getypeerd. De Nationale ombudsman zal zich dus in de buitencirkel van het vriendennetwerk begeven en dit heeft bepaalde consequenties voor de online binding. Facebook lijkt een goed uitgangspunt om een online binding te creëren, omdat burgers hierin een groot vriendennetwerk hebben met allerlei soorten online bindingen. Verder is het voor de online binding vooral belangrijk dat interessante informatie wordt geplaatst, zodat via deze manier burgers op de hoogte worden gehouden. Daarnaast moet worden stilgestaan bij het belang van privacy, omdat hiermee vertrouwen kan worden gecreëerd. Dit kan ook worden bewerkstelligd door responsief om te gaan met informatie.

Hoofdvraag: In hoeverre kan een online binding tussen burgers en overheid worden bewerkstelligd?

Om antwoord te kunnen geven op mijn hoofdvraag is het belangrijk enerzijds stil te staan bij de relatie tussen burgers en anderzijds bij de relatie tussen burgers en de overheid. Uit de literatuur blijkt dat het sociaal contract tussen burgers en overheid leidt tot een niet gelijkwaardige relatie (Ossewaarde, 2007), terwijl een relatie tussen burgers er wel een is tussen gelijken. Dit is een belangrijk verschil dat moet worden meegenomen. Ook hebben burgers die problemen hebben gehad met de overheid vaak weinig vertrouwen in de overheid, en ervaren zij deze ongelijkwaardige relatie sterker dan burgers die geen problemen hebben gehad met de overheid. Wanneer burgers zelf geen klacht hebben ingediend over hun probleem is dit vertrouwen nog lager. Het lijkt erop dat wanneer burgers meer negatieve ervaringen hebben gehad met de overheid, het lastiger zal worden om een online binding met burgers te bewerkstelligen dan wanneer burgers geen of weinig negatieve ervaringen hebben gehad. Daarnaast valt op dat bij een online binding tussen burgers twee typen verbindingen mogelijk zijn, namelijk zwakke en sterke verbindingen. Voor burgers is het mogelijk om zowel een zwakke als een sterke online binding aan te gaan met elkaar. Een zwakke

online binding is erg vrijblijvend en meer informatief van aard, terwijl een sterke online binding meer consequenties met zich mee brengt en persoonlijker van aard is. Bij een online binding tussen overheid en burgers lijkt het erop dat maar een type online binding mogelijk is, namelijk een zwakke online binding. Dit betekent dat burgers een online binding eerder als vrijblijvend zullen zien en het vergaren van interessante informatie als belangrijk zullen ervaren.

Geconcludeerd kan worden dat het mogelijk lijkt dat een online binding tussen burgers en overheid kan worden bewerkstelligd ondanks de ongelijkwaardige relatie tussen burgers en de overheid. Deze zal dan als een zwakke online binding worden gekenmerkt.

5.2 Aanbevelingen Nationale ombudsman

Uit de conclusie blijkt dat een online binding tussen burgers en de Nationale ombudsman zou kunnen worden bewerkstelligd. Vanuit het onderzoek wordt dan ook aanbevolen om verder te onderzoeken hoe een online binding tussen burgers en de Nationale ombudsman precies vorm kan worden gegeven. Voor het vervolg is het belangrijk de volgende aspecten mee te nemen:

Vertrouwen

Vertrouwen is een belangrijke bouwsteen wat betreft het creëren van een online binding met burgers. Vertrouwen kan op verschillende manieren worden bereikt. Dit kan ten eerste door een ontmoeting in de offline wereld. Het zal makkelijker zijn om vertrouwen te winnen bij burgers die eerder contact hebben gehad met de Nationale ombudsman. Ten tweede is het belangrijk dat de online identiteit overeenkomt met de offline identiteit, bijvoorbeeld door het gebruik van een eigen naam en foto. Ten derde moet rekening worden gehouden met responsiviteit. Door responsief om te gaan met een online binding en duidelijk en open te communiceren zal de binding als transparant worden ervaren. Het is belangrijk dat tijdig op reacties van burgers wordt gereageerd, voorwaarden duidelijk zijn en ontwikkelingen en resultaten van eventuele onderzoeken worden gecommuniceerd.

Type online binding

Burgers zullen een online binding met de Nationale ombudsman waarschijnlijk definiëren als een zwakke online binding. Door als organisatie hiervan uit te gaan kan met een aantal aspecten rekening worden gehouden. Ten eerste zal het belangrijk worden geacht dat burgers op een laagdrempelige manier informatie kunnen halen, en op deze manier op de hoogte willen blijven van de Nationale ombudsman. Informatie die betrekking heeft op eigen omgeving, maatschappelijke onderwerpen, wat er speelt bij de Nationale ombudsman en relevant nieuws wordt interessant gevonden. Het verstrekken van informatie tijdens een online binding zal ook zorgen voor een hogere

functiebekendheid. Burgers zullen in het vervolg makkelijker de weg weten te vinden naar de Nationale ombudsman. Ten tweede zal het vooral een vrijblijvende online binding betreffen tussen burgers en de Nationale ombudsman. Het is belangrijk dat dit zo ook overkomt bij de burgers. Dit kan door ze niet te overspoelen met berichten. Tenslotte is privacy ook een belangrijk aspect omdat burgers daar veel waarde aan hechten. Het is daarbij belangrijk dat zorgvuldig wordt omgegaan met persoonlijke gegevens. Daarnaast zullen burgers voor zeer persoonlijke informatie ook meer persoonlijke functies gebruiken om contact te leggen zoals chatfuncties, e-mailen of bellen.

Online vriendschap

Een online vriendschap kan een goede invulling zijn om een online binding te bewerkstelligen met burgers. Respondenten hebben online vaak een groot vriendennetwerk met allerlei soorten verbindingen. Met name Facebook is erg geschikt voor het aangaan van een online vriendschap. Facebook is speciaal ontworpen om online verbindingen op een makkelijke manier te kunnen onderhouden en uitbreiden. Ook linken burgers een online vriendschap vaak automatisch aan Facebook. De Nationale ombudsman kan daardoor een groot bereik hebben en met veel burgers op een laagdrempelige manier in contact komen.

