Amsterdam University of Applied Sciences

Ontwerpen voor Civic Social Media: Uitgangspunten en keuzes voor het ontwerpen, opzetten en onderhouden van Civic Social Media

Author(s)
Oosterlaken, Eva; Pflug, Harold; de Waal, Martijn; Hammelburg, Esther

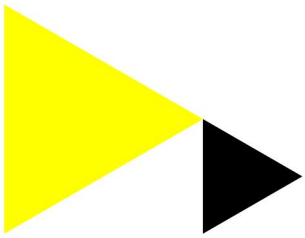
Publication date
2025

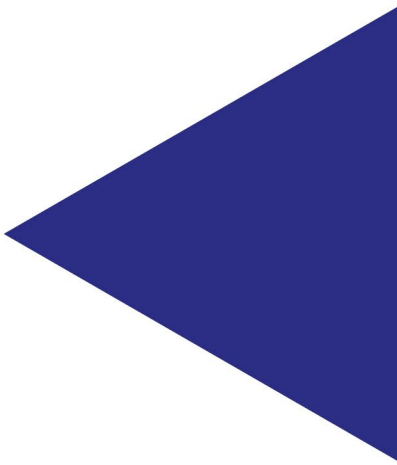
Document Version
Final published version

License
CC BY-NC-SA

Link to publication

Citation for published version (APA):
Oosterlaken, E., Pflug, H., de Waal, M., & Hammelburg, E. (2025). *Ontwerpen voor Civic Social Media: Uitgangspunten en keuzes voor het ontwerpen, opzetten en onderhouden van Civic Social Media*. PublicSpaces & Lectoraat Civic Interaction Design Hogeschool van Amsterdam. https://civicixdproject.com/civicsocialmedia/projects/designing-for-civic-social-media/





General rights
It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other than for strictly personal, individual use, unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

Disclaimer/Complaints regulations
If you believe that digital publication of certain material infringes any of your rights or (privacy) interests, please let the Library know, stating your reasons. In case of a legitimate complaint, the Library will make the material inaccessible and/or remove it from the website. Please contact the library: https://www.amsterdamuas.com/library/contact, or send a letter to: University Library (Library of the University of Amsterdam and Amsterdam University of Applied Sciences), Secretariat, P.O. Box 19185, 1000 GD Amsterdam, The Netherlands. You will be contacted as soon as possible.

Download date:17 Nov 2026

Creating Tomorrow

Ontwerpen voor Civic Social Media

Uitgangspunten en keuzes voor het ontwerpen, opzetten en onderhouden van Civic Social Media

PUBLIC SPACES, PUBHUBS, CIVIC INTERACTION DESIGN RESEARCH GROUP

2025

Introductie

Hoe ontwerpen we sociale media die veilig en vertrouwd, verantwoord, en soeverein zijn?

Ons huidige socialmediagebruik brengt een aantal grote risico's met zich mee voor de samenleving. Sociale fragmentatie, polarisatie en de verspreiding van misinformatie zijn schadelijk voor de democratie en onze maatschappelijke weerbaarheid. De verslavende werking van sociale media kan ten koste gaan van ons welzijn. De afhankelijkheid van grote buitenlandse techbedrijven, die winst voor aandeelhouders belangrijker vinden dan het borgen van publieke waarden, ondermijnen onze digitale soevereiniteit en zeggenschap over belangrijke communicatiekanalen.

De samenleving heeft daarom baat bij een landschap van civic social media waar deelnemers zich welkom voelen, respectvol met elkaar om kunnen gaan en de aangeboden informatie kunnen vertrouwen. Een landschap waarin het maatschappelijk belang en publieke waarden voorrang krijgen boven commercieel gewin. Waarin privacy geborgd is en gemeenschappen zelf de controle en zeggenschap hebben over de inrichting van de online platforms die ze gebruiken.

Wij spreken hier van civic social media, omdat wij ons vanuit een beleids- en ontwerpperspectief richten op de functie van deze sociale media in de samenleving: het faciliteren van gemeenschappen, zorg, uitwisseling en debat. In een democratische samenleving speelt een gezonde civil society van actieve burgers en maatschappelijke organisaties een cruciale rol. Civil society is de sfeer waarin mensen zich organiseren rond maatschappelijke thema's, zich inzetten voor het collectieve welzijn, elkaar steun en inspiratie bieden, bijdragen aan de ontwikkeling van kennis en cultuur, en zowel met elkaar als met hun instituties debatteren over de toekomstige richting voor de samenleving.

Deze publicatie bouwt voort op de routekaart beschreven in Roadmap Civic Social Media (2025). De routekaart is een brede verkenning van de weg die de samenleving af moet leggen om een civic social media landschap te realiseren. Deze publicatie focust zich op de bovenste laag van de routekaart, het 'applicatie'-niveau.

Civic socialmedia-applicaties bestaan uit onder meer de front-end interface en de user experience; de back-end voor beheer en moderatie; en de mechanismes (waaronder identiteitsbeheer, beheer van metadata en algoritmes) waarmee toegang wordt gereguleerd en bijdragen gefilterd kunnen worden volgens een bepaalde logica. Hoe kunnen deze drie in samenhang met elkaar worden ontworpen, aansluitend op de behoeften van de verschillende typen gemeenschappen die gebruik maken van civic social media?

Ons doel met deze publicatie is om handvatten te bieden aan organisaties, software-ontwikkelaars, ontwerpers of andere partijen die aan de slag willen met het ontwerpen van civic socialmediaplatforms. We onderscheiden vijf ontwerpprincipes en zeven ontwerpdimensies, die richting geven voor het ontwerpproces. Aan de hand van een typologie van community-archetypen, laten we zien hoe verschillende behoeften van gemeenschappen leidend zijn voor de ontwerpkeuzes. Tot slot, om dit alles tot leven te brengen, schetsen we drie korte verhalen van toekomstige gebruikers die hun plek vinden in een online community.

De hier gepresenteerde inzichten zijn tot stand gekomen in een onderzoekstraject van

het Lectoraat Civic Interaction Design aan de Hogeschool van Amsterdam, in nauwe samenwerking met PubHubs, PublicSpaces, de gemeente Amsterdam, Radboud Universiteit en Universiteit Utrecht, met financiële ondersteuning van het SIDN-fonds. Ze is tot stand gekomen met dank aan de input van vertegenwoordigers van diverse maatschappelijke organisaties.

Ontwerpen voor Civic Social Media

Civic social media zijn digitale platforms waarop **leden van gemeenschappen veilig en vertrouwd** met elkaar kunnen communiceren, samenwerken en informatie uitwisselen. Deze platforms worden op **verantwoorde wijze ontwikkeld**, gebaseerd op **publieke waarden.** Ze worden **op soevereine wijze beheerd** door organisaties en initiatieven **met een maatschappelijke doelstelling.**

Tijdens de ontwikkeling van civic social media maken softwareontwikkelaars en ondersteunende organisaties keuzes op het gebied van technologie, algoritmes, governance, benodigde functionaliteiten, de gebruikerservaring (UX design), visuele stijl (UI design), moderatie en redactie. Om tot weloverwogen keuzes te komen, kunnen ontwerpprincipes steun bieden bij de ontwikkeling van civic socialmediaplatforms.

