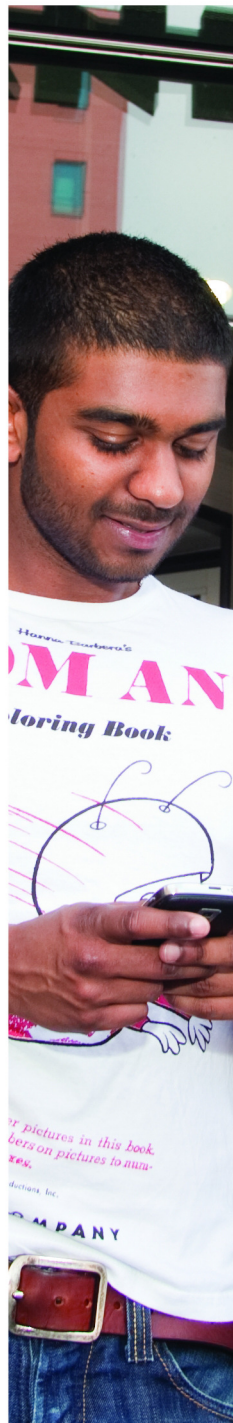
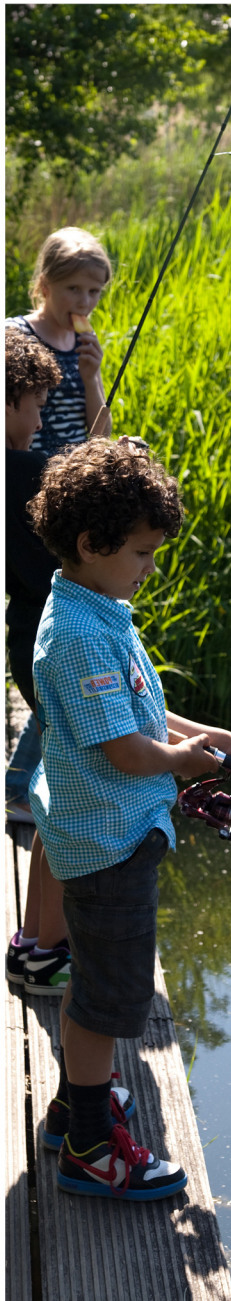


Like je community

Onderzoek naar het effect van online communities op subjectieve veiligheid

Onderzoek en Business Intelligence



Like je community

Onderzoek naar het effect van online communities op subjectieve veiligheid

M.J.W. Epskamp, G.H. van der Wilt en M.M. Heessels

Onderzoek en Business Intelligence (OBI)
oktober 2015

In opdracht van BSD - Directie Veiligheid

© Onderzoek en Business Intelligence (OBI)

Project: 5016

Postadres:
Postbus 21323
3001 AH Rotterdam

Telefoon: (010) 267 15 00
E-mail: onderzoek@rotterdam.nl
Website: www.rotterdam.nl/onderzoek

INHOUD

	Samenvatting en conclusies	5
1	Inleiding	11
1.1	Aanleiding	11
1.2	Doelstelling en onderzoeksvragen	11
1.3	Onderzoeksactiviteiten	12
1.4	Leeswijzer	13
2	Bevindingen literatuuronderzoek	15
2.1	Verklaringen voor onveiligheidsgevoelens	15
2.2	Aanbevelingen voor communicatie over veiligheid	16
2.3	Online communities	17
3	Over Like je Wijk en de wijken waar Like je Wijk actief is	21
3.1	Gebruik van internet en social media onder Rotterdammers	21
3.2	Like je Wijk	21
3.3	Wijkbeschrijvingen	23
3.3.1	Beverwaard	23
3.3.2	Bloemhof	24
3.3.3	Lombardijen	25
3.3.4	Hordijkerveld	26
3.4	Like je Wijk Magazines	27
3.5	Gevoel van veiligheid in de wijken	28
4	Case-study ‘Like je Wijk’	31
4.1	Effect op binding en betrokkenheid	31
4.2	Effect op veiligheid	33
4.3	Afzender	34
4.4	Schaalniveau	35
4.5	Toon van de berichtgeving	36
4.6	Sociale media vs andere communicatiemiddelen	37
	Bijlagen	39

Samenvatting en conclusies

De afgelopen tien jaar is de veiligheid in Rotterdam verbeterd, zo blijkt onder andere uit de afname van het aantal aangiften en meldingen en de Veiligheidsindex. Het gevoel van veiligheid onder bewoners blijft echter achter bij deze positieve trend. De gemeente Rotterdam wil de veiligheidsbeleving vergroten. Daarom voert de directie Veiligheid vijf pilots voor 'veiligheidsbeleving' uit. Eén van de pilots betreft onderzoek naar het mogelijke effect van online communities op veiligheidsgevoelens van bewoners. De afdeling Onderzoek en Business Intelligence (OBI) van de gemeente Rotterdam heeft dit onderzoek uitgevoerd.

Doel van het onderzoek

Het doel van het onderzoek is inzicht geven in de mogelijke effecten van online communities op de veiligheidsbeleving van bewoners in de wijk: dragen online communities hieraan bij, en zo ja, hoe?

Onderzoeksactiviteiten

Ten behoeve van het onderzoek is in onderzoeksrapportages en andere documenten en op internet gezocht naar informatie over het effect van online communities op veiligheidsbeleving. Er is geen informatie gevonden op basis waarvan geconcludeerd kan worden dat online communities de veiligheidsbeleving kunnen beïnvloeden. Wel zijn voorbeelden gevonden van online communities die door (overheids)organisaties gebruikt kunnen worden om over veiligheid te communiceren en te proberen onveiligheidsgevoelens tegen te gaan. Daarnaast heeft het literatuuronderzoek inzicht opgeleverd in de oorzaken van onveiligheidsgevoelens en aanbevelingen voor communicatie over veiligheid.

Om meer zicht te krijgen op het mogelijke effect van online communities op veiligheidsbeleving is onderzoek gedaan naar de praktijkervaringen van bewoners en professionals met een actieve online community in Rotterdam: de Facebook pagina's ('magazines') van 'Like je Wijk' in Beverwaard, Bloemhof, Lombardijen en Hordijkerveld. De doelstelling van Like je Wijk is om op wijkniveau nieuws, tips, evenementen en werkzaamheden zichtbaar te maken en zodoende een positieve bijdrage te leveren aan het vergroten van de buurtbetrokkenheid en de woon-, werk-, leef- en veiligheidsbeleving. Dit laatste maakt het interessant om aan de hand van Like je Wijk te zoeken naar aanknopingspunten voor hoe een online community zou kunnen bijdragen aan veiligheidsbeleving. Het onderzoek heeft niet tot doel Like je Wijk te beoordelen of te evalueren.

Voor het onderzoek zijn 36 personen geïnterviewd – bewoners van de vier wijken met een Like je Wijk magazine en professionals die in die wijken actief zijn. Zij zijn gevraagd naar onder meer de veiligheid in de wijk, hun veiligheidsbeleving, het effect van communicatie daarop, hun ervaringen met Like je Wijk en hun ideeën over het eventuele effect van online communities op de veiligheidsbeleving. Om de resultaten van de interviews beter te kunnen duiden, hebben de onderzoekers beschrijvingen gemaakt van de vier wijken waar Like je Wijk actief is. Daarnaast is met de internetapplicatie Coosto gekeken naar het gebruik van de Facebook pagina's van Like je Wijk. Deze analyse geeft een sfeerbeeld van wat er speelt binnen de community's en inzicht in de mate waarin Like je Wijk gebruikt wordt.

Over Like je Wijk

In de wijken Beverwaard, Bloemhof, Lombardijen en Hordijkerveld is het Facebookmagazine Like je Wijk actief. Like je Wijk gaat uit van 'participatie door communicatie'. Het helpt en faciliteert bewoners en wijkgerichte partners om via nieuwe media nieuws, tips, evenementen en werkzaamheden zichtbaar te maken. Het gaat hierbij om berichten die een positieve bijdrage dienen te leveren aan het vergroten van de buurtbetrokkenheid en het verbeteren van de woon-, werk-, leef- en veiligheidsbeleving.