Co-creatie

Tenslotte kan een online binding ervoor zorgen dat burgers meer betrokken zijn bij de Nationale ombudsman en dit biedt mogelijkheden voor samenwerking. Een online binding bestaat namelijk uit tweerichtingsverkeer. Een online binding biedt bij uitstek een kans om een samenwerking aan te gaan tussen de Nationale ombudsman en burgers. Een samenwerking kan ertoe leiden dat meer inzicht wordt verkregen in welke problemen er spelen bij burgers. Een online binding kan dus probleemoplossend werken.

5.3 Discussie

In deze paragraaf wordt gereflecteerd op het onderzoek, het onderzoeksproces en de resultaten. In eerste instantie zouden alleen focusgroepen worden afgenomen voor mijn onderzoek. Hiervoor is destijds gekozen omdat focusgroepen uitermate geschikt zijn voor exploratief onderzoek. Om verschillende redenen hebben de focusgroepen niet voldoende relevante data opgeleverd. Een van de redenen was dat ik mijn onderzoek heb geschreven voor de Nationale ombudsman en het vraagstuk van de Nationale ombudsman niet overeenkwam met mijn onderzoek. Voor de organisatie was het belangrijk dat het vragenstuk tijdens de focusgroepen centraal stond. Dit heeft ertoe geleid dat niet alle aspecten van mijn topiclijst voldoende behandeld konden worden tijdens de

focusgroepen. Door tijdgebrek is vervolgens gekozen om vijf aanvullende semigestructureerde interviews af te nemen. Hiermee is geprobeerd de diepgang van het onderzoek terug te brengen. Tijdens de interviews zijn alle belangrijke aspecten behandeld en werd het mogelijk om dieper op bepaalde onderwerpen in te gaan. Het kiezen van aanvullende semigestructureerde interviews brengt ook consequenties met zich mee. Ten eerste zijn de focusgroepen afgenomen met respondenten die allemaal een probleem hebben met de overheid en hier wel of geen klacht over hebben ingediend. Voor het afnemen van de focusgroepen werkte ik samen met een professioneel onderzoeksbureau, dat deze respondenten voor mij heeft kunnen werven. Tijdens de interviews had ik dit niet tot mijn beschikking, waardoor geen respondenten gevonden konden worden die een probleem met de overheid hebben gehad en daarover wel of niet hadden geklaagd. Een selectie criterium voor de interviews was om respondenten van dezelfde leeftijdscategorie als tijdens de focusgroepen te vinden. Omdat werd verwacht dat de leeftijd van respondenten een belangrijke factor was voor het aangaan van een online binding. Ten tweede zijn de focusgroepen afgenomen met 16 respondenten, en kon door tijdsgebrek maar vijf aanvullende interviews worden afgenomen. Dit kan betekenen dat de uitkomsten van het onderzoek anders hadden kunnen zijn wanneer ook 16 aanvullende interviews zouden zijn afgenomen. Nu zijn bepaalde conclusies getrokken aan de hand van vijf respondenten, doordat sommige aspecten alleen zijn behandeld tijdens de interviews. Dit is dan ook belangrijk om mee te nemen in de externe validiteit. Ten derde is geprobeerd om de gespreksleidraad van de focusgroepen en interviews zoveel mogelijk overeen te laten komen. Dit is echter niet helemaal gelukt doordat in de gespreksleidraad van de focusgroepen ook vragen stonden die belangrijk waren voor de organisatie. Niet alle aspecten zijn (goed) behandeld tijdens de focusgroepen, maar dit is wel gelukt tijdens de interviews.

Een ander belangrijk punt voor de interne validiteit is dat tijdens de focusgroepen is gevraagd of burgers een “verbinding” willen aangaan met de Nationale ombudsman. De antwoorden op deze vraag zijn geïnterpreteerd als zijnde online verbindingen, maar dit kan niet met zekerheid worden geconcludeerd. De burgers zouden de verbinding ook als offline kunnen hebben geïnterpreteerd. Tijdens de focusgroepen is daarna nog wel letterlijk gevraagd of respondenten een online vriendschap zouden willen aangaan met de overheid en Nationale ombudsman. Tijdens de aanvullende interviews zijn wel duidelijk de verschillende begrippen gebruikt: online binding of offline binding om een dergelijke situatie te voorkomen. Dit kan effect hebben gehad op de resultaten doordat je niet daadwerkelijk hebt kunnen meten wat je van te voren wilden meten.

De uitkomsten van het onderzoek waren voor een deel verwacht en deels niet. Aan de ene kant zijn de uitkomsten verwacht omdat burgers online vaak een groot vriendennetwerk hebben en dit kan

betekenen dat ze minder nauw kijken naar een online binding. Het vormen van een online vriendschap is dan ook erg van deze tijd. Ook zijn er al verschillende commerciële organisaties die een online vriendschap zijn aangegaan met hun klanten. Het zou dan ook kunnen zijn dat burgers ook met de overheid een online vriendschap wilden aangaan. Aan de andere kant zijn de uitkomsten niet verwacht omdat ik me ook kon voorstellen dat burgers niet zitten te wachten op een online vriendschap met de overheid. De overheid is namelijk geen hippe commerciële organisatie. Daarnaast kon ik me voorstellen dat burgers het een goed initiatief zouden vinden, maar het niet zelf zouden willen aangaan.