Deze ontwerpprincipes zijn terug te voeren op een aantal kernwaarden en kunnen worden vertaald naar een aantal ontwerpdimensies. De ontwerpprincipes beschrijven de onderliggende waarden, in de ontwerpdimensies worden die vertaald naar een aantal concrete opgaven voor ontwerpers. .

Hier presenteren we vijf ontwerpprincipes en zeven ontwerpdimensies voor het ontwerpproces van civic social media. Ze kunnen in het gehele traject worden toegepast – van ambitieus concept tot de kleinste UI-details – om richting te geven aan ontwerpkeuzes.

De vijf ontwerpprincipes zijn voor alle civic social media van toepassing, ongeacht het type gemeenschap waarvoor wordt ontworpen. Daarnaast hebben verschillende gemeenschappen ook uiteenlopende behoeften, wat kan leiden tot spanningen tussen de ontwerpprincipes en de publieke waarden waarop ze zijn gebaseerd. Zo kan het voor de ene gemeenschap essentieel zijn dat gesprekken plaatsvinden in de openbare ruimte, terwijl een andere gemeenschap juist gebaat is bij een vertrouwde, besloten omgeving. Het is daarom belangrijk om deze afweging te maken, in de eerste plaats ten behoeve van het type gemeenschap.

Vijf ontwerpprincipes voor civic social media

Gemeenschapsgericht

Civic social media richten zich op gemeenschappen waarvan de leden met elkaar willen communiceren, en waarin het welzijn van de gemeenschap en haar leden voorop staat. Civic social media worden niet geoptimaliseerd voor individuele gebruikers, maar ontworpen voor samenwerken, dialoog, uitwisseling en communicatie in collectieven en gemeenschappen.

Veilig en Vertrouwd

Op civic socialmediaplatforms moeten deelnemers zich thuis kunnen voelen. Je kunt er zijn wie je wilt zijn en er heerst een cultuur van respectvolle omgang met elkaar. Je gegevens en identiteit worden beschermd, en er zijn mechanismen om de verspreiding van desinformatie tegen te gaan.

Verantwoord

Civic social media worden ontworpen op basis van publieke waarden: autonomie, openheid, transparantie, soevereiniteit, de mens centraal, duurzaam. In de inrichting en het beheer gaat

maatschappelijk belang altijd voor commercieel belang.

Soeverein

Civic social media worden ontwikkeld en beheerd door gemeenschappen zelf, of door een organisatie of bedrijf met een maatschappelijk doel die zich vanuit haar missie wil inzetten voor een of meerdere gemeenschappen of collectieven. Deze beheersorganisaties dragen verantwoordelijkheid voor de borging van publieke waarden op het platform en leggen daarover verantwoordelijkheid af.

Divers ecosysteem

Civic social media maken deel uit van een breder, onderling verbonden medialandschap. Het draait niet om het ontwerpen van een enkele killer app die bestaande socialmediaplatforms vervangt. Civic social media bestaat uit een reeks aan initiatieven, toegespitst op de behoeften van specifieke gemeenschappen en organisaties. Om maatschappelijke impact te maximaliseren, kiezen ze ervoor om op elkaar voort te bouwen doordat ze open source zijn ontworpen en onderliggende protocollen met elkaar delen.

GEMEENSCHAPSGERICHT

VEILIG EN VERTROUWD

VERANTWOORD

SOEVEREIN

DIVERS ECOSYSTEEM

Governance

Wie neemt de leiding als het gaat om de governance van een platform: de gemeenschap of de organisatie? Wie beheert het platform en bepaalt hoe het verder wordt ontwikkeld en hoe er wordt omgegaan met data? Wie heeft het recht om het platform op te heffen?

Wie neemt de leiding als het gaat om de governance van een platform: de gemeenschap of de organisatie? Wie beheert het platform en bepaalt hoe het verder wordt ontwikkeld en hoe er wordt omgegaan met data? Wie heeft het recht om het platform op te heffen?

Wanneer het eigenaarschap grotendeels bij gemeenschappen zelf ligt, kunnen zij het platform beter afstemmen op hun eigen behoeften en zijn zij minder kwetsbaar voor ‘top-down’-beslissingen die het voortbestaan van de gemeenschap in gevaar kunnen brengen.

Omdat civic social media per definitie gemeenschapsgericht zijn, is het streven om zo veel mogelijk vertrouwen en macht aan de gemeenschap zelf toe te vertrouwen, en waar nodig meer structurele ondersteuning te bieden zodat zelfbeheer mogelijk wordt.

In sommige gevallen is het logisch dat een organisatie meer verantwoordelijkheid neemt, bijvoorbeeld wanneer er binnen de gemeenschap onvoldoende energie, capaciteit of kennis aanwezig is om een digitaal platform te beheren. Of omdat het platform een belangrijke functie vervult waarbij een zekere mate van controle nodig is om die te kunnen waarborgen.

Mogelijke invullingen: een schaal van organisatie aan zet naar gedeeld eigenaarschap:

Organisatie aan zet

De organisatie beheert het platform en draagt de hoofdverantwoordelijkheid voor de governance-aspecten. Echter, ook als de organisatie meer aan zet is, is het vanuit de ontwerpprincipes belangrijk dat gemeenschappen zeggenschap hebben, dat organisaties goed luisteren naar de behoeften van de gemeenschap, en dat er transparantie is over governance vanuit de organisatie richting de gemeenschap.

Gemeenschap aan zet

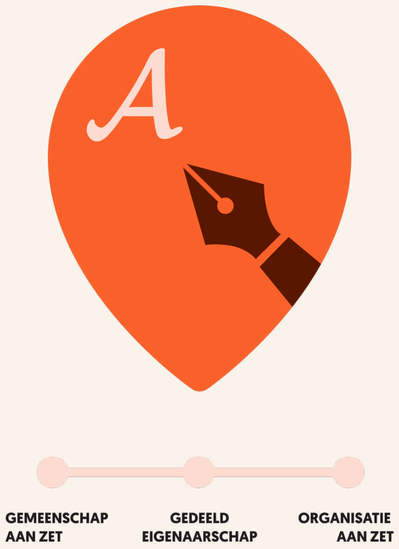
Gemeenschappen beheren hun digitale omgeving grotendeels zelf. Zij hebben controle over de ontwikkeling van het platform en zijn eigenaar van hun eigen digitale infrastructuur en dataopslag.

Gedeeld eigenaarschap

De gemeenschap en de organisatie delen de governance-verantwoordelijkheden. Vertegenwoordigers behartigen de belangen van hun gemeenschap en spelen een integrale rol in het besluitvormingsproces.

Redactie en moderatie

Wie neemt de leiding als het gaat om de redactie- en moderatie-aspecten van het platform: de gemeenschap of de organisatie? Welke gesprekken mogen op het platform plaatsvinden? Wie agendeert de onderwerpen? Wie stelt de omgangsvormen vast en beslist wat wel of niet gedeeld mag worden? En wie modereert dat? Wie bepaalt de informatiestructuur?



Bloeiende, actieve communities ontstaan vaak bottom-up in plaats van top-down, omdat gemeenschappen doorgaans het beste hun eigen behoeften begrijpen. De kans op succes is groter wanneer een community zelf kan bepalen waar het gesprek over gaat.