De keuze van Stichting Like je Wijk om voor dit doel Facebook te gebruiken, is ingegeven door het feit dat Facebook een zeer groot bereik heeft onder Rotterdammers. Bijna de helft van de Rotterdammers is actief op Facebook en het is verreweg het meest gebruikte sociale medium.

Op de Facebookpagina's van Like je Wijk plaatst Stichting Like je Wijk berichten, foto's en video's over de betreffende wijk. Het kan gaan om berichten over evenementen in de wijk of nieuwtjes, maar bijvoorbeeld ook om inbraakpreventietips. Leden van Facebook kunnen de magazines 'liken' waardoor ze de berichten van Like je Wijk automatisch in hun tijdlijn te zien krijgen. Ook kunnen ze berichten delen met hun eigen netwerk of op anderen reageren. Delen gebeurt bijvoorbeeld vaak met berichten over verloren voorwerpen en dieren. Hierdoor zijn verschillende van deze voorwerpen en dieren weer bij hun eigenaar terecht gekomen.

Bewoners kunnen zelf geen berichten op Like je Wijk plaatsen. Zij kunnen wel berichten aandragen bij de redactie van Stichting Like je Wijk. Dat bewoners niet zelf iets kunnen plaatsen, is om te waken voor te veel negatieve berichtgeving over de wijk, wat ten koste zou kunnen gaan van de doelstelling van Like je Wijk om de beleving van de wijk te verbeteren. In de praktijk blijken aangedragen berichten meestal een positieve of neutrale toon te hebben en acht Like je Wijk het (zeer) zelden nodig een bericht te weigeren.

Veiligheidsgevoelens in de wijken waar Like je Wijk actief is

In alle vier de wijken met een Like je Wijk magazine is sprake van veiligheidsproblematiek. De wijken scoren benedengemiddeld op het thema veiligheidsbeleving volgens de Rotterdamse Veiligheidsindex als onderdeel van het Wijkprofiel.

Uit gesprekken met bewoners blijkt dat hun onveiligheidsgevoelens vooral te maken hebben met inbraken en hangjongeren. Daarnaast is de veiligheidsbeleving negatief beïnvloed door enkele ernstige geweldsincidenten in de afgelopen jaren. Deze incidenten hebben veel indruk gemaakt op bewoners en veel aandacht gekregen in de media. Jaren later wordt nog steeds over de incidenten gesproken. Dergelijke incidenten kunnen voor lange tijd bijdragen aan een negatief imago van een wijk in de media, ook als de objectieve veiligheid inmiddels is verbeterd.

Communicatie binnen Like je Wijk

Like je Wijk heeft duizenden volgers en jaarlijks worden op Like je Wijk duizenden berichten geplaatst. Het onderzoek naar Like je Wijk geeft enig inzicht in de soorten onderwerpen waar de gebruikers van een wijkgerichte online community over communiceren. Onderwerpen waarover veel wordt gecommuniceerd op Like je Wijk, zijn een buurthuis en een wijkcentrum, gevonden voorwerpen en dieren, parken, vuurwerk, de gemeente, fietsen, een supermarkt, specifieke straten en een speeltuin. Ook wordt op Like je Wijk veel gecommuniceerd over activiteiten en evenementen die in de wijk gaan plaatsvinden.

De berichten die op Like je Wijk worden geplaatst, leiden in verschillende mate tot reacties. In

wijken met meer volgers worden meer berichten aangedragen en wordt er meer op berichten gereageerd. Reacties zijn vaker positief dan negatief. Wanneer het gaat om berichten over veiligheid, zoals tips voor inbraakpreventie, wordt er vooral geliked en gedeeld, maar niet gereageerd.

Conclusies met betrekking tot online communities

De volgende conclusies zijn gebaseerd op bevindingen van zowel de literatuurstudie als het onderzoek naar Like je Wijk.

Voordelen van online communities ten opzichte van andere media

Online communities bieden verschillende voordelen ten opzichte van de meeste andere media. Een belangrijk voordeel is dat via online communities snel kan worden gecommuniceerd over actuele zaken. Daarbij is het vaak mogelijk om beeldmateriaal te delen, zoals foto's en filmpjes. Online communities hebben potentieel een groter bereik dan andere media die de gemeente kan gebruiken om met bewoners te communiceren, zoals wijkkrantjes of nieuwsbrieven, waarvan bekend is dat veel bewoners er geen interesse in hebben. Het voorbeeld van Like je Wijk, met duizenden volgers en berichten per jaar, bewijst dat een wijkgerichte online community in staat kan zijn om een groot aantal bewoners met elkaar in contact te brengen. Omdat er altijd bewoners zullen zijn die geen gebruik kunnen of willen maken van online communities, blijft het voor de gemeente wel noodzakelijk om ook op andere media in te zetten.

De buurt of wijk als ideaal schaalniveau

De kern van het beïnvloeden van percepties van overlast en verloedering door communicatie ligt volgens de literatuur op wijkniveau. Juist een online community op wijkniveau lijkt daarom nuttig voor het verbeteren van de veiligheidsbeleving. Veel bewoners zijn op wijkniveau gemakkelijker te betrekken of te activeren omdat ze zich met hun wijk identificeren (soms meer dan met hun gemeente). Bewoners voelen zich meer betrokken bij wat er in hun directe omgeving gebeurt.

Voor een wijkgerichte online community is het belangrijk dat deze aansluit bij wat bewoners zelf als wijk ervaren. Dat is niet per definitie een buurt volgens officiële grenzen. Sommige buurten zijn dusdanig groot of divers dat bewoners ze niet als een eenheid ervaren en zich er daarom niet mee identificeren.

Betrokkenheid van bewoners bij de wijk en elkaar

Een online community kan bijdragen aan een grotere betrokkenheid van bewoners bij de wijk. Bewoners horen meer over wat er in de wijk speelt en ze weten beter wat er te doen is. Dit kan de deelname aan activiteiten in de wijk vergroten. Een online community kan ook zorgen voor meer contact tussen bewoners. Zodoende kan ze bijdragen aan het creëren van een wij-gevoel, het voorkomen van eenzaamheid of een beter gevoel van bewoners over hun wijk. Door het laagdrempelige karakter van een online community komen contacten makkelijker tot stand dan wanneer bewoners elkaar op straat zouden moeten aanspreken. Bewoners kunnen door contacten of berichten in een online community enthousiast worden om actief te worden in hun wijk. Voor reeds actieve bewoners kan een online community erkenning bieden, wat hen kan stimuleren actief te blijven.

De mate waarin een online community betrokkenheid kan vergroten, kan door verschillende

factoren beperkt worden. Niet iedereen heeft behoefte lid te worden van een online community en niet ieder lid heeft behoefte om intensief van het medium gebruik te maken. Gebrekkige kennis van het internet of de Nederlandse taal kunnen barrières zijn voor communicatie via online communities. Daarnaast lijken mensen ook online de neiging te hebben vooral het contact met gelijkgestemden op te zoeken; groepen die offline geen contact hebben, kunnen online ook minder geneigd zijn met elkaar te communiceren.

Veiligheidsbeleving

Het effect van online communities op veiligheidsbeleving is moeilijk inzichtelijk te krijgen, omdat zoveel verschillende factoren de veiligheidsbeleving beïnvloeden. De meeste leden van online communities hebben diverse offline contacten, vergaren ook via andere media informatie en doen allerlei ervaringen op buiten de community om. Al deze zaken kunnen invloed hebben op de veiligheidsbeleving. In het algemeen geldt daarom dat het eventuele effect van online communities op de veiligheidsbeleving niet overschat moet worden.

Contacten en berichten via een online community kunnen zowel positieve als negatieve bijdragen leveren aan veiligheidsbeleving, afhankelijk van wat er wordt gedeeld. Berichten over bijvoorbeeld inbraakpreventie of politieacties kunnen ervoor zorgen dat mensen zich gesteund of veiliger voelen, maar ze kunnen mensen ook het gevoel geven dat hun wijk onveilig is. Berichten over veiligheidsincidenten kunnen lang nazingen in online communities en zo onveiligheidsgevoelens blijven voeden. Aan de andere kant kan een online community een wijkagent en andere overheidsfunctionarissen in de wijk bekender, zichtbaarder en toegankelijker maken, wat kan bijdragen aan de veiligheidsbeleving en een gevoel bij bewoners dat de overheid zich inzet voor hun wijk.