5.4 Vervolgonderzoek

Aan de hand van dit onderzoek kunnen ideeën worden geventileerd voor een vervolgonderzoek. Ten eerste is het onderzoek door een beperkte tijd kleinschalig opgezet. In totaal zijn 21 burgers gesproken en betrof dit ook een specifieke doelgroep. Uit dit onderzoek lijkt het erop dat een eventuele online binding tussen burgers en de overheid zou kunnen worden gecreëerd. Voor mijn onderzoek is ook gefocust op één speciale casus, namelijk de Nationale ombudsman. Doordat mijn onderzoek is gebaseerd op een kleine groep burgers uit een specifieke doelgroep op één speciale casus beperkt dit de generaliseerbaarheid. Voor een vervolgonderzoek is het daarom interessant om te kijken naar een grotere groep burgers, met misschien niet één specifieke doelgroep en op één speciale casus.

Ten tweede zijn veel commerciële bedrijven al verder met het zoeken naar een online binding met klanten. Voor een vervolgonderzoek kan het daarom interessant zijn om een exploratief onderzoek op te zetten naar hoe online bindingen tussen klanten en commerciële organisaties tot stand komt, waarna vervolgens gekeken kan worden wat de overheid daarvan zou kunnen leren om zelf een online binding te bewerkstelligen met burgers.

Tenslotte kan ook verder op dit onderzoek worden ingehaakt door te achterhalen wat een online binding nu in de praktijk betekent voor de overheid. Door het aangaan van een online binding met burgers betekent dit ook dat de overheid een enorm bereik heeft. Een online binding bestaat uit een tweerichtingsverkeer tussen overheid en burgers. De overheid zal op deze manier veel op zich af krijgen. Het is dus relevant te achterhalen wat voor aanpak hier het beste bij past, hoeveel tijd erin zou moeten worden gestoken en hoeveel het zal gaan kosten.

Bibliografie

- Baym, N. K. (2010). *Personal connections in the digital age*. Polity.
- Boyd, D. (2006). Friends, friendsters and MySpace top 8: writing community into being on social network sites. *First Monday* (11) 12.
- Boyd, d. & Ellison, N. B. (2007) Social network sites: definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated communication* 13 (1).
- Boeijs, H.R. (2008). *Analyseren in kwalitatief onderzoek*. Den Haag: Boom Lemma Uitgevers.
- Bovens, M. A. P., t Hart, P., & Twist, M. J. (2007). Openbaar bestuur. *Beleid, organisatie en politiek*.
- Carter, D. (2005). Living in virtual communities: An ethnography of human relationships in cyberspace. *Information, Community & Society*, 8(2), 148-167.
- Castells, M. (2007). Communication, power and counter-power in the network society. *International Journal of Communication*, 1, 238-266.
- Castells, M. (2010). *The rise of the network society* (2nd ed). UK: Wiley-Blackwell.
- Castells, M. (2008). The new public sphere: global civil society, communication networks, and global governance. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 78.
- Chan, D. K. S. & Cheng, G. H. L. (2004) A comparison of offline and online friendship qualities at different stages of relationship development. *Journal of social and personal relationships* 21(3), 305-20.
- Cho, Y. H., & Choi, B. D. (2004). E-government to combat corruption: The case of Seoul metropolitan government. *International Journal of Public Administration*, 27(10), 719-735.
- Cuillier, D., & Piotrowski, S. J. (2009). Internet information-seeking and its relation to support for access to government records. *Government Information Quarterly*, 26(3), 441-449.
- Curtin, D. & Meijer, A.J. (2006). Does transparency strengthen legitimacy? A critical analysis of European Union policy document. *Information Polity*, 11(2), pp.109-122.
- van Dijck, J. (2013). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.
- Curtis, P. (1997) Mudding: social phenomena in tekst-based virtual realities. In S. Kiesler (ed.) *Culture of the internet*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, pp. 121-42
- Deetz, S. (2000). Describing differences in approaches to organization science. Peter J. Frost, A.Y. Lewin, R.L. Daft, Talking about organization sciences. Thousand Oaks. Pp. 123-152
- Dhondt, S., Broekman, C., van der Torre, W., van de Berg, C., & Wiezer, N. (2013). Co-creatie van organisaties met consumenten. *M en O: Tijdschrift voor Management En Organisatie*, 67(5), 107-124.

Etgar, M. (2008). A descriptive model of the consumer co-production process. In *Journal of the Academy of Marketing Science*, 36, pp. 97-108.

Fournier, S., & Avery, J. (2011). The uninvited brand. In *Business Horizons*, 875, pp. 1-15.

Flyvbjerg, B. (2006). Five Misunderstandings About Case-Study Research. *Qualitative Inquiry*, 12(2), 219-245.

Fono, D. & Raynes-Goldie, k. (2006) Hyperfriendship and beyond: friends and social norms on LiveJournal. In M. Consalvo & C. Haythornthwaite (eds.) *Internet Research annual volume 4: Selected Papers from the AOIR Conference*

Füller, J. (2010). Refining virtual co-creation from a consumer perspective. In *California Management Review*, 52, (2), Winter, pp. 98-122.

Gerlitz, C., & Helmond, A. (2011, January). Hit, Link, Like and Share. Organizing the social and the fabric of the web in a Like economy. In *Paper presented at the DMI mini-conference* (Vol. 24, p. 25).

Giddens, A. (1991) *Modernity and Self Identity: Self and Society in the Late Modern Age*, Polity Press, London.

Giddens, A. (1999) *Runaway World: How Globalisation is Reshaping our Lives*, Profile, London.

Gross, R., & Acquisti, A. (2005, November). Information revelation and privacy in online social networks. In *Proceedings of the 2005 ACM workshop on Privacy in the electronic society* (pp. 71-80). ACM.

Haythornthwaite, C. (2005) Social networks and Internet connectivity effect. *Information, Communication & Society* 8 (2), 125-47

Hogg, M. A., & Abrams, D. (1988). Social identifications.

Humphreys, L. (2007) *Mobile social networks and social practice: a case study of Dodgeball*.

Jaeger, P. T., & Bertot, J. C. (2010). Transparency and technological change: Ensuring equal and sustained public access to government information. *Government Information Quarterly*, 27(4), 371-376.