In sommige contexten is moderatie vanuit de organisatie nodig om de veiligheid op het platform en de betrouwbaarheid van de uitgewisselde informatie te waarborgen. Ook kan het juist waardevol zijn wanneer een organisatie onderwerpen aandraagt, bijvoorbeeld in de context van media- en cultuurorganisaties.

In alle gevallen moet besluitvorming transparant zijn: de regels moeten helder zijn, oordelen goed onderbouwd en er moet een mogelijkheid tot beroep zijn.

Mogelijke invullingen van de dimensie redactie en moderatie:

Organisatie aan zet

De organisatie beheert het platform en draagt de hoofdverantwoordelijkheid voor de governance-aspecten. Echter, ook als de organisatie meer aan zet is, is het vanuit de ontwerpprincipes belangrijk dat gemeenschappen zeggenschap hebben, dat organisaties goed luisteren naar de behoeften van de gemeenschap, en dat er transparantie is over governance vanuit de organisatie richting de gemeenschap.

Gemeenschap aan zet

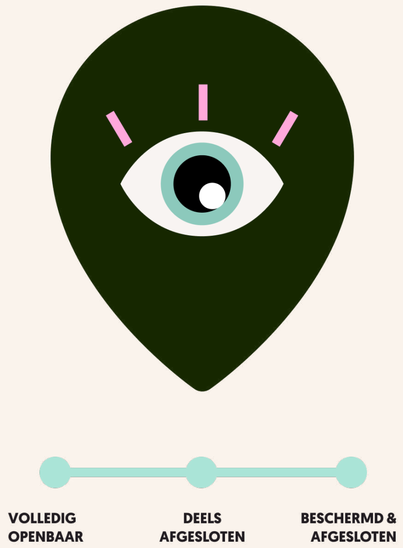
Gemeenschappen beheren hun digitale omgeving grotendeels zelf. Zij hebben controle over de ontwikkeling van het platform en zijn eigenaar van hun eigen digitale infrastructuur en dataopslag.

Gedeeld eigenaarschap

De gemeenschap en de organisatie delen de governance-verantwoordelijkheden. Vertegenwoordigers behartigen de belangen van hun gemeenschap en spelen een integrale rol in het besluitvormingsproces.

Zichtbaarheid

Is het belangrijk dat gesprekken openbaar plaatsvinden, of juist dat mensen in vertrouwelijkheid kunnen samenkomen zonder zichtbaar te zijn voor de buitenwereld?



Zichtbaarheid heeft zowel betrekking op de gedeelde informatie als op de herkenbaarheid van gebruikers, zowel onderling als naar buiten toe.

Een platform kan volledig openbaar zijn, waarbij iedereen met voor- en achternaam bekend is, of juist volledig privé, waar gesprekken afgeschermd zijn en gebruikers anoniem blijven. In de praktijk worden verschillende zichtbaarheidselementen vaak gecombineerd om een veilige omgeving te creëren.

Op het discussieplatform Reddit, bijvoorbeeld, zijn de meeste gesprekken openbaar toegankelijk. Tegelijkertijd blijven de meeste Reddit-gebruikers anoniem door middel van gebruikersnamen en avatars die niet naar hun echte identiteit te herleiden zijn. Anderzijds bestaan er ook veel platformen met gesloten gesprekken, waar gebruikers binnen die groepen wel zichtbaar zijn voor elkaar.

Er ontstaat een spanning tussen het openbaar toegankelijk maken van informatie en het creëren van afgeschermde groepen voor vertrouwelijke gesprekken, allebei doelen die in lijn liggen met de ontwerpprincipes (***verantwoord*** en ***veilig en vertrouwd***).

Mogelijke invullingen: een schaal van openbaar naar beschermd en gesloten

Openbaar

Gesprekken zijn zichtbaar voor de buitenwereld.

Gebruikers zijn onderling en daarbuiten herkenbaar, afhankelijk van de informatie die ze over zichzelf delen.

Beschermd en gesloten

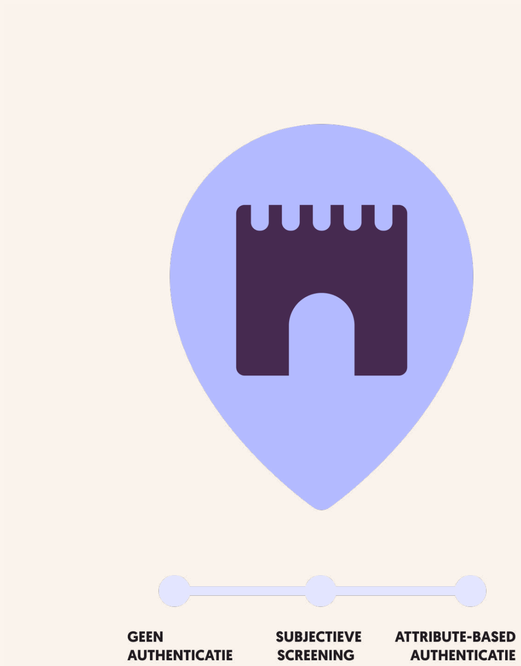
Gesprekken zijn alleen zichtbaar voor de leden van een gemeenschap, groep of gesprek. Gebruikers hebben zelf controle over hun zichtbaarheid.

Deels gesloten

Sommige delen van het platform zijn openbaar, andere gesloten. Gebruikers hebben zelf controle over hun zichtbaarheid.

Authenticatie

Zijn er toegangseisen nodig om een veilige en vertrouwelijke omgeving te waarborgen? Of is laagdrempeligheid juist belangrijker?



Binnen deze ontwerpdimensie bestaat er een spanningsveld tussen de ontwerpprincipes ***veilig en vertrouwd*** en ***verantwoord***, waarbij openheid een belangrijke publieke waarde is. Aan de ene kant vinden organisaties het vaak belangrijk dat een platform toegankelijk is, zonder al te veel inlog- en verificatiestappen. Dit is vooral van belang als een platform toegankelijk moet zijn voor kwetsbare groepen, zoals mensen die minder digitaal vaardig zijn of een beperking hebben, mensen die snel geïntimideerd raken door te veel stappen, mensen die door institutionele trauma's wantrouwig zijn tegenover gecontroleerde omgevingen en ongedocumenteerde mensen.

Aan de andere kant kan authenticatie bijdragen aan een veiliger platform. Het kan helpen om trolls, spammers en identiteitsfraudeurs buiten te houden, wat een uitkomst kan bieden in gevoelige contexten zoals een community van jongeren met een eetstoornis. Door authenticatie weet je ook zeker dat je in gesprek bent met echte mensen op het platform.

Welke authenticatievorm het beste past, is een afweging tussen de waarden van toegankelijkheid en veiligheid, en hangt ook weer af van de behoeften van een gemeenschap. Het is ook mogelijk om meerdere authenticatievormen aan te bieden of om authenticatie stapsgewijs toe te passen naarmate gesprekken op het platform gevoeliger worden.

Mogelijke invullingen: een schaal van geen authenticatie naar attribute-based authenticatie

Geen authenticatie

Iedereen met een e-mailadres kan een account aanmaken en lid worden van een gemeenschap.