Of een online community kan bijdragen aan een groter gevoel van veiligheid, is ook persoonsafhankelijk. Mensen die zich al veilig voelen, zullen zich niet veiliger gaan voelen door een online community. Bij anderen zitten de onveiligheidsgevoelens zo diep, dat ze niet zullen verminderen door communicatie via een online community. Daar tussenin bevindt zich een groep die zich (enigszins) onveilig voelt en waarvan de veiligheidsbeleving wellicht wel beïnvloedbaar is.

Voor zover online communities kunnen bijdragen aan de veiligheidsbeleving, is het meeste effect te verwachten van de kans dat online communities voor meer sociale contacten en een grotere sociale cohesie zorgen. Uit onderzoek blijkt dat deze factoren in positieve zin samenhangen met veiligheidsgevoelens. In wijken met weinig onderling contact tussen bewoners, voelen de bewoners zich relatief vaak onveilig. Als een online community het contact en de betrokkenheid van bewoners met elkaar weet te vergroten, is het aannemelijk dat dit ook (in enige mate) ten goede komt van de veiligheidsbeleving.

Toon van berichtgeving

Een online community met (voornamelijk) positieve berichtgeving over wat er in een wijk speelt kan voor een aanzienlijk deel van de wijkbewoners een aansprekend communicatiemiddel zijn. Positieve berichten kunnen ertoe bijdragen dat bewoners een beter gevoel krijgen over hun wijk. Bewoners van wijken met een negatief imago kunnen het prettig vinden ook eens goed nieuws over hun omgeving te horen. Positief nieuws kan bijdragen aan betrokkenheid en sociale cohesie, doordat de bewoners zich eerder met de wijk zullen willen identificeren.

Om te voorkomen dat een online community een medium wordt voor klagers of een onevenredig negatief beeld geeft van een wijk, kan ervoor worden gekozen een redactie aangedragen berichten te laten controleren voordat deze worden geplaatst. Al te negatieve berichten kunnen zodoende worden uitgesloten of worden omgebogen naar iets positiefs (bijvoorbeeld: als er veel inbraken zijn, bewoners erop wijzen hoe ze inbraken kunnen voorkomen). Het is belangrijk transparant te zijn over een dergelijke werkwijze en oog te blijven houden voor negatief nieuws en kritiek, zodat bewoners zich in de berichtgeving kunnen blijven herkennen. Het simpelweg negeren van slecht nieuws heeft vaak geen zin, omdat bewoners via diverse media en elkaar informatie kunnen vergaren.

Rol van de gemeente

Online communities bieden de gemeente de mogelijkheid om met relatief weinig middelen relaties aan te gaan met grote groepen bewoners en bestaande relaties te versterken en te onderhouden. De gemeente kan online communities onder andere gebruiken om bewoners te activeren, hen met vraagstukken te laten meedenken, of te volgen wat er in wijken aan emoties en sentimenten leeft.

Gezien de bevindingen van het onderzoek lijkt het verstandig om als gemeente in te zetten op het ondersteunen van online communities. De bevindingen geven de indruk dat online communities een bijdrage kunnen leveren aan het onderlinge contact en de betrokkenheid van buurtbewoners en via die weg wellicht indirect een bijdrage kunnen leveren aan de veiligheidsbeleving van bewoners. Het stimuleren van online communities sluit ook aan bij de aanbeveling voor overheidscommunicatie over veiligheid uit de literatuur om sociale netwerken te stimuleren.

Online communities bieden bewoners de mogelijkheid om snel, vrij en onafhankelijk met elkaar te communiceren over zaken die zij zelf belangrijk vinden. Hierdoor kunnen zij zich sneller betrokken voelen bij een online community dan bij andere, traditionele media. Het is belangrijk dat de gemeente deze voordelen van online communities in acht neemt. In het algemeen lijkt het verstandig om als gemeente sociale netwerken te ondersteunen als zij bij zouden kunnen dragen aan bewonersbetrokkenheid of veiligheidsbeleving, maar niet om nadrukkelijk invloed uit te oefenen op de inhoud of het proces van communicatie binnen de communities, omdat dat ten koste kan gaan van de snelheid, onafhankelijkheid en andere genoemde voordelen van een online community. Bovendien moet ervoor worden gewaakt, dat de online community niet het negatieve imago krijgt dat overheidscommunicatie bij sommige bewoners heeft.

Als de gemeente ervoor kiest om online communities te ondersteunen, dan is het belangrijk dat de ondersteuning duurzaam is. Like je Wijk toont aan dat een online community die de tijd krijgt om te groeien en ingebed te raken in de wijk, een grote groep bewoners met elkaar kan verbinden.

De literatuur wijst erop, dat de overheid bij communicatie over veiligheid rekening moet houden met de gevoelens van bewoners en aan moet sluiten bij hun probleembesef, dat zij hiervoor naar bewoners moet luisteren en ook moet willen praten in plaats van te zenden. Gezien deze aanbevelingen doet de gemeente er verstandig aan, online communities vooral te zien als een middel voor wederzijdse communicatie met en tussen bewoners en niet zozeer als een middel om door eenrichtingsverkeer bewoners te beïnvloeden.

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

De afgelopen tien jaar is hard gewerkt aan de veiligheid in Rotterdam. Die aanpak heeft zijn vruchten afgeworpen. Rotterdam is veiliger dan een aantal jaar geleden. Het aantal aangiften en meldingen daalde in de loop der jaren gestaag en het gemiddelde rapportcijfer uit de Veiligheidsindex steeg tot een ruime zeven. Maar de cijfers uit de Veiligheidsindex laten nog een andere trend zien: het gevoel van veiligheid blijft achter. Veel Rotterdammers voelen zich minder veilig dan je op basis van de objectieve cijfers zou verwachten. De gemeente Rotterdam en in het bijzonder de directie Veiligheid wil de beleving van veiligheid in Rotterdam vergroten, onder meer in het kader van de aantrekkelijke stad. Daarom worden er door de directie Veiligheid vijf pilots voor 'veiligheidsbeleving' uitgevoerd. Eén van de pilots is het onderzoeken wat voor effect de inzet van een online community op de veiligheidsgevoelens van bewoners in een wijk heeft. Op dit moment is er nog weinig bekend over het effect van de online communities op de veiligheidsbeleving. De afdeling Onderzoek en Business Intelligence (OBI) van de Rotterdamse Serviceorganisatie (RSO) heeft in opdracht van de directie Veiligheid van de Bestuursdienst (BSD) een onderzoek uitgevoerd naar het effect van online communities op de veiligheidsbeleving. Bij dit onderzoek is gebruik gemaakt van de ervaringen en inzichten van de bestaande online communities van 'Like je Wijk' in Beverwaard, Bloemhof, Lombardijen en Hordijkerveld. Dit rapport bespreekt de resultaten van dit onderzoek.

Over Like je Wijk

In de wijken Beverwaard, Bloemhof, Lombardijen en Hordijkerveld is het online Facebookmagazine Like je Wijk actief. Like je Wijk gaat uit van 'participatie door communicatie'. Het helpt en faciliteert bewoners en wijkgerichte partners om via nieuwe media nieuws, tips, evenementen en werkzaamheden zichtbaar te maken. Het gaat hierbij om berichten die een positieve bijdrage dienen te leveren aan het vergroten van de buurtbetrokkenheid en het verbeteren van de woon-, werk-, leef- en veiligheidsbeleving.

1.2 Doelstelling en onderzoeksvragen

Het onderzoek dient inzicht te geven in de effecten van online communities op de veiligheidsbeleving van bewoners in wijken. Het onderzoek is niet bedoeld als evaluatie van de online communities van Like je Wijk. Voor het onderzoek zijn de volgende onderzoeksvragen geformuleerd:

- Draagt een online community bij aan de veiligheidsbeleving in een wijk?
- Op welke manier draagt een online community bij aan de veiligheidsbeleving?