Java, A., Song, X., Finin, T., & Tseng, B. (2007, August). Why we twitter: understanding microblogging usage and communities. In *Proceedings of the 9th WebKDD and 1st SNA-KDD 2007 workshop on Web mining and social network analysis* (pp. 56-65). ACM.

Kierkegaard, S. (2009). Open access to public documents—More secrecy, less transparency!. *Computer law & security review*, 25(1), 3-27.

Kwak, H., Lee, C., Park, H., & Moon, S. (2010, April). What is Twitter, a social network or a news media?. In *Proceedings of the 19th international conference on World wide web* (pp. 591-600). ACM.

Lewis, J., & West, A. (2009). 'Friending': London-based undergraduates' experience of Facebook. *New Media & Society*, 11(7), 1209-1229.

- Lui, H. (2007) Social network profiles as taste performances. *Journal of computer-mediated communication* 13 (1)
- McKenna, K. Y. A., Green, A. S. & Gleason, M. E. J. (2002) Relationship formation on the internet: What's the big attraction? *Journal of social issues* 58 (1), 9-31.
- Meijer, A. & Erp, J, (2010) *Overheids-en burgertoezicht in de kennissamenleving: pleidooi voor een LAT-relatie*.
- Morgan, D. L. (1998). *The focus group guidebook*. Sage.
- Ossewaarde, M. R. (2007). The new social contract and the struggle for sovereignty in the Netherlands. *Government and Opposition*, 42(4), 491-512.
- Postmes, T. & Baym, N. K. (2005) Intergroup dimensions of the internet. In: Harwood, J.& Giles, H. (eds.), *Intergroup communication: Multiple perspectives*. New York: Peter Lang, pp. 213-38
- Rheingold, H. (1993). *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier*. MIT press.
- Roberts, A. (2006). *Blacked out: Government secrecy in the information age*. Cambridge University Press.
- Rousseau, J. J. (2002). *The Social Contract: And, The First and Second Discourses*. Yale University Press.
- Tapscott, D. & A.D. Williams (2006), *Wikinomics: How Mass Collaboration Changes Everything*, Penguin Group, New York.
- Ugander, J., Karrer, B., Backstrom, L., & Marlow, C. (2011). The anatomy of the facebook social graph. *arXiv preprint arXiv:1111.4503*.
- Volberda, H., Jansen, J., Tempelaar, M., & Heij, K. (2011). Monitoren van sociale innovatie slimmer werken, dynamisch managen en flexibel organiseren. In *Tijdschrift voor HRM*, 1, pp. 85-11
- Walsham, G. (1995). Interpretive case studies in IS research: nature and method. *European Journal of Information Systems*, 4(2), 74 – 81.
- Whitty, M. & Gavin, J. (2001) Age/Seks/Location: uncovering the social cues in the development of online relationships. *Cyberpsychologie and behavior* 4 (5), 623-30
- Wilmot, W. W. (1987). *Dyadic communication* (pp. 11-14). New York: Random House.
- Wynn, E. & Katz, J. E. (1998) Hyperbole over cyberspace: self-presentation and social boundaries in Internet home pages and discourse. *The information society* 13(4), 297-328
- Yanow, D. (Ed.). (2000). *Conducting interpretive policy analysis* (Vol. 47). Sage.

Overige bronnen

CTIT – Instituut voor ICT research in context. Geraadpleegd via:

http://www.utwente.nl/ctit/cfes/docs/Rapporten/2012_Trendrapport_Internetgebruik.pdf

van Berlo, D. (2012). *Wij, de overheid: cocreatie in de netwerksamenleving*. (1st ed.). Programma

Ambtenaar 2.0: Davied van Berlo. Geraadpleegd via <http://www.boek.ambtenaar20.nl> (06-02-2013)

Bijlage 1. Overzicht respondenten focusgroepen en semigestructureerde-interviews

Respondent	Leeftijd	Aantal uur online per week	F: Focusgroep 1 of 2 I: Interview
1A	35	32	F1
2A	61	20	F1
3A	43	6	F1
4A	69	5	F1
5A	66	42	F1
6A	48	15	F1
7A	27	10	F1
8A	39	30	F1
1B	63	10	F2
2B	42	10	F2
3B	76	20	F2
4B	33	21	F2
5B	45	20	F2
6B	66	30	F2
7B	65	5	F2
8B	33	25	F2
1C	27	14	I
2C	25	21	I
3C	40	10	I
4C	61	7	I
5C	44	3,5	I

Tabel 1: Alle respondenten met hun leeftijd en aantal uur online per week

Bijlage 2. Gespreksleidraad focusgroepen

- ✓ Veldwerk: woensdag 7 mei van 17.30 – 19.00 en van 19.30 – 21.00.
 - ✓ Gespreksleiders: Marjolein van Kouterik en Judith de Waard
 - ✓ Locatie: kwalitatieve onderzoeksruimten (De Verdieping) Intomart GfK te Hilversum.
-

1. **Introductie** **(10 min.)**

- Introductie GfK
- Uitleg onderzoekssituatie: camera, aantekeningen, discussiëren, op elkaar ingaan, elkaar de kans geven om iets te zeggen, gespreksleider bewaakt, geen goede/foute antwoorden, eigen mening;
- Toelichting onderwerp van discussie: een maatschappelijk onderwerp, nu nog niet verraden wat het is, wordt vanzelf duidelijker.
- Voorstelronde: gespreksleider stelt zich kort voor, daarna de respondenten:
 - naam, leeftijd, beroep/werkzaamheid, huishoudsituatie, kinderen thuiswonend
 - mediagebruik:
 - welke media & tijdsbesteding, hoe vaak online
 - doorvragen op het social media gebruik (welke, waarom juist op die actief, hoe actief)