Subjectieve screening

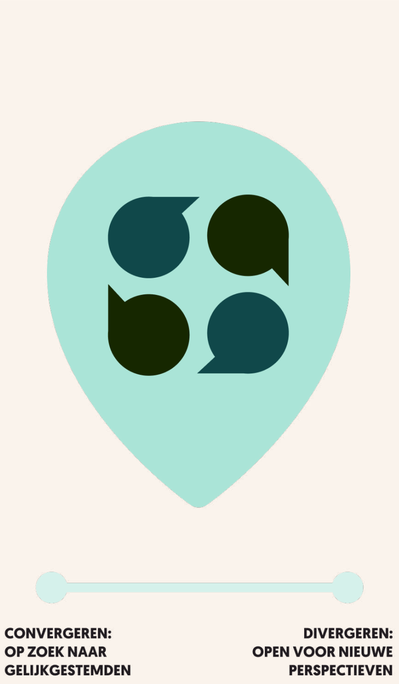
Nieuwe leden worden handmatig goedgekeurd door moderators. Dit kan bijvoorbeeld door het schrijven van een introductie of motivatie, door aanbeveling van een bestaand lid of via een één-op-één videogesprek met een moderator.

Attribute-based authenticatie

Gebruikers bewijzen dat ze voldoen aan de toegangseisen van een groep door zich te authenticeren, bijvoorbeeld met DigiD of een third party authenticatie-app zoals Yivi. Dit kan op een attribute-based manier, wat betekent dat alleen de noodzakelijke informatie wordt gedeeld (bijvoorbeeld of iemand ouder is dan 18) zonder de volledige identiteit prijs te geven.

Convergeren of divergeren

Zoeken we naar overeenkomsten of naar verschillen? Willen we in contact komen met anderen die ervaringen, identiteit of overtuigingen met ons delen? Of staan we juist open voor ander nieuws, ideeën, perspectieven of inspiratie?



Soms is het een wezenlijke en belangrijke behoefte om samen te komen met anderen die iets met ons gemeen hebben, bijvoorbeeld om ervaringen uit te wisselen over een gedeelde worsteling in het leven en zo elkaar steun te kunnen bieden. Deze manier van samenkomen is belangrijk voor een sterke en veerkrachtige samenleving.

Aan de andere kant laten huidige sociale media ons weinig in contact komen met de perspectieven van anderen; de algoritmes zijn zo ontworpen dat we content krijgen voorgeschoteld die ons steeds verder in hetzelfde hokje duwt. Dit ‘filterbubbel’-syndroom wordt vaak verantwoordelijk gesteld voor onze huidige gepolariseerde samenleving. Veel publieke organisaties vinden het belangrijk om deze polarisatie tegen te gaan en het constructieve publieke debat te stimuleren.

Mogelijke invullingen: een schaal van convergentie naar divergentie

Ontwerpen voor convergeren

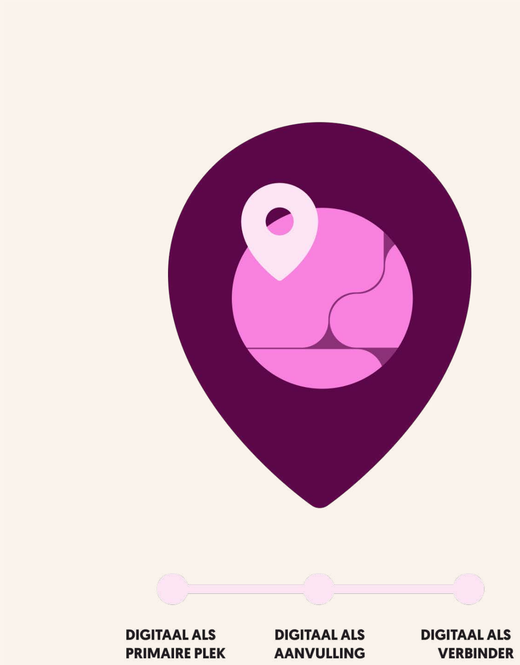
Het platform helpt ons met het vinden van content, groepen en mensen die bij ons passen.

Ontwerpen voor divergeren

Het platform nodigt ons uit om te ontdekken en om in contact te komen met andere ideeën, culturen, manieren van denken of mensen die een ander levenspad bewandelen.

Balans fysiek en digitaal

Is het digitale platform de primaire plek waar mensen samenkomen of is het een aanvulling op ontmoetingen in de fysieke wereld?



Tijdens het onderzoek was het een veelvoorkomende aanname van organisaties dat hun gemeenschappen willen samenkomen in een digitale omgeving. In werkelijkheid geven veel gemeenschappen juist de voorkeur aan fysieke bijeenkomsten en hebben ze soms al voldoende aan een goed werkende agendafunctie.

Het is daarom belangrijk dat organisaties hier kritisch op zijn. Fysiek contact blijft de meest effectieve manier om nabijheid, verbinding en een echt gemeenschapsgevoel op te bouwen. In sommige gevallen wordt digitaal contact zelfs als een barrière voor verbinding ervaren.

Toch kan een digitaal platform in andere situaties wél de primaire ontmoetingsplek zijn. Dit geldt vooral voor zeer specifieke (niche) gemeenschappen waarin leden verspreid zijn over verschillende regio's in Nederland of zelfs de wereld. Een digitaal platform kan ook een middel zijn om een gemeenschap te vinden waarmee je fysiek in contact wilt komen.

Mogelijke invullingen: een schaal van primair digitaal naar digitaal als ondersteuning

Digitaal als primair

Het platform is de primaire plek waar deze gemeenschap samenkomt.

Digitaal als ondersteunend

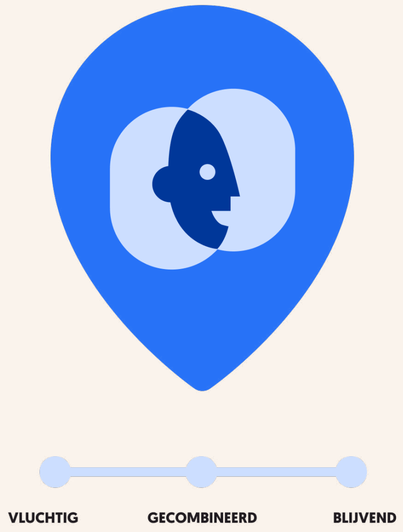
Deze gemeenschap bestaat ook fysiek of heeft een fysieke component. Het online platform wordt gebruikt voor communicatie buiten fysieke momenten, om fysiek contact te organiseren, om in contact te blijven, om te verbinden met andere locaties, om een groter publiek te bereiken of voor andere functionaliteiten.

Digitaal als verbindend

Het digitale platform helpt mensen om elkaar online te vinden, maar faciliteert ook een transitie naar fysiek contact wanneer er een bijeenkomst door of voor de gemeenschap wordt georganiseerd, of wanneer leden elkaar face-to-face willen ontmoeten.

Connectie

Is het digitale platform de primaire plek waar mensen samenkomen of is het een aanvulling op ontmoetingen in de fysieke wereld?



Komen mensen bij elkaar om blijvende relaties op te bouwen of zijn de connecties vluchtiger en meer doelgericht?

Mogelijke invullingen: een schaal van blijvende naar vluchtige connecties

Blijvende connecties

Gemeenschappen zoeken verbinding en bouwen iets op met elkaar. Het platform faciliteert het onderhouden van contact.

Vluchtige connecties

De connecties op het platform zijn vooral tijdelijk. Mensen komen kortstondig samen zonder de verwachting van langdurig contact.