1.3 Onderzoeksactiviteiten

Literatuuronderzoek

In onderzoeksliteratuur en andere documenten en op het internet is gezocht naar informatie over het effect van online communities op veiligheidsbeleving. Er is geen informatie gevonden op basis waarvan geconcludeerd kan worden dat online communities de veiligheidsbeleving kunnen beïnvloeden. Wel zijn voorbeelden gevonden van online communities die door (overheids)organisaties gebruikt kunnen worden om over veiligheid te communiceren en te proberen onveiligheidsgevoelens tegen te gaan. Daarnaast heeft het literatuuronderzoek inzicht opgeleverd in de oorzaken van onveiligheidsgevoelens en aanbevelingen voor communicatie over veiligheid.

Beschrijving wijken met de online community Like je Wijk

In Beverwaard, Bloemhof, Lombardijen en Hordijkerveld is het Facebookmagazine Like je Wijk actief. In deze rapportage is een beschrijving van deze wijken opgenomen, waarbij gebruik is gemaakt van de beschrijving van de wijken in het wijkprofiel (zie www.wijkprofiel.rotterdam.nl).

Analyse van de gebruikers en berichten via de applicatie Coosto

Via de internetapplicatie Coosto is inzicht gegeven in het totale gebruik van de webpagina's van Like je Wijk. Deze analyse geeft een sfeerbeeld wat er speelt binnen de community's. Er is gekeken naar:

- wat voor type berichten (sentiment: positief/negatief) worden er geplaatst?
- over welke onderwerpen gaan de berichten die geplaatst worden?
- welke onderwerpen zijn in de reacties trending topic? En wat is daarbij het sentiment?

Bij deze analyse is ook de groei van het aantal volgers van de communities meegenomen. Deze gegevens zijn door Stichting Like je Wijk aangeleverd.

Interviews met bewoners en professionals

Om het effect op de veiligheidsbeleving te bepalen zijn professionals (zoals medewerkers van stakeholders, zie <http://www.likejewijk.nl/over-like-je-wijk/>) en bewoners die lid zijn van een community geïnterviewd. Op deze manier is doorgevraagd over onder meer het ervaren veiligheidsgevoel, het effect van communicatie daarop, het oordeel over communities en het eventuele effect van communities op de veiligheidsbeleving in de wijk. De onderzoeksvragen zijn beantwoord middels een kwalitatieve benadering aan de hand van individuele semi-gestructureerde interviews.

De professionals en bewoners zijn met hulp van de gebiedsnetwerkers via hun netwerk, Ronald Schouten van Like je Wijk en via het Digitaal Stadspanel Rotterdam (DSR) benaderd. Tijdens de gesprekken zijn door sommige geïnterviewden namen genoemd van professionals en/of bewoners die vervolgens weer geïnterviewd zijn.

In totaal zijn 36 personen geïnterviewd: 19 interviews zijn er gedaan met professionals en 17 met bewoners. De geïnterviewde professionals zijn onder meer de voorzitters van de gebiedscommissies, medewerkers van de woningcorporatie, een stadsmarinier, medewerkers van het sociaal welzijnswerk, een hoofd van een basisschool, wijkagenten en medewerkers van de gemeente Rotterdam uit de gebieden. Alle geïnterviewde bewoners zijn volgers van de Like je Wijk magazines. Zowel jongere als ouderen volgers zijn hiervoor geïnterviewd, net zoals actieve en niet-actieve bewoners in de wijk.

Kanttekening

Bij de resultaten van dit onderzoek moeten twee kanttekeningen worden geplaatst:

- het onderzoek is geen evaluatie van de Facebookmagazines van Like je Wijk
- het onderzoek zegt niets over bewoners die niet actief zijn op de Facebookmagazines van Like je Wijk

1.4 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 worden de resultaten uit het literatuuronderzoek besproken. In hoofdstuk 3 staat een beschrijving van Like je Wijk en de vier wijken waar Like je Wijk wordt ingezet. Daarnaast bevat dit hoofdstuk inzicht in het gebruik, het sentiment en de berichtgeving op de pagina's van Like je Wijk. Ook het gevoel van veiligheid in de wijken wordt hier beschreven. De resultaten van de interviews worden besproken in hoofdstuk 4.

2 Bevindingen literatuuronderzoek

Dit hoofdstuk behandelt de resultaten van het literatuuronderzoek. Het literatuuronderzoek heeft inzichten opgeleverd in de oorzaken van onveiligheidsgevoelens (zie paragraaf 2.1) en aanbevelingen voor communicatie over veiligheid (paragraaf 2.2). Door deze aanbevelingen te volgen, kunnen organisaties zoals de gemeente Rotterdam de kans vergroten dat hun communicatie met bewoners (al dan niet via online communities) een positief effect heeft op de veiligheidsbeleving. In paragraaf 2.3 wordt ingegaan op online communities en worden voorbeelden gegeven van online communities die overheden en andere organisaties gebruiken om over veiligheid te communiceren en te proberen onveiligheidsgevoelens tegen te gaan. De documenten die voor het literatuuronderzoek zijn geraadpleegd zijn vermeld en genummerd in bijlage I. Cijfers achteraan paragrafen en alinea's in dit hoofdstuk verwijzen naar de genummerde bronnen.

2.1 Verklaringen voor onveiligheidsgevoelens

Uit de literatuur blijkt dat onveiligheidsgevoelens bij bewoners verschillende oorzaken kunnen hebben. Onveiligheidsgevoelens kunnen het gevolg zijn van objectieve veiligheidsrisico's, maar vaak spelen (ook) andere factoren een rol, zoals:

- Persoonlijke ervaringen, bijvoorbeeld ervaringen met criminaliteit, perceptie van overlast, zelfredzaamheid, vertrouwen in de buurt, ongenoegens, ideeën, gevoelens, leefregels en overtuigingen. Het hebben van sociale contacten en sociale inbedding hangt in positieve zin samen met veiligheidsbeleving. In buurten met weinig onderling contact tussen bewoners, voelen de bewoners zich relatief vaak onveilig.^{1/2/4/9/10/14/15/24}
- Omgevingskenmerken, zoals slechte leefbaarheid, verloedering, weinig onderlinge bekendheid van buurtbewoners, verschillende waarden en normen, (een snelle toename van) het aandeel niet-westerse allochtonen, een groot aantal jongeren en een hoge verhuismobiliteit. Ook een negatief imago van een buurt kan zorgen voor onveiligheidsgevoelens onder de bewoners, zelfs als de situatie al lang is verbeterd. Als mensen denken dat anderen negatief naar hun buurt kijken, drukt dat hun eigen veiligheidsbeleving.^{1/2/4/9/10/21/24}
- De context van een situatie of verschijnsel. De veiligheidsbeleving in de metro kan bijvoorbeeld afhangen van het tijdstip. Kinderlokkers zullen vooral als veiligheidsprobleem worden gezien door mensen met kinderen.⁴
- Voorspelbaarheid, verklaarbaarheid en controleerbaarheid. Een situatie wordt als onveiliger gezien als deze onverwacht is, men er geen verklaring voor heeft ("waarom staan die jongeren daar?") en men niets kan doen om de (veronderstelde) risico's te verkleinen.⁴
- Afstand. Mensen hebben vaak een positiever oordeel over hun eigen omgeving dan over plekken verder weg. Percepties over de omgeving zijn vooral gebaseerd op eigen ervaringen. Percepties over plekken verder weg worden sterker beïnvloed door de politiek en de media.^{10/15}
- Culturele, sociale, economische en politieke factoren uit de samenleving.⁴
- Verhalen van anderen over slachtofferschap en de reactie van anderen, waaronder instituties, op verschijnselen.^{4/15}

2.2 Aanbevelingen voor communicatie over veiligheid

Uit de literatuur komen verschillende aanbevelingen naar voren voor communicatie over veiligheid. Door deze aanbevelingen te volgen, kunnen organisaties zoals de gemeente Rotterdam de kans vergroten dat hun communicatie met bewoners (al dan niet via online communities) een positief effect heeft op de veiligheidsbeleving.