2. **Betekenis van online vriendschappen (20 min)**

Indien actief op social media of online gemeenschap

- *Ik ben benieuwd hoeveel vrienden jullie online hebben. Noteer eerst even bij opdracht 5 (int panel) / opdracht 4 (int website):*
 - *Of je op Facebook zit en zo ja, hoeveel vrienden je ongeveer hebt op Facebook.*
 - *Of je op andere social media of online gemeenschappen (bijv. LinkedIn, Flickr, YouTube) zit en zo ja, hoeveel vrienden/contacten je daarop hebt.*
 - *Of je gebruik maakt van Twitter en zo ja, hoeveel volgers je zelf hebt op Twitter, hoeveel mensen je volgt en hoeveel van de mensen die jij volgt, ook jou volgen (wederkerigheid).*
- **Wanneer wordt je online vrienden? Wanneer ga je zelf iemand volgen op Twitter?**
- **Wie zijn je vrienden op Facebook/andere online gemeenschap/Twitter, waar bestaat je netwerk uit? Check:**
 - mannen/vrouwen/beide?
 - alleen mensen met wie je ook offline contact hebt, alleen online contact of beide – in hoeverre is er sprake van overlap tussen je offline en online vrienden?
- **Wat betekent een vriend voor je op Facebook of een andere online gemeenschap/social media?**
- **Wat betekent een volger voor je op Twitter?**
- **Wat betekent een online vriendschap? Is er een verschil tussen je online en offline vrienden? Zo ja, waar zit hem dat in? Check:**
 - **Mate van contact:** hoeveel contact heb je met je online “versus” offline vrienden?
 - **Betekenis vriendschap.** Wat betekent een vriend voor je op Facebook? Wat betekent een volger hebben en/of zijn voor je op Twitter?
 - **Inhoud vriendschap:** Is de informatie die je online deelt anders dan de informatie die je

offline deelt? Zo ja, hoe en waarom? check:

- Privacy: Grenzen privé/publiek: Wat vindt je van privé? Wat deel je online met anderen, wat deel je niet? Waarom wel/niet? (voorbeeld: delen van foto's online op Facebook, informatie blootgeven)
- Vertrouwen: Is vertrouwen belangrijk voor een online vriendschap? Hoe kan je vertrouwen bewerkstellen?
- *Indien nog tijd:* Stel dat social media niet meer zouden bestaan, wat zou dat voor jou betekenen? Heb je wel eens overwogen om je af te melden van social media?

3. Huidige situatie: betrokkenheid en binding bij organisaties (10 min.)

- Geef je weleens je mening / feedback over producten/diensten/organisatie(s)/instantie(s)? *INT: help indien nodig: het kan zowel om commerciële als niet-commerciële zaken gaan.*
 - *(INT zo ja):* Aan wie/welke organisatie(s), waarover, hoe (op wat voor een manier), hoe intensief (check: *actief*: op eigen initiatief, *passief*: uitgenodigd worden; af en toe versus regelmatig), waarom (check: gevoel van betrokkenheid/binding, tevredenheid, wederkerigheid/beloning, klagen of juist liken/tevredenheid....)
 - *(INT: zo nee):* Waarom niet? Kun je je voorstellen dat je dit weleens zou willen doen? In welke situatie (waarover, hoe)? *(INT Check):* en indien je een probleem of klacht hebt?

4. Problemen met de overheid, bekendheid Nationale ombudsman (kort) (10 min.)

- *(INT: indien nog niet spontaan genoemd):* Wie van jullie heeft weleens zelf een probleem/klacht (gehad) met een overheidsorganisatie? Geef kort aan (in een paar zinnen) wat het probleem was, wat de status is (lopend of afgerond), of je hulp/informatie hebt gezocht en hoe tevreden je bent?
- *Kun je als burger nu ergens terecht als je een probleem hebt met de overheid? Zo ja: Waar dan?*
- *En de Nationale Ombudsman? Hebben jullie daar wel eens van gehoord? Waar is deze voor?*
- *Wie van jullie heeft weleens contact gehad met de Nationale ombudsman? En bij de No een klacht ingediend over een overheidsinstantie of overwogen om dit te doen? Zo ja, hoe heb je dit gedaan en wat heeft het je opgeleverd?*

5. Mogelijkheden voor het aangaan van een duurzame relatie met de No (38 min.)

- *(INT: Lees informatie voor en vraag respondenten deze ook op de hand-out voor zich te nemen):*

We gaan het nu hebben over de Nationale ombudsman, een onafhankelijke en onpartijdige instantie die klachten van burgers behandelt over de overheid. De Nationale ombudsman is een voorziening 'in de tweede lijn' voor het behandelen van klachten. Dat betekent dat er eerst een klacht ingediend moet zijn bij de betreffende overheidsinstantie zelf. De Nationale ombudsman is er dus om op te komen voor de belangen van burgers en om de overheid kritisch te volgen.

De Nationale ombudsman wil burgers zo goed van dienst zijn en denkt eraan om een verbinding met burgers aan te gaan (los van hun eventuele klacht), om burgers zo structureel bij zijn dienstverlening en kwesties rondom de overheid te betrekken.

Deze vaste groep burgers wil hij vragen stellen en laten meedenken. Deze input van burgers kan de Nationale ombudsman helpen om zijn dienstverlening waar mogelijk te verbeteren.

Dit jaar wordt er een opvolger van de voorgaande Nationale ombudsman Alex Brenninkmeijer gekozen.