Gecombineerd

Veel gemeenschappen kennen zowel blijvende als vluchtige connecties. Er is een kern van betrokken mensen die zich intensief inzet voor de gemeenschap, maar ook een grote groep die slechts af en toe komt kijken.

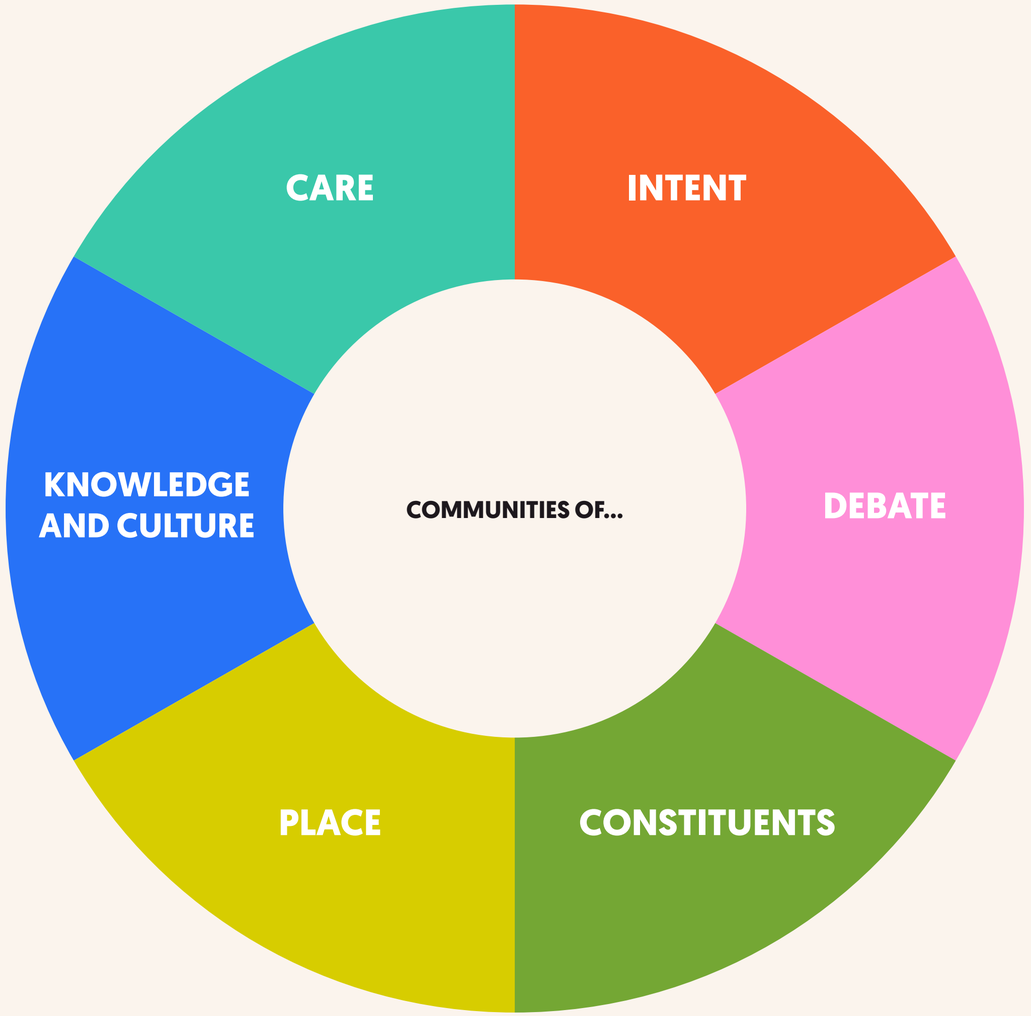
Community archetypes

Ontwerpen voor verschillende behoeften.

Bij civic social media staan de behoeften van gemeenschappen centraal. Wat die behoeften precies zijn en welke functionaliteiten daarvoor nodig zijn verschilt per gemeenschap. Om hier beter grip op te krijgen onderscheiden we zes archetypen. Ze overlappen elkaar deels, maar bij elkaar geven ze een beeld van de soorten communities die kunnen floreren op civic socialmediaplatforms.

Het doel van de archetypen is niet om te stellen dat er slechts zes soorten gemeenschappen of zes soorten civic social media bestaan, maar om handvatten te geven tijdens het ontwerpproces. Een civic socialmediaplatform kan meerdere gemeenschappen ondersteunen en een gemeenschap kan zich herkennen in meerdere archetypen.

In dit hoofdstuk wordt dieper ingegaan op de archetypen, de behoeften die daarbij naar voren komen en welke keuzes binnen de zeven ontwerpdimensies hier het beste op aansluiten.



Communities of care

Communities of care zijn supportgroepen, communities van lotgenoten of van mensen met gedeelde ambities of ervaringen die samenkomen om elkaar te ondersteunen, op weg te helpen en ervaringen uit te wisselen.

Denk aan een support-groep voor mensen met bipolaire stoornis, een women-in-technology groep, een LGBTQ+-groep op een hogeschool of een groep van nieuwe ouders. Organisaties die dit soort communities kunnen faciliteren zijn o.a. hulporganisaties, vakbonden, zorginstellingen, universiteiten, scholen, en ouderencentra.

Wat communities of care belangrijk vinden:

- “We zijn nieuwsgierig naar de ervaringen van anderen. We willen graag leren hoe anderen om gaan met waar we zelf tegen aanlopen.”
- “Om onze ervaringen te kunnen delen, hebben we een vertrouwde omgeving nodig. Het is prettig om te weten dat anderen goede bedoelingen hebben en dat er een vorm van sociale controle is.”
- “We hopen mensen te vinden die ons niet alleen begrijpen, maar ons ook kunnen steunen. We zijn op zoek naar persoonlijk contact. We willen soms samenkomen met een kleinere groepen of één-op-één.”
- “We willen graag controle over zichtbaarheid. We vinden het fijn om de optie te hebben om niet herkend te worden door bekenden. Anderzijds vinden we het wel fijn om anderen beter te leren kennen als dat veilig voelt.”
- “We willen graag hulp bij het vinden van een community die bij ons past.”
- “We willen het liefst dat onze gemeenschap beheert wordt door iemand die zelf ook onderdeel is van de community. Het is fijn om een aanspreekpunt te hebben.”
- “We vinden het spannend om voor het eerst binnen te komen op een community. We willen persoonlijk welkom geheten worden.”

Wat organisaties belangrijk vinden:

- “Wij willen graag verantwoordelijkheid kunnen nemen over de ‘veiligheid’ van een omgeving, bijvoorbeeld door authenticatie te verplichten, zichtbaarheidsinstellingen, en andere moderatie-tools.”

Communities care

- “We willen de mentale veerkracht van onze gemeenschappen bevorderen.”
- “Wij willen mensen graag zelf de tools geven om aan de slag te gaan met hun welzijn, daarbij is peer-to-peer contact een heel belangrijk onderdeel.”

VOORBEELD

Bovenjan

BovenJan een digitaal platform waar mensen elkaar kunnen vinden rondom mentale gezondheid. Verschillende patiënten- en naastenverenigingen en hun leden dragen bij aan het platform om groepen te organiseren en kennis te delen. De focus van het platform ligt op het uitwisselen van ervaringsverhalen en ervaringskennis. De ambitie van BovenJan is om veilig lotgenotencontact mogelijk te maken voor iedereen in Nederland die daar behoefte aan heeft.