Heb realistische verwachtingen van communicatie

Overheidscommunicatie is meestal niet in staat om percepties van onveiligheid substantieel te verminderen. Om zo'n vermindering te bereiken, is werken aan concrete veranderingen in de directe omgeving van bewoners effectiever. Communicatie kan daarbij ondersteunend zijn.^{14/15}

Beter geen dan ondoordachte communicatie

Ondoordacht uitgevoerde overheidscommunicatie kan onvoorziene negatieve effecten hebben op de veiligheidsbeleving. "Niet communiceren, tenzij" is daarom een goede vuistregel (behalve in crisissituaties).^{15/16}

Sluit aan bij het probleembesef van bewoners

Communicatie over (de aanpak van) verschijnselen waar mensen zich druk over maken, kan ervoor zorgen dat zij zich gesteund weten, zich veiliger voelen en tevredener worden over het functioneren van de gemeente. Als er geen probleembesef is, dan kan communicatie over onveiligheid ertoe leiden dat bewoners problemen gaan zien die hen voorheen niet opvielen.^{7/8/13/15/16/19}

Richt je op specifieke doelgroepen

Veiligheidsproblemen kunnen sterk afhankelijk zijn van de lokale situatie en door bewoners zeer verschillend worden ervaren. Daarom heeft communicatie gericht op specifieke doelgroepen of lokale netwerken de voorkeur boven massacommunicatie. Idealiter wordt de communicatie alleen gericht op de groep die problemen ervaart of een verhoogd risico loopt.^{4/7/12/13/14/15/19}

Communiceer op buurniveau

Richt je met communicatie op een klein gebied. De kern van het beïnvloeden van percepties van overlast en verloedering door communicatie ligt op buurniveau. Sluit bij de afbakening van een buurt aan bij wat de bewoners als buurt ervaren.^{6/15/20}

Kies een vertrouwenwekkende afzender

Bewoners vinden een boodschap van een plaatselijke professional met contacten in de buurt vaak betrouwbaarder en geloofwaardiger dan boodschappen van politici, hooggeplaatste bestuurders of de "anonieme overheid". Met de inzet van hoogwaardigheidsbekleders moet selectief worden omgegaan, omdat gebeurtenissen hierdoor vaak worden uitvergroot. Zorg ervoor dat de afzender niet bij elke boodschap iemand anders is.^{15/16/17}

Stem communicatie af met andere partijen

Het is belangrijk dat gemeente, politie, stadstoezicht en andere partijen die bij de aanpak van onveiligheid zijn betrokken hun communicatie afstemmen, om geen tegenstrijdige verwachtingen te wekken bij bewoners (wat funest kan zijn voor hun vertrouwen).^{4/14}

Wees zichtbaar, toegankelijk, consistent en transparant

In communicatie met bewoners over veiligheid is het belangrijk dat de overheid aandacht, rust en leiderschap uitstraalt, zichtbaar en toegankelijk is en zich vraaggericht en dienstbaar opstelt. De overheid kan begrip en vertrouwen kweken door transparant te zijn over het eigen oplossingsvermogen, te communiceren over haar besluiten, toegezegde acties op de afgesproken tijd uit te voeren, tijdig te communiceren als iets mis gaat of wordt uitgesteld en terug te koppelen wat er met meldingen van bewoners is gedaan.^{12/14/15/20}

Houd rekening met gevoelens

Soms kan de overheid bij communicatie over veiligheid volstaan met het noemen van de feiten en het uitleggen van de aanpak, maar er moet ook oog zijn voor de plaatselijke 'taal', waarden en emoties. Het is een mythe dat een boodschap met sterke argumenten altijd overtuigt. Voordat op een feitelijk situatie wordt ingegaan, dienen ontvangers zich gehoord te voelen.¹⁵

Praat in plaats van te zenden

Communiqueer niet in "boodschappen", maar maak deel uit van de conversatie. Het is belangrijk dat bewoners de boodschapper als peers of lokale opinion leaders zien, als logische, benaderbare aanspreekpunten.¹⁵

Luister naar bewoners

Door naar bewoners te luisteren kan de overheid in haar communicatie rekening houden met hun houding en percepties. Bewoners kunnen de overheid vertellen wat er goed of slecht gaat in hun buurt.^{15/20}

Maak gebruik van sleutelpersonen

Een kleine groep actieve bewoners kan als ambassadeur of boodschapper een sleutelrol vervullen in de communicatie richting medebewoners. De sleutelpersonen kunnen vaak gemakkelijker contact maken met medebewoners dan de overheid en zij kunnen als "peers" soms meer invloed uitoefenen op de veiligheidsbeleving.¹⁵

Stimuleer sociale netwerken

Door als overheid in offline en online netwerken, communities en gemeenschappen actief te zijn, ontstaat, haast organisch netwerkcommunicatie met verschillende groepen bewoners en professionals. Het stimuleren van de sociale netwerken kan bijdragen aan onderling vertrouwen en sociale controle en zodoende aan een afname van onveiligheidsgevoelens.^{9/15/17}

Organiseer collectief geheugen

Kleine, gestage verbeteringen op het gebied van veiligheid worden alleen door bewoners opgemerkt of onthouden als je ze er actief aan helpt te herinneren.¹⁵

2.3 Online communities

Online communities zijn gebaseerd op het principe van wederkerigheid, snelheid, laagdrempeligheid en interactie. Bewoners kunnen zich door online communities makkelijker en sneller organiseren. De entree van online communities heeft een snelle verwerking van informatie sterk vergemakkelijkt. In marketing en reclame wordt daar actief gebruik van gemaakt in de vorm van *viral marketing*, waarbij informatie zich via sociale netwerken "vanzelf

verspreid”.

Online communities stellen de overheid in staat om met relatief weinig middelen relaties aan te gaan met grote groepen bewoners en bestaande relaties te versterken en te onderhouden. De overheid kan online communities gebruiken om bewoners bij overlast te activeren, hen te laten meedenken en te volgen welke emoties en sentimenten er leven in de omgeving, ook als het gaat om veiligheidsbeleving. Daarnaast kunnen online communities de informatie-uitwisseling en het vertrouwen tussen professionals versterken.

Door online communities te ondersteunen kunnen overheden proberen de sociale contacten en binding tussen buurtbewoners te stimuleren. Gezien de bevinding in paragraaf 2.1 dat onveiligheidsgevoelens van bewoners een gevolg kunnen zijn van een gebrek aan sociale contacten en sociale binding, is het denkbaar dat inzet op online communities kan bijdragen aan verbetering van veiligheidsbeleving.

Voor overheidscommunicatie kunnen online communities een aanvulling zijn op bestaande, traditionele media. De inzet van verschillende kanalen moet elkaar versterken vanuit een strategie. Veel initiatieven op het gebied van online communities ontstaan in de uitvoering van organisaties. Om zulke initiatieven te ondersteunen is het noodzakelijk een zekere handelingsruimte te geven aan professionals.^{15/24/25/26/31}

Voor het ontwikkelen en onderhouden van een online community zijn verschillende succesfactoren te benoemen, waaronder:³²

- Wees snel en transparant. Dit betekent ingaan op vragen en kritiek, keuzes uitleggen en een open en eerlijk gesprek.
- Wees bereid kennis en ideeën te delen.
- Wees betrokken en bevlogen, actief en praat mee om deelnemers te inspireren.
- Weet wat het publiek wil en bezighoudt en speel hier flexibel op in.
- Beloon actieve gebruikers voor hun inbreng in de community, bijvoorbeeld door ze te bedanken en interesse in hun inbreng te tonen.
- Geef gebruikers ruimte om zich te uiten.
- Geef gebruikers het gevoel dat ze erbij horen. Dit kan onder andere door visuele elementen waarmee gebruikers zich kunnen identificeren.
- Geef gebruikers het gevoel dat ze iets belangrijks doen en een gezamenlijke doel hebben.
- Straal een mate van autoriteit en professionaliteit uit.
- Herken en houd rekening met verschillende type bezoekers en leden: actieve leden die content inbrengen, maar ook critici en toeschouwers.
- Pas de strategie aan als de community een groeiende groep non-actieven heeft.
- Wees realistisch en hou vol: opbouwen kost minimaal een jaar.

Hieronder volgen voorbeelden van online communities die overheden en andere organisaties gebruiken bij de aanpak van veiligheidsproblemen of om onveiligheidsgevoelens tegen te gaan.