- *Wat komt er als eerste in je op als je dit hoort? Noteer dit eerst even voor jezelf op de hand-out bij opdracht 1a. (INT: let goed op de toon van de reactie en of men het aan zichzelf koppelt niet)*
 - *Voor wie is dit bedoeld, denk je? Wil je No ook met jou een verbinding aan aangaan of niet?*
 - *Wat vindt je ervan, van binding? Is het iets voor jou? Zou jij zelf een verbinding willen aangaan met de Nationale ombudsman? Noteer dit eerst voor jezelf bij opdracht 1b.*
 - *(INT: indien ja): Waarom? Waar zou je dan vooral aan willen meedoen? Waaraan niet?*
 - *(INT: indien: dat hangt ervan af): waar hangt het vanaf?*
 - *(INT: indien niet): waarom niet? Wat zou er voor nodig zijn om jou er wel toe te bewegen?*
 - *Zou je een online "vriendschap" met de Nationale ombudsman willen aangaan? Noteer dit eerst even voor jezelf op de hand-out bij opdracht 1c. Waarom wel/niet?*
 - *Zou je een online "vriend" kunnen worden van de overheid in het algemeen? Noteer dit eerst even voor jezelf op de hand-out bij opdracht 1d. Waarom wel/niet?*
- ➔ *INT: indien de meeste mensen interesse hebben, vraag dan kritisch door of dat echt zo is en geen sociaal-wenselijk antwoord!.*

➔

*Een mogelijkheid om deze verbinding aan te gaan is **een panel**.*

- *(Int, indien een panel nog niet spontaan is genoemd): Wat vindt je hiervan?*
- *Wie van jullie is lid (geweest) van een panel? Waarom wel/niet?*
- *Indien ja, check: Van welk(e) panel(s) en hoe lang ben je lid? (respondenten zijn in ieder geval allemaal lid van het GfK panel)? Waarom juist die?*
- *Stel dat er een panel van/voor de No komt, wat zijn **randvoorwaarden/uitgangspunten**, do's en/of dont's waar de Nationale ombudsman bij de ontwikkeling rekening mee moet houden?*

Check:

 - *Deelnameperiode*
 - *Deelnamefrequentie (per jaar) Minimaal en maximaal. Opt-out mogelijkheid per keer of niet?*
 - *Manier(en) van deelname*
 - *Wederkerigheid:*
 - *Incentive of niet?*
 - *Zo ja wat voor een incentive (spontaan)*
 - *Geholpen: wat vindt je van de volgende mogelijkheden: high tea met de ombudsman, gratis bijwonen van interessante lezingen/workshops, kans maken op een cadeautje (win een storm paraplu, win een wobbel vaas, punten sparen, korting op een lidmaatschap van de Consumentenbond, korting op een lidmaatschap van een Rechtsbijstandsverlener, deelnamen aan live groepsgesprekken)*
 - *Initiatief: alleen op verzoek of ook uit eigen beweging feedback geven*
 - *Privacy: speelt dat een rol? Zijn er nog bepaalde zaken taboe?*

Geholpen: ideeën voor het panel van de No

- (INT licht toe): *De No heeft zelf een aantal ideeën voor mogelijkheden voor het aangaan van een verbinding met burgers. Bij opdracht 3a zie je een lijstje hiervan. Geef voor elke mogelijkheid aan of je eraan mee zou doen (ja, nee) en indien ja of je dit bij voorkeur via een vast panel van de No doet, eenmalig via het GfK panel of dat dit je niet uitmaakt. Nummer de mogelijkheden vervolgens op volgorde van voorkeur. (INT: Samenvatten, turven op het bord, na bespreken):*
 - *Welke mogelijkheden hebben jullie voorkeur voor het No panel en/of voor het GfK panel?*
 - *Per mogelijkheid kort bespreken: moet deze mogelijkheid er komen of niet, zo ja hoe?*
- *Bij opdracht 3b zie je een aantal mogelijke onderwerpen staan. Geef voor elk onderwerp aan of je eraan mee zou doen (ja, nee) en indien ja of je dit bij voorkeur via een vast rpanel van de No doet, eenmalig via het GfK panel of dat dit je niet uitmaakt. (INT: Samenvatten, turven op het bord, na bespreken per onderwerp):*
 - *spreekt het aan/zou je mee doen, waarom?*
 - *zo ja, op welke manier?*
 - *Samenvattend: is er een lijn in te ontdekken van onderwerpen die meer geschikt zijn voor het No panel of het GfK panel? Check: complexiteit, gevoeligheid onderwerp, persoonlijke relevantie, maatschappelijke relevantie, anders...*
- *Er bestaan diverse panels: panels van onderzoeksbureaus zoals het GfK panel, panels van commerciële bedrijven (winkels, merken), panels van non-profit organisaties/goede doelen en panels van overheidsorganisaties (zoals de No). Is er een verschil in lid zijn van deze soorten panels? Check: van het GfK panel versus andere panels? En tussen andere panels? Waar zit 'm dat in?*

9. Afsluiting

(2 min.)

Bedanken en uitreiken vergoeding.

Bijlage 3. Topiclijst focusgroepen en semigestructureerde-interviews

I. Introductie

- Welkom en introductie interviewer
- Uitleg interview: geen goede/foute antwoorden, eigen mening
- Toelichting onderwerp: Online binding, Maatschappelijk onderwerp. Nu nog niet verraden, wordt vanzelf duidelijker
- Voorstelronde: Interviewer stelt zich kort voor (naam, leeftijd, huishoudsituatie, beroep/opleiding) en vraagt daarna of de respondent hetzelfde wilt doen

II. Online binding tussen burgers

Tijdsbesteding: Hoeveel uur per dag bent u online actief? Waar bent u actief? Wat doet u online? Wat is uw motivatie om online te zijn?

Online omgevingen: Bent u wel eens te vinden op online gemeenschappen? Zo Ja; Welke? Wat brengt u dat u daarop zit? Hoe actief bent u erop? Bent u wel eens te vinden op Sociale netwerk Sites/Social media? Zo ja; Welke? (Facebook, Twitter, LinkedIn)

Motivatie: Wat brengt u dat u daarop zit? Wat is u motivatie? Hoe actief bent u op zo'n SNS/Online gemeenschap? Wat zijn de voordelen/Wat zijn de nadelen?

Indien actief op Facebook: Ingaan op:

Friends:

Populariteitsprincipe: Hoeveel vrienden in u netwerk op Facebook? Wat vindt u van mensen met veel vrienden?

Betekenis Online vriendschap: Wat zijn vrienden op Facebook? Wat betekent een vriend op Facebook? Wat betekent deze vriendschap in het dagelijks leven voor u? Wanneer wordt je met iemand vrienden op Facebook? Is er een verschil met een vriend uit het dagelijks leven? Waarom wel/niet? Wat zijn de voordelen van vriendschap via Facebook en Wat zijn de nadelen van een vriendschap via Facebook?