ONTWERPKEUZES

Redactie & Moderatie: Gedeeld eigenaarschap

Communities of care voelen zelf het beste aan wat voor soort groepen zij nodig hebben. Moderatie vanuit de organisatie is wel nodig om de veiligheid te waarborgen.

Zichtbaarheid: Beschermd en gesloten

Kwetsbaarheid is mogelijk in een vertrouwelijke omgeving waar niet iedereen kan meelezen. Ook hebben mensen zelf controle over wat ze over zichzelf willen delen met anderen.

Authenticatie: Attribute-based of subjectieve screening

Je kunt anoniem blijven, maar bewijst wel dat je thuishoort in de groep.

Connectie: Blijvend connecties

Communities of care zijn op zoek naar steun, daarvoor is het nodig om een relatie op te bouwen en om een omgeving goed te onderhouden.

Communities of knowledge and culture

Communities of knowledge & culture zijn gemeenschappen van mensen met gedeelde interesses die met elkaar kennis en inzichten ontwikkelen, of al dan niet gezamenlijk iets maken of ontwerpen, en hun creaties met elkaar delen.

Van de breigroep waarin leden patronen of foto's van hun werk delen en vogelkijkers die tips uitwisselen, tot citizen science projecten, fandoms, muziekgroepen, hackerscollectieven, kookfanaten, en erfgoedamateurs. Organisaties die dit soort communities kunnen faciliteren zijn o.a. media organisaties, bibliotheken, buurthuizen, culturele organisaties, NGO's, en citizen science projecten.

Wat communities of knowledge & culture belangrijk vinden:

- "We zijn nieuwsgierig naar de ervaringen "Wij willen graag een plek waar we samen kunnen komen rond een gedeelde passie."
- "Wij willen creaties met elkaar delen, maar wel onder onze voorwaarden. Auteursrecht is voor ons belangrijk. Ook willen we wat we gedeeld hebben weer kunnen verwijderen."
- "We vinden het fijn om zelf groepen te kunnen starten en vormgeven."
- "We willen graag een gedeelde agenda voor activiteiten en bijeenkomsten. Soms vinden we het fijn als we zouden kunnen samenkomen met anderen om aan onze passie te werken in de fysieke wereld."
- "Sommige van ons willen vrijblijvend kunnen deelnemen. We weten soms nog niet of de community helemaal bij ons past, en hoe lang we er een onderdeel van willen zijn. We vinden het leuk om te kunnen ontdekken en uit te proberen."
- "Sommige van ons zijn juist heel actief. We willen graag onze kennis delen en anderen helpen. We zijn trots op wat we kunnen en hebben gemaakt".
- "We willen graag onze gezamenlijke creaties kunnen delen en bewaren."

Wat organisaties belangrijk vinden:

- "We willen graag (amateur) makers en onderzoekers ondersteunen. We vinden creativiteit in de maatschappij belangrijk."
- "Wij zien meerwaarde in gemeenschappen met elkaar verbinden, bijvoorbeeld op landelijk niveau, of juist tussen verschillende sectoren. We willen

Communities of knowledge and culture

bijvoorbeeld amateurclubs in verbinding brengen met kennisinstituten.”

- “We willen geproduceerde kennis publiek toegankelijk maken voor iedereen.”

VOORBEELD

Open Archieven

Open Archieven is een open source platform waarop mensen samen stamboomonderzoek doen met behulp van historische gegevens uit Nederlandse archieven. Gebruikers kunnen gevonden informatie delen, aantekeningen maken en stambomen bouwen, waarbij de focus ligt op samenwerking en openheid. Het platform is onafhankelijk en wordt beheerd door een kleine gemeenschap van ontwikkelaars en gebruikers. De ambitie van Open Archieven is om genealogisch onderzoek voor iedereen toegankelijk en transparant te maken en zo bij te dragen aan gedeeld historisch bewustzijn.

ONTWERPKEUZES

Redactie & moderatie: Gemeenschap aan zet

Communities of knowledge & culture zijn vaak zelf proactief als het gaat om groepen opstarten en gedeelde kennis en creaties organiseren

Zichtbaarheid: Openbaar

Communities of knowledge & culture vinden het vaak juist leuk om kennis te delen en openbaar te maken.

Authenticatie: Geen

Toegankelijkheid is belangrijker en de informatie die gedeeld wordt is vaak minder sensitief.

Connectie: Blijvende en vluchtige connecties

Je hoeft geen vrienden te zijn, maar er kunnen wel vriendschappen ontstaan. Ook zijn er vaak leden die zich heel actief inzetten en leden die alleen even komen kijken.

Communities of intent

Communities of intent zijn groepen mensen die actief met elkaar samenwerken om een gezamenlijk doel te bereiken, al dan niet via politieke beïnvloeding of maatschappelijke campagnes.

Denk aan activistennetwerken, energy communities, burgerinitiatieven, vrijwillegersorganisaties, actiegroepen, stichtingen en politieke campagnes.

Organisaties die dit soort platformen kunnen faciliteren zijn NGO's, gemeenten, vakbonden, collectieven, en Communities of Intent zelf.

Wat communities of intent belangrijk vinden:

- "Wij willen zelf onze digitale omgevingen vormgeven en beheren. We willen onafhankelijk zijn van instituties."
- "We willen gevoelige onderwerpen kunnen bespreken en vrij zijn van monitoring van bovenaf. We willen controle hebben over de zichtbaarheid van informatie."
- "We willen praktische communicatie en samenwerkingstools die het mogelijk maken om projecten op te starten en te managen."
- "We willen dat onze beweging groeit. We willen partners kunnen vinden en nieuwe leden kunnen aantrekken. We willen samenwerken met andere initiatieven om zo meer voor elkaar te krijgen."
- "We willen verbinding vinden met anderen die onze purpose delen. We willen ons onderdeel voelen van een groter geheel, en het idee hebben dat we iets kunnen bijdragen aan de wereld."

Wat organisaties belangrijk vinden:

- "Wij willen graag bottom-up burgerinitiatieven mogelijk maken en structureel ondersteunen. Wij erkennen de innovatieve waarde van dit soort initiatieven."
- "Wij willen een bruisende democratie."
- "Wij willen sociale transities versterken waarbij burgerinitiatieven noodzakelijk zijn, zoals de energietransitie of voedseltransitie."
- "Wij vertegenwoordigen een bepaald maatschappelijk belang, en willen lokale organisaties ondersteunen en aan elkaar verbinden."

Communities of intent

VOORBEELD

Creatives for Climate

Creatives for Climate is een wereldwijd netwerk en digitaal platform dat creatieve professionals samenbrengt om klimaatverandering aan te pakken. Sinds de oprichting in 2019 is het uitgegroeid tot een diverse gemeenschap van meer dan 50.000 leden in 90 landen, waaronder ontwerpers, schrijvers, strategen en activisten. Het platform faciliteert samenwerking, kennisdeling en actie via de Creative Climate Hub waar leden toegang hebben tot tools, trainingen en evenementen gericht op ethische en effectieve klimaatcommunicatie.

ONTWERPKEUZES

Governance: Gemeenschap aan zet

Communities of Intent hebben zelf regie over inrichting en management van het platform. Een organisatie die faciliteert mag niet bepalen, maar kan wel ondersteuning bieden.