Twitter

Twitter maakt snelle nieuwsverspreiding en communicatie mogelijk. Het is bij uitstek geschikt voor communicatie tijdens een crisis. Ook kunnen organisaties met Twitter laten zien waar ze mee bezig zijn. Twittergebruik door wijkagenten kan het vertrouwen van bewoners in de

overheid vergroten en drempelverlagend werken, bijvoorbeeld als de wijkagent via Twitter vraagt waar hij het beste kan gaan surveilleren. Ook is het mogelijk om via Twitter incidenten en maatschappelijke onrust te signaleren.^{5/8/15}

Buurt Bestuurt

In enkele Rotterdamse buurten is een communicatiesysteem ingevoerd binnen de structuur van Buurt Bestuurt. Met dit systeem worden bewoners geïnformeerd over de acties van professionals en bewoners rondom veiligheid en leefbaarheid in de buurt. Bewoners kunnen zich aanmelden voor dit communicatiesysteem en kunnen kiezen of zij geïnformeerd willen worden via Twitter, e-mail, sms of een app. Op de website van Buurt Bestuurt kunnen bewoners lezen over de acties en activiteiten.

Uit onderzoek van het Centrum voor Criminaliteitspreventie en Veiligheid blijkt dat bewoners zich het vaakst via e-mail aanmelden voor Buurt Bestuurt. De aanmelders zijn voornamelijk actieve bewoners die zich verbonden voelen met hun buurt. Het communicatiesysteem is eenzijdig; het is niet ingericht op reacties van de bewoners. Onderzoek geeft de indruk dat het communicatiesysteem kan bijdragen aan minder overlastbeleving en minder onveiligheidsgevoelens.^{6/7/23}

Verbeterdebuurt

Verbeterdebuurt is een online platform (app en website) voor meldingen over de buurt. Bewoners kunnen zich voor het platform aanmelden en daarna melding doen van problemen in de openbare ruimte van hun buurt. Ook kunnen ze ideeën doorgeven die hun buurt kunnen helpen verbeteren. Bewoners kunnen een melding doen door op een kaart van de buurt een locatie te markeren en daar een opmerking bij te plaatsen (bijvoorbeeld "hinderlijke geplaatste vuilniscontainer"). Andere bewoners kunnen de geplaatste opmerkingen inzien en er op stemmen. Melders worden aangemoedigd om via Twitter of Facebook stemmen en medestanders te verzamelen. De gemelde problemen worden door Verbeterdebuurt doorgegeven aan de gemeente, mits de gemeente meedoet aan Verbeterdebuurt. Volgens de website verwerkt Verbeterdebuurt 10.000 meldingen per jaar en doet driekwart van de Nederlandse gemeenten mee.

Een nadeel van Verbeterdebuurt is dat bewoners oplossingen kunnen gaan verwachten voor gemelde problemen, terwijl er geen garantie is dat de gemeente een probleem oppakt en kan verhelpen. Bewoners kunnen het idee krijgen dat de overheid niet naar hen luistert of gemelde problemen niet belangrijk genoeg vindt. Dit kan het vertrouwen in de overheid schaden.^{15/28}

BuitenBeter

Dit platform is vergelijkbaar met Verbeterdebuurt. Ook hier bestaat het risico dat bij bewoners te hoge verwachtingen worden gewekt over wat de overheid met hun meldingen gaat doen.^{15/29}

Amber Alert

Met het Amber Alert-systeem kan de politie bij de ontvoering of vermissing van een kind snel een enorme groep mensen informeren, onder andere via sociale media als Facebook en Twitter. Zo kan de kans op een goede afloop worden vergroot.

Facebook Waalwijk

De gemeente Waalwijk heeft in een aantal wijken Facebookpagina's ingezet om de dialoog met

bewoners aan te gaan. Hiermee beoogt de gemeente leefbaarheids- en veiligheidsproblemen boven water te krijgen, zodat ze daar gericht op kan inzetten. De gemeente, politie, woningbouwcorporaties en welzijnsinstellingen staan via de Facebookpagina's rechtstreeks in contact met de inwoners die de pagina's hebben "geliked". Deelnemers (ook bewoners) kunnen zelf berichten plaatsen. Er worden onder andere berichten gedeeld over activiteiten in de wijk, oproepen voor een wijkschouw of een leefbaarheidsonderzoek, informatie over woninginbraken en gemeenteavonden.²⁷

WhatsApppreventie

De gemeente Eersel stimuleert het gebruik van WhatsApp voor buurtpreventie. Bewoners en professionals kunnen via WhatsApp berichten uitwisselen en bestanden delen. WhatsApp is een veel krachtiger middel dan 'buurtpreventie oude stijl', waarbij mensen op straat surveilleren, want via WhatsApp kan veel sneller een grote groep mensen worden gewaarschuwd en ook kunnen foto's worden verstuurd. Het gebruik van WhatsApp voor buurtpreventie is laagdrempelig, want het is gratis en veel mensen gebruiken het al voor privé doeleinden. Een bijkomend voordeel is dat het gebruik van WhatsApp bijdraagt aan sociale contacten, wat een positief effect kan hebben op veiligheidsgevoelens.^{24/25}

Nextdoor

Nextdoor is een sociale netwerkdienst voor buurten in de VS. Bewoners die zich aanmelden kunnen via de app communiceren met andere bewoners van hun buurt en omliggende buurten. Volgens de website van Nextdoor (nextdoor.com) zijn er ruim 64.000 huishoudens op de dienst aangesloten. Uit informatie van Wikipedia blijkt dat de dienst controversieel is; de app zou goed werken voor het signaleren van criminaliteit, maar ook kunnen leiden tot "racial profiling" en "public shaming". Volgens Nextdoor wordt dat laatste voorkomen, doordat bewoners onder hun echte naam geregistreerd worden en dus niet anoniem zijn voor hun buurtgenoten.³⁰

3 Over Like je Wijk en de wijken waar Like je Wijk actief is

De communities van Like je Wijk zijn het onderwerp van dit hoofdstuk. Allereerst wordt ingegaan op het internetgebruik van Rotterdammers (paragraaf 3.1). Vervolgens wordt Like je Wijk beschreven: de online community die centraal staat in dit onderzoek (paragraaf 3.2). Een korte beschrijving van de vier wijken waar Like je Wijk wordt ingezet staat in paragraaf 3.3. In paragraaf 3.4 staat het resultaat van de analyse van de vier pagina's via Coosto. In de laatste paragraaf gaat het tot slot over het gevoel van veiligheid zoals dat ervaren wordt door de bewoners en professionals in de vier wijken waar Like je Wijk actief is.

3.1 Gebruik van internet en social media onder Rotterdammers

Internet

Bijna vier op de vijf Rotterdammers geeft aan wel eens gebruik te maken van internet (Bron: Omnibusenquête, 2015). Wanneer wordt gekeken naar de drie achtergrondkenmerken geslacht, leeftijd en etniciteit, blijkt dat mannen vaker dan vrouwen gebruik maken van internet en dat het gebruik van internet, niet geheel onverwacht, daalt naarmate de leeftijd stijgt. Naar etniciteit tenslotte bestaan is te zien dat niet-westerse allochtonen wat achter blijven in het gebruik van internet ten opzichte van autochtonen en westerse allochtonen.

Social media

In 2015 maakt 67% van de Rotterdammers gebruik van sociale media (Bron: Omnibusenquête 2015). Dat aandeel is sterk gestegen sinds 2011, toen nog minder dan de helft actief was op sociale media. Facebook wordt, door Rotterdammers die wel eens gebruik maken van sociale media, verreweg het meest gebruikt: meer dan de helft van de Rotterdammers is actief op Facebook. Na Facebook volgen (op afstand) Youtube, LinkedIn, Instagram en Twitter.

3.2 Like je Wijk

In de wijken Beverwaard, Bloemhof, Lombardijen en Hordijkerveld is het online Facebookmagazine Like je Wijk actief. Like je Wijk gaat uit van 'participatie door communicatie'. Het helpt en faciliteert bewoners en wijkgerichte partners om via nieuwe media nieuws, tips, evenementen en werkzaamheden zichtbaar te maken. Het gaat hierbij om berichten die een positieve bijdrage leveren aan het vergroten van de buurtbetrokkenheid en het verbeteren van de woon-, werk-, leef- en veiligheidsbeleving.