Vertrouwen: Is vertrouwen belangrijk voor een vriendschap op Facebook? Hoe bewerkstel je zo'n vertrouwen?

Free floating: Wie zijn u vrienden? Waar bestaat het netwerk uit, kunt u dat uitleggen? Kent u degene wie je vriend is? Kent u de vrienden ook uit het dagelijks leven? Zijn u vrienden vooral van dezelfde sekse of van de andere sekse?

Type verbinding: Hoeveel contact heeft u met je online vrienden op Facebook? Waar bestaat dit contact uit? Via welke medium onderhoudt je het contact/online vriendschap?

Identiteit: Op welke manier onderscheidt u zich van de anderen? Gebruik je je eigen naam op Facebook? Eigen foto?

Algoritmen:

-Zijn de knoppen "mensen die je misschien kent" voor u bekend? Heeft u deze wel eens voorbij zien komen op Facebook? Kenden u deze mensen vaak ook? Heeft u wel eens mensen door deze knoppen toegevoegd als vrienden? Waarom?

-Kent u de functie waarbij de vrienden van vrienden op Facebook zichtbaar zijn? Heeft u hier wel eens naar gekeken? Heeft u hiertoe wel eens mensen toegevoegd in je netwerk op Facebook?

Sharen:

Privacy: Grenzen privé/publiek: Wat vindt u van privé? Wat deelt u op Facebook? Wat deelt u niet op Facebook? Waarom wel/niet? (foto's, informatie blootgeven)

Liken:

Betekenis: Wat is volgens u de betekenis van Liken op Facebook? Waarom?
Bindingen: Wanneer liked u iets op Facebook? Wat liked u dan? Van wie liked u? Waarom liked u?

Indien wel of ook actief op Twitter: Ingaan op:

Following:

Populariteitsprincipe: Hoeveel mensen volgt u op Twitter? Hoeveel mensen volgen u op Twitter? Wat vindt u van mensen met veel volgers op Twitter?

Betekenis volger: Wat zijn volgers op Twitter? Wat betekent een volger voor u op Twitter? Wanneer gaat u iemand volgen? Zie je zo'n volger ook als een (online) vriend? Waarom wel/niet? Is er een verschil met een vriend uit het dagelijks leven? Waarom wel/niet? Wat zijn de voordelen van volgers op Facebook en wat zijn de nadelen?

Vertrouwen: Is vertrouwen belangrijk voor het creëren van een connectie op Twitter? Waarom wel/niet? Hoe bewerkstelt u zo'n vertrouwen?

Free floating: Wie zijn u volgers? Waar bestaat het netwerk uit, kunt u dat uitleggen? Kent u degene wie je volgt/of die u volgt? Kent u de volgers ook uit het dagelijks leven? Zijn u volgers/degene die je volgt vooral van dezelfde sekse of van de andere sekse?

Type verbinding: Hoeveel contact heeft u met je volgers op Twitter? Waar bestaat dit contact uit? Via welke medium onderhoudt u het contact/online vriendschap?

Identiteit: Op welke manier onderscheidt u zich van de anderen? Gebruikt u je eigen naam? Eigen foto?

Tweets

Betekenis: Wat is volgens u de betekenis van een Tweet?
Waarover Tweet u? Waarom Tweet u? Naar wie Tweet u?
Privé/Publiek: Wat deelt u op Twitter? Wat deel je niet? Waarom wel/niet?

Indien wel of ook actief op een online gemeenschap, indien het benoemen van het hebben van online vrienden, of het benoemen van andere social media:

Betekenis online vriendschappen: Heeft u online vriendschappen? Wat betekent dit voor u? Wat betekent deze vriendschap online voor u? Wat betekent deze vriendschap in het dagelijks leven voor u? Heeft u vriendschappen die u via online kanalen onderhoudt?

Vertrouwen: Is vertrouwen belangrijk voor een online vriendschap? Waarom? Hoe bewerkstelt u zo'n vertrouwen?

Free-floating: Kent u degene wie je online vriend is? Wie zijn de mensen in uw netwerk, kunt u uitleggen wie dat zijn? Zijn dat vooral van dezelfde sekse of van de andere sekse? Wie zit er aan de andere kant, waar bestaat het netwerk uit?

Type verbinding: Hoeveel contact heeft u met je online vriendschappen? Waar bestaat deze online vriendschap uit? Via welke medium onderhoudt je het contact/online vriendschap?

Identiteit: Hoe onderscheidt u zich van de anderen? Gebruikt u een naam online? Is dit je eigen naam? Gebruik je een afbeelding van jezelf online? Wat voor afbeelding?

Privacy: Wat vindt u van privé? Wat deelt u liever niet online? Wat deelt u wel? Waarom?

III. Online binding tussen burgers en Nationale ombudsman

Binding Overheid

Relatie Overheid: Wat voor een 'relatie' heeft u met de overheid? Heeft u ooit direct contact gehad met de overheid? Hoe verliep dit contact? Hoe ziet u de overheid? Wat is u mening over de overheid? Wat is volgens jou de overheid

Vertrouwen: Komt de overheid vertrouwelijk over? Vindt u de overheid betrouwbaar? Waarom wel/niet?

Transparant: Vindt u de overheid transparant/eerlijk? Waarom wel/niet?

Offline bindingen: Bent u bekend met het feit dat de overheid steeds meer vraagt om als burger zelf actief mee te doen (doe-democratie)? Wat vind u hiervan?