Zichtbaarheid: beschermd en gesloten

Communities of Intent hebben behoefte aan vertrouwelijkheid. Het gesprek mag niet gemonitord worden door een faciliterende organisatie.

Rol van digitaal: Aanvullend

De digitale omgeving is een middel en niet het doel. Het platform is ondersteunend aan de missie van de community en zou gebruikt kunnen worden voor communicatie, vergaderen, organiseren, ideeën delen en samenwerken.

Connectie: Blijvende connecties

Communities of Intent worden gedreven door een gedeelde droom die betekenis krijgt in verbinding met anderen.

Communities of place

Communities of place bestaan uit mensen die met elkaar samenwonen in een buurt, stad of regio en op de hoogte willen blijven van wat er in hun buurt gebeurt en/of praktische tips en verzoeken met elkaar willen delen.

Organisaties die dit soort platformen kunnen faciliteren zijn wijkverenigingen, buurtcentra, bibliotheken, universiteit, campussen, gemeenten, wijkkranten, en andere groepen van bewoners

Wat communities of place belangrijk vinden:

- “We willen weten wat er gaande is in de buurt en zelf dingen kunnen organiseren en die kunnen delen. Deze bijeenkomsten vinden fysiek plaats.”
- “We willen makkelijk even een platform kunnen checken, zonder al te veel drempels. Het is onderdeel van ons dagelijks leven en er zijn veel verschillende mensen in onze gemeenschap die niet altijd even digitaal vaardig zijn.”
- “We zijn vaak op zoek naar iets, zoals een boormachine, een oppas, nieuwe leden voor het jeugdvoetbalteam of een vrijwilliger voor de buurtkeuken.”
- “Soms hebben we juist dingen die we willen aanbieden aan anderen in onze community, zoals oude spullen, kennis en vaardigheden.”
- “We willen op de hoogte blijven van wat er lokaal aan de hand is.”

Wat organisaties belangrijk vinden:

- “Wij vinden het belangrijk dat communities of place verbonden zijn met elkaar en elkaar kunnen helpen als het minder gaat. Zo wordt de samenleving veerkrachtiger.”
- “We willen sharing-economies stimuleren, zoals deelmobiliteit en lokale voedselproductie.”
- “We willen lokaal ondernemerschap stimuleren.”

Communities of place

ONTWERPKEUZES

Redactie & moderatie: Gedeeld eigenaarschap

De gemeenschap moet zelf dingen kunnen delen, maar een organisatie kan wel begrenzen wat voor soort contact er kan plaatsvinden. Communities of place hebben vaak veel inactieve leden die af en toe gebruikmaken van een platform, dus een organisatie die de continuïteit en veiligheid van een platform kan bewaken is essentieel.

VOORBEELD

Gebiedonline.nl

Gebiedonline is een coöperatief digitaal platform waarmee bewoners samen de leefbaarheid van hun straat, buurt, dorp of stad kunnen verbeteren. Het platform is ontstaan als buurtwebsite Hallo IJburg in Amsterdam en is inmiddels beschikbaar voor diverse gemeenschappen in Nederland. Leden van de coöperatie beheren het platform gezamenlijk en beslissen samen over de ontwikkeling ervan. Gebiedonline biedt functies zoals het delen van berichten, organiseren van activiteiten en het opstellen van gebiedsplannen. De ambitie is om een toegankelijk en eerlijk online platform te bieden dat lokale betrokkenheid stimuleert.

Zichtbaarheid: Openbaar

Het doel is juist om zichtbaar te maken wat er gebeurt in de wijk, buurt of regio.

Authenticatie: Subjectieve screening

Toegankelijkheid is belangrijk zodat iedereen in de wijk kan deelnemen, maar zonder enige drempel is de kans groot dat het platform misbruikt wordt. Een menselijke check door een moderator kan hierbij helpen, of bijvoorbeeld een aanbeveling door een buurtgenoot.

Rol van digitaal: Aanvullend

De gedeelde fysieke plaats is in deze gemeenschappen de kern; de digitale community is daarom meestal aanvullend, maar kan ook verbindend zijn – bijvoorbeeld wanneer het ervoor zorgt dat buren elkaar via hat platform leren kennen.

Connectie: Vluchtige connecties

Mensen komen bij elkaar om praktische redenen. Wel kan er een gevoel van binding aan de wijk ontstaan, wat kan leiden tot hechtere lokale gemeenschappen.

Communities of constituents

Communities of constituents worden gevormd door mensen die in gesprek willen gaan met officiële organisaties en instituties zoals de gemeente of rijksoverheid, of daartoe door die

Denk aan digitale loketten, inspraak- en cocreatietrajecten, informatievoorzieningen of campagnes vanuit de overheid.

Organisaties voor wie dit interessant is zijn overheden, universiteiten, GGD's, uitvoeringsorganisaties, en andere instituties.

Wat communities of constituents belangrijk vinden:

"Wij zijn vaak op zoek naar antwoord op een specifieke hulpvraag. We willen een betrouwbaar advies, maar zijn ook gebaat bij tips en ervaringen van anderen."

"Wij zijn heel gevarieerd, het is belangrijk dat informatie aangeboden wordt in verschillende vormen zodat die voor iedereen toegankelijk is."

"Wij willen graag een centrale plek, waar we alles kunnen vinden over een bepaald onderwerp. We zijn vaak verdwaald in allerlei bronnen die allemaal net iets anders zeggen."

"We willen makkelijk in contact komen met een expert, professional of contactpersoon van een organisatie."

"We willen zo min mogelijk stappen doorlopen om ons doel te bereiken. We willen hulp bij het navigeren van lastige bureaucratische processen."

Wat organisaties belangrijk vinden:

"Wij willen een centrale plek zijn. We willen mensen kunnen doorverwijzen naar de juiste plek."

"Wij willen makkelijk vindbaar zijn. We willen bovenaan de zoekresultaten staan."

"Wij willen betrouwbare informatie verschaffen en informatie kunnen organiseren voor betere toegankelijkheid."

"Wij willen graag in gesprek met onze achterban. We willen gemeenschappen betrekken bij lopende ontwikkelingen."

Communities of constituents

VOORBEELD

OpenStad.org

OpenStad is een open-source-platform waarmee gemeenten en organisaties digitale participatiewebsites kunnen opzetten. Het platform biedt interactieve tools zoals stemmodules, ideeënindiening, participatief begroten en keuzewijzers, zodat inwoners actief kunnen meedenken en beslissen over hun leefomgeving. OpenStad is ontwikkeld door de gemeente Amsterdam in samenwerking met andere gemeenten en het Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties. De ambitie van OpenStad is om participatieprocessen inclusiever en toegankelijker te maken door digitale middelen beschikbaar te stellen voor iedereen die betrokken wil zijn bij besluitvorming in hun stad of dorp.

ONTWERPKEUZES

Governance: Organisatie aan zet

Organisaties zijn verantwoordelijk voor de inrichting en het beheer van het platform.

Redactie & Moderatie: Organisatie aan zet

De organisatie beheert alle informatie en bepaalt ook welke ‘loketten’ er geopend worden. De community of constituents mag wel vragen stellen en onderwerpen aandragen.

Zichtbaarheid: Deels gesloten

Een openbare ‘lobby’ is belangrijk om toegankelijk te zijn. Andere onderdelen kunnen wel gesloten zijn.