Het grootste social network in de wereld is Facebook. Dit netwerk is ook het populairst onder Rotterdammers. Stichting Like je Wijk heeft er daarom voor gekozen om de magazines op Facebook te plaatsen, omdat het potentiële bereik zo het grootste is. Berichten op de Facebookpagina's worden ook automatisch geplaatst op de Twitterpagina's van Like je Wijk om het bereik verder te vergroten.

Op de vier Facebookpagina's van Like je Wijk worden door Stichting Like je Wijk berichten, foto's en video's geplaatst over de betreffende wijk. Het gaat bijvoorbeeld om berichten over evenementen in de wijk, nieuwtjes, of inbraakpreventietips. Bewoners en professionals die lid zijn van Facebook kunnen de magazines ' liken ' waardoor ze de berichten van Like je Wijk automatisch in hun tijdlijn te zien krijgen (tenzij ze kiezen voor de optie om de berichten van de

betreffende pagina te verbergen). Bewoners en professionals kunnen op de berichten reageren. Ze kunnen aangeven dat ze een bericht leuk vinden ('liken') of ze kunnen het bericht delen met hun eigen netwerk. Reageren op anderen is ook mogelijk. Wie geen lid is van Facebook kan op de pagina wel de berichten lezen, maar daar niet op reageren.

Bewoners en professionals kunnen alleen reageren op berichten en zelf geen berichten plaatsen op de Facebookmagazines. Wel kunnen zij berichten aandragen bij Like je Wijk, die dan op de pagina geplaatst kunnen worden. Stichting Like je Wijk heeft een netwerk van bewoners en professionals in de vier wijken die zelf berichten aandragen.

Uitgebreide informatie over Like je Wijk is beschikbaar op de website www.likejewijk.nl.

3.3 Wijkbeschrijvingen

Voor elk van de vier wijken waarin Like je Wijk actief is, volgt hieronder een korte wijkbeschrijving. In bijlage II zijn per wijk de scores op het Wijkprofiel wat betreft de veiligheidsbeleving en de veiligheidsindex opgenomen. De teksten zijn afkomstig van de website van het Wijkprofiel Rotterdam (www.wijkprofiel.rotterdam.nl); op deze website kunnen de volledige teksten geraadpleegd worden. Hier is ook verdere uitleg te vinden over het Wijkprofiel en de betekenis van de scores.

3.3.1 Beverwaard

Beverwaard

De Beverwaard ligt oostelijk van de A16. De wijk is ruim van opzet, met veel groen, waterpartijen en speelvoorzieningen. Beverwaard heeft een zogenaamde 'bloemkoolstructuur': de hoofdstronk bestaat uit grote straten en een trambaan die dwars door de wijk loopt, de buurten daaromheen vormen de zijtakken.

Historie

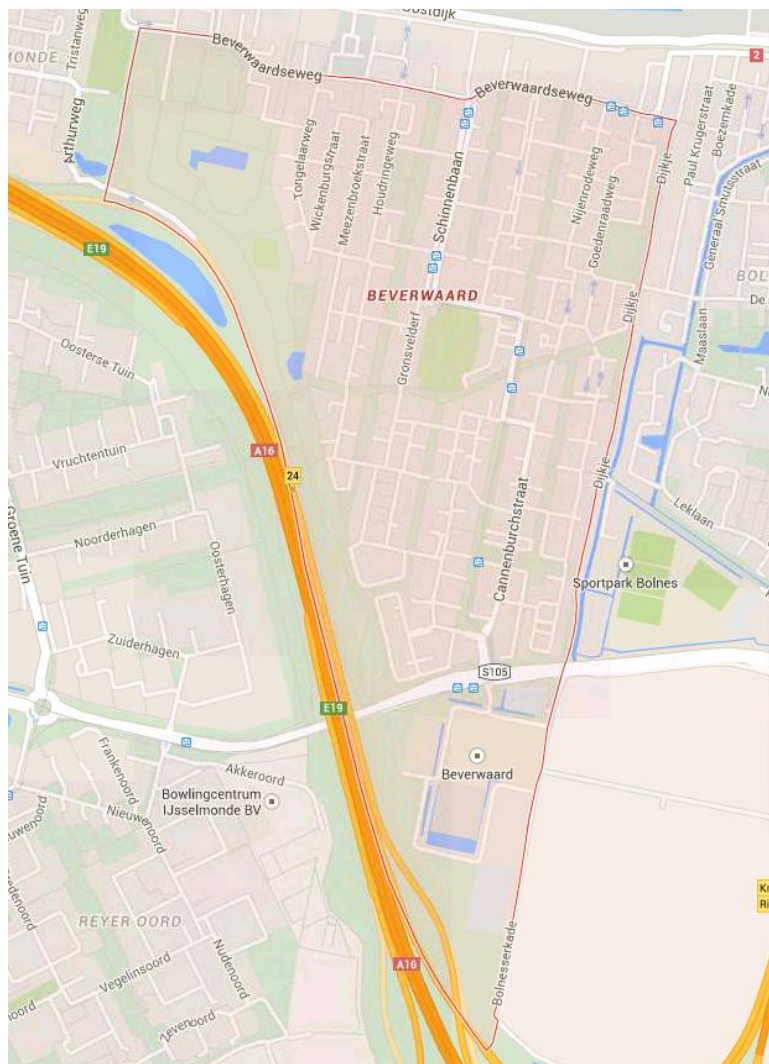
De Beverwaard is een vrij nieuwe wijk, gebouwd tussen 1978 en de jaren '90. De wijk heeft vrijwel alleen laagbouw, met veel eengezinswoningen die uitkomen op hofjes, waar kinderen rondom hun huis kunnen spelen.

De bewoners

De Beverwaard telt op 1 januari 2015 11.705 inwoners. Wijkbewoners en betrokkenen omschrijven de Beverwaard als een karaktervolle wijk met dorps sfeer.

Voorzieningen

Aan de Oude Watering is het centrale winkelcentrum van de Beverwaard. Regelmatig worden er in de wijk activiteiten georganiseerd voor jong en oud, zoals het jaarlijkse wijkfeest. De Beverwaard is met tramlijn 23 vanaf Rotterdam centrum in ongeveer een half uur te bereiken.



3.3.2 Bloemhof

Bloemhof

Bloemhof is een vooroorlogse wijk in Feijenoord. Het ligt ingeklemd tussen de Putselaan, Hillevliet, Groene Hilledijk, Strevelsweg en de Dordtselaan. De wijk is dichtbebouwd en dichtbevolkt. Het noordelijk deel karakteriseert zich met portiekwoningen, het zuidelijk deel bestaat vooral uit laagbouw met veel kleine straatjes.

Historie

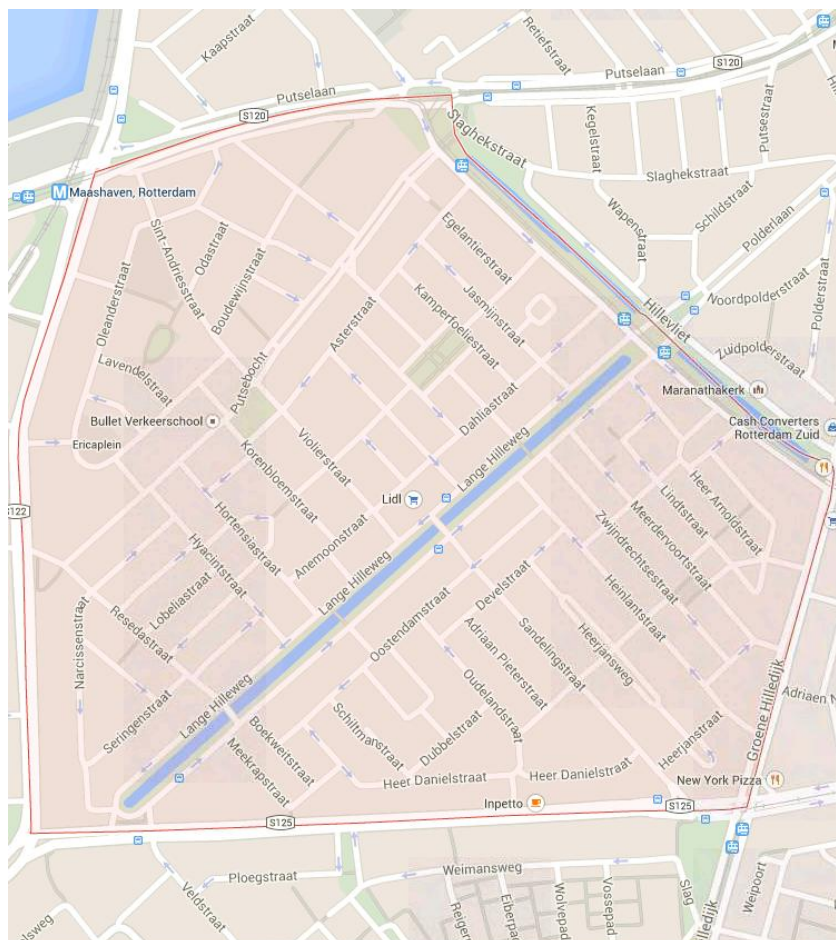
Bloemhof is ontstaan aan het begin van de vorige eeuw toen de havens groeiden en er grote vraag was naar nieuwe arbeidskrachten. Deze nieuwe bewoners kwamen vooral uit Noord-Brabant en Zeeland. Ook latere migranten vonden hier een plek om te wonen.