"De overheid probeert steeds meer de samenwerking met burgers aan te gaan, om op deze manier meer betrokkenheid te creëren van burgers en door samenwerking een probleemoplossend vermogen te generen. Een voorbeeld hiervan zijn burgerinitiatieven en participatie. Dit zijn initiatieven uit de samenleving of projecten van de overheid waar verschillende partijen of personen aan bijdragen"

"Voorbeelden van burgerinitiatieven: Na elke voorbeeld doorvragen wat degene daar van vindt:

1. *Doordat buurthuis de Jutter dreigde te sluiten hebben sinds 2005 bewoners en gebruikers de Stichting de nieuwe jutter opgericht met als doel het openhouden van de buurthuis in zelfbeheer. De stichting bestaat uit samenwerking van buurtgroepen, corporaties, Oranjefonds, Wijkwelzijn en Marokkaanse vereniging Tamount. Door deze samenwerking kan het buurthuis blijven bestaan, wekelijks trekt het 800-900 bezoekers.*
2. *Project Doen! dat is opgestart om jongeren aan te sporen zelfstandig activiteiten te organiseren. Uiteindelijk is het de bedoeling dat de jongeren besluiten zich te organiseren als stichting of vereniging. De jongeren worden begeleid door coaches die zelf van het platteland komen. Door deze samenwerking met jongeren, lokale organisaties zoals gemeenten, school en sportverenigingen, hopen ze dat se sociale samenhang in dorpen toeneemt."*

Wat vind je van de samenwerkingen die nu al tot stand komen met de overheid en burgers?

Doet u misschien al mee aan een samenwerking met de overheid? Of bent u ergens al actief, bijvoorbeeld als vrijwilliger, bestuur van vereniging?

Zou je wel of niet mee doen aan een samenwerking met de overheid? Waarom wel/waarom niet? (*Grote kans op sociaal wenselijke antwoorden: Goed erop doorvragen*)

Online bindingen: Zou u online een binding willen aan gaan met de overheid? Bijvoorbeeld door vrienden te worden met de overheid online? (Op Facebook, Twitter, Online gemeenschap?) Waarom wel/niet? Via welk medium?

Wederkerigheid: Wat zou de overheid moeten doen, wilt u toch een online 'vriend' worden met de overheid? Hoe zou de overheid een online vriendschap met u kunnen bewerkstellen?

Betekenis online vriendschap: Wat denk je dat een online 'vriend' zou kunnen betekenen voor u en voor de overheid? Hoe zou deze online vriendschap eruit moeten zien? Wat zijn uw verwachtingen? Hoeveel contact?

Binding Nationale Ombudsman

Relatie Nationale ombudsman: Kent u Bureau Nationale ombudsman? Ja; Wat doen zij dan volgens u? Bent u wel eens in contact geweest met Nationale ombudsman? Hoe ziet u de Nationale ombudsman? Komen ze vertrouwelijk over? Transparanter? Nee; Uitleg:

"We gaan het nu hebben over de Nationale ombudsman, een onafhankelijke en onpartijdige instantie die klachten van burgers behandelt over de overheid. De Nationale ombudsman is een voorziening 'in de tweede lijn' voor het behandelen van klachten. Dat betekent dat er eerst een klacht ingediend moet zijn bij de betreffende overheidsinstantie zelf. De Nationale ombudsman is er dus om op te komen voor de belangen van burgers en om de overheid kritisch te volgen.

De Nationale ombudsman denkt eraan om een verbinding met burgers aan te gaan, om burgers zo structureel bij zijn dienstverlening en kwesties rondom de overheid te betrekken. Deze vaste groep burgers wil hij bijvoorbeeld vragen stellen en laten meedenken. Deze input van burgers kan de Nationale ombudsman helpen om zijn dienstverlening waar mogelijk te verbeteren."

Online bindingen: Zou u online een binding willen aan gaan met de Nationale ombudsman? Bijvoorbeeld door vrienden te worden met de Nationale ombudsman online? (Op Facebook, Twitter, Online gemeenschap?) Waarom wel/niet? Via welk medium?

Wederkerigheid: Wat zou de Nationale ombudsman moeten doen, wilt u toch een online 'vriend' worden met de Nationale ombudsman? Hoe zou Nationale ombudsman een online vriendschap met u kunnen bewerkstellen? (*Ideeën vanuit*

NO: High Tea met de ombudsman, gratis bijwonen van interessante lezingen/workshops, kans maken op een cadeau)

Betekenis online vriendschap: Wat denkt u dat een online 'vriend' zou kunnen betekenen voor jou en voor de Nationale ombudsman? Hoe zou deze online vriendschap eruit moeten zien? Wat zijn u verwachtingen? Hoeveel contact?

IV. Tot slot

- Bedanken en afsluiten

Bijlage 4. Tabel overheidsinstanties focusgroepen

Overheidsinstantie	Respondent
Gemeente	1a, 2a, 3a, 4a, 5a, 2b, 7b en 8b
Belastingdienst	1a, 2a, 6a, 2b
Uitvoeringsinstituut Werknemersverzekering (UWV)	8a, 2b, 4b en 1b
Politie	4a, 8b
Justitie	2a, 3a
Bureau Jeugdzorg	2b
Centraal Administratie Kantoor (CAK)	3b
Centrum indicatiestelling Zorg (CIZ)	5b
Volksgesondheid, Welzijn en Sport (VWS)	6b

Tabel 2: Contact momenten overheidsinstanties per respondent

Bijlage 5. Tabel aangaan online vriendschap focusgroepen en semigestructureerde-interviews

Respondent	Online vriend Nationale ombudsman	Online vriend overheid
1a	Ja	-
2a	Ja	Nee
3a	Ja	Nee
4a	Nee	Nee
5a	Nee	-
6a	Nee	-
7a	Ja	Nee
8a	Ja	Nee
1b	Ja	Ja
2b	Nee	Ja
3b	Nee	Ja
4b	Ja	Ja
5b	Nee	Nee
6b	Ja	Nee
7b	Nee	Nee
8b	Ja	Ja
1c	Ja	Ja
2c	Ja	Ja
3c	Ja	Ja
4c	Ja/Nee	Ja/Nee
5c	Ja	Ja/Nee

Tabel 3: Wel of niet aangaan online vriendschap Nationale ombudsman en overheid