Authenticatie: Attribute-based

Gebruikers moeten bijvoorbeeld aantonen dat ze onderdeel zijn van een bepaalde ‘constituency’ om mee te doen aan een inspraakavond.

Communities of debate

Communities of debate bestaan uit mensen die met elkaar van gedachten willen wisselen en hun (uiteenlopende) gezichtspunten rond thema's en (maatschappelijke) ontwikkelingen willen bespreken. Deze gemeenschappen zijn gericht op meningsvorming en politiek debat.

Organisaties die dit soort communities kunnen faciliteren zijn onder andere media, debatcentra, bibliotheken en culturele organisaties.

Wat communities of debate belangrijk vinden:

"Wij willen een ontmoetingsplek waar we samen kunnen komen rond actuele onderwerpen die ons aangaan"

"Wij zijn nieuwsgierig naar anderen, en willen verschillende perspectieven horen over hetzelfde onderwerp."

"Wij willen een omgeving met duidelijk omgangsvormen en gedragsregels. We willen ons veilig kunnen voelen om ons te uiten."

"We willen samenkomen in een omgeving waar je kan vertrouwen dat anderen goede bedoelingen hebben en ook open staan voor een dialoog."

Wat organisaties belangrijk vinden:

- "Wij willen bepaalde onderwerpen aan het licht brengen, en mensen actief uitnodigen om hierover in gesprek te gaan."
- "Wij willen polarisatie tegengaan in de samenleving, door verschillende perspectieven in contact te laten komen met elkaar."
- "Wij willen een bruisende democratie waar dialoog een belangrijk onderdeel van is."
- "Wij willen deelnemers stimuleren om actief deel te nemen aan het gesprek."
- "Wij willen verantwoordelijkheid kunnen nemen over de 'veiligheid' van de omgeving. Wij willen gesprekken kunnen modereren en kunnen zorgen dat de sfeer goed blijft."

Communities of debate

VOORBEELD

Polis

Polis is een open source participatieplatform dat is ontworpen om grote groepen mensen op een constructieve manier te betrekken bij maatschappelijke discussies. Deelnemers kunnen anoniem reageren op stellingen en hun eigen standpunten toevoegen, waarna het platform met behulp van geavanceerde algoritmen patronen van consensus en verdeeldheid visualiseert. In Nederland wordt het platform onder andere gebruikt door de Provincie Zuid-Holland en de Gemeente Amsterdam om inwoners actief te betrekken bij beleidsvorming. De ambitie van Polis is om inclusieve en genuanceerde besluitvorming te faciliteren door middel van technologie die collectieve intelligentie en wederzijds begrip bevordert.

ONTWERPKEUZES

Moderatie & Redactie: Organisatie aan zet

Moderatie vanuit een organisatie is nodig om de constructiviteit van het gesprek te waarborgen. De content kan zowel vanuit gebruikers als vanuit de organisatie komen.

Rol van digitaal: Primair

Er zijn ook fysieke communities of debate, maar in het geval van deze online communities of debate is het doel het gesprek dat plaatsvindt op het platform.

Convergeren of divergeren: Divergeren

Om een open en breed gevoerd gesprek te kunnen faciliteren is het nodig dat er verschillende perspectieven aan bod komen.

Connectie: Vluchtige connecties

De focus ligt in dit soort gemeenschappen op het (onderwerp van) gesprek, waarvoor het niet nodig is om elkaar te kennen of duurzaam met elkaar te verbinden.

Verantwoording

Deze publicatie komt voort uit een samenwerking tussen het **Lectoraat Civic Interaction Design aan de Hogeschool van Amsterdam**, **PubHubs**, **PublicSpaces**, de gemeente Amsterdam en de Universiteiten van **Nijmegen** en **Utrecht** rond het ontwikkelen van een UX-design en Use Cases voor PubHubs. Dit onderzoek is mogelijk gemaakt dankzij een financiële bijdrage van het **SIDN-fonds**.

De inzichten in deze publicatie zijn voortgekomen uit een **ontwerpende onderzoekstraject** van de Hogeschool van Amsterdam naar de User Experience en Use Cases voor PubHubs. De behoeften van gemeenschappen en organisaties, die zijn geclusterd als de zes community archetypen, zijn in kaart gebracht op basis van zowel generatief onderzoek met gebruikers van dergelijke platforms als workshops met publieke organisaties uit diverse levensdomeinen, met name uit zorg, media, bibliotheken en gemeenten. Daarnaast zijn er waardevolle inzichten opgedaan via praktijkonderzoek ter ondersteuning van het UX-design van PubHubs, en is er inspiratie gehaald uit verschillende **studentenprojecten** van de opleiding **Communicatie en Multimedia Design**, waarbij studenten werkten aan ontwerpen voor PubHubs en andere civic socialmediaplatforms.

Een beperking van het onderzoek is dat de verschillende typen communities niet gelijkwaardig zijn vertegenwoordigd. Zo hebben we bijvoorbeeld een vollediger beeld van de behoeften van communities of care in vergelijking met communities of debate, aangezien we veel waardevolle gesprekken hebben gevoerd met gebruikers en organisaties rondom het thema mentale gezondheid.

Organisaties die hebben meegewerkt aan het onderzoek zijn MIND, Ypsilon, Vereniging BovenJan, Kenniscloud, Bibliotheek Noord-Brabant, NTR Innovatie, Gemeente Amsterdam, Stadsdeel Osdorp en de Wildemanbuurt, Stichting The Beach, Bibliotheek Rivierenland en Erfgoedcentrum Rozet Arnhem.

Onze dank gaat uit naar Mathilde Sanders, José van Dijck, Bart Jacobs, Jan den Besten, Lian Vervoort, Hugo Jacobs, Skip de Mönnink, Geert-Jan Bogaerts, Jantien Borsboom, Robert-Jan Taling, Jan-Jacob Sikkema, Diana Krabbendam, Miriam van der Beemt, Stefan Diehl, Bert Stavenuiter, Imke van Wettum, Ilse Eckelhoff, Bram Kluen, Derk Molijn, Richard van Montfrans, Andrei Petrutoni, Frank Prins, Toon Toetenel, Michel Vogler, Ingrid Walschots, Marije Doorenbos, Micky van Zeijl, alle interview- en workshopparticipanten, en studenten voor hun bijdragen.

Eva Oosterlaken, Harold Pflug, Martijn de Waal en Esther Hammelburg (2025) *Ontwerpen voor Civic Social Media: Uitgangspunten en keuzes voor het ontwerpen, opzetten en onderhouden van Civic Social Media*. **Amsterdam: PublicSpaces & Lectoraat Civic Interaction Design Hogeschool van Amsterdam**

Onderzoeksteam Hogeschool van Amsterdam
Esther Hammelburg, Jorgen Karskens, Eva Oosterlaken, Harold Pflug, Martijn de Waal

This publication is licensed under the Creative Commons Attribution NonCommercial ShareAlike 4.0 Unported (CC BY-NC-SA 4.0). To view a copy of this license, visit www.creativecommons.org/licences/by-nc-sa/4.0/

www.pubhubs.nl
www.publicspaces.net
www.civicixd.com

https://civicixdproject.com/civicsocialmedia/

Grafische vormgeving
Eva Oosterlaken

Illustraties en interactieontwerp
Lianne Siemensma