De bewoners

Door de vele migratiebewegingen in de afgelopen eeuw, is Bloemhof een multiculturele wijk geworden met meer dan 150 verschillende nationaliteiten. Van de 13.681 inwoners op 1 januari 2015 heeft ongeveer 70% een andere culturele achtergrond.

Voorzieningen

Bloemhof is een woonwijk, die omringd wordt door winkels aan de Putsebocht, Strevelsweg en de Groene Hilledijk. Ook is de oversteek naar het winkelcentrum Zuidplein snel gemaakt.



3.3.3 Lombardijen

Lombardijen

De wijk Lombardijen is één van de zuidelijke tuinsteden van Rotterdam. Centraal tussen de verschillende buurten ligt het Spinozapark. Lombardijen ligt ten westen van de spoorlijn Rotterdam – Dordrecht, binnen een straal van ruim een kilometer rondom station Lombardijen.

Historie

De huidige wijk Lombardijen is begin jaren '60 gebouwd als zelfstandige stadswijk en is één van de zuidelijke tuinsteden van Rotterdam

De bewoners

Op 1 januari 2015 telt Lombardijen 13.588 inwoners, van wie meer dan de helft alleenstaand en/of 50-plus is. De wijk telt veel laagbouw (rijtjeswoningen) en flatwoningen.

Voorzieningen

In Lombardijen bevinden zich onder andere het Maasstadziekenhuis, ouderenwooncomplexen, kinderboerderij de Kooi, een zestal winkelstraten en het internationaal bekende poppodium Baroeg. Behalve het NS-station heeft Lombardijen verschillende busverbindingen en twee tramlijnen (2 en 20).



3.3.4 Hordijkerveld

Hordijkerveld

De buurt Hordijkerveld ligt in Groot IJsselmonde-Zuid. Van de drie buurten in Groot IJsselmonde-Zuid, Kreekhuizen, Hordijkerveld en Reyeroord, is Hordijkerveld qua oppervlakte en inwonertal het grootste.

Historie

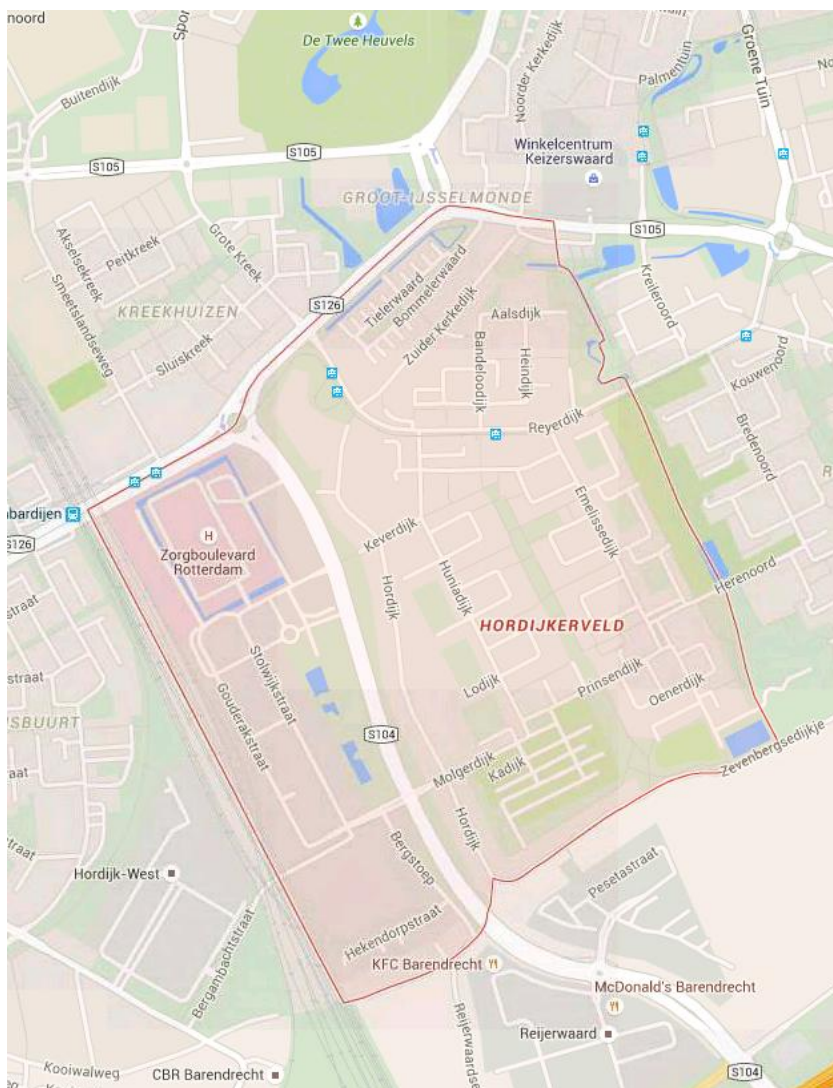
Het stedenbouwkundige plan voor Groot IJsselmonde is eind jaren '50 ontworpen en vanaf begin jaren '60 gerealiseerd. Duidelijk zichtbaar op de kaart is de 'bloembadstructuur': het centrumgebied met centrale voorzieningen en een centropark als bloemhart en de woonwijken daaromheen als de bladeren van een boom.

De bewoners

In Hordijkerveld wonen op 1 januari 2015 4.999 bewoners. 20% daarvan is jonger dan 15 jaar, 65% is tussen de 14 en 65 jaar en 15% is 65 jaar of ouder.

Voorzieningen

Groot IJsselmonde heeft hoogbouw en laagbouw, is ruim opgezet, heeft veel groen en is waterrijk. Er zijn tal van sport- en speelvoorzieningen voor jong en oud. Winkelcentrum Keizerswaard is het grootste van IJsselmonde en het één na grootste winkelcentrum op Zuid. In Groot IJsselmonde staat ook De Kuip, het voetbalstadion van Feyenoord.



3.4 Like je Wijk Magazines

Er zijn vier Like je Wijk magazines: Beverwaard, Bloemhof, Lombardijen en Hordijkerveld. Om een vergelijking tussen de verschillende magazines te voorkomen, zijn de resultaten van de analyse via Coosto en Facebook voor de magazines bij elkaar opgeteld. Hieronder een korte impressie, in bijlage III staat een uitgebreidere omschrijving:



11.500 volgers
(juni 2015)



> 17.000 berichten in één jaar

- 5.500 berichten Like je Wijk
- 1.000 reacties Like je Wijk
- 11.000 berichten anderen



Meer positieve dan negatieve berichten en reacties



3.5 Gevoel van veiligheid in de wijken

Aan de bewoners is gevraagd wat zij vinden van de veiligheid in de wijk. Ook de professionals is gevraagd of zij weten hoe de bewoners de veiligheid beoordelen.

Beverwaard

De meeste geïnterviewde bewoners en professionals ervaren Beverwaard als een veilige wijk. Meerdere malen is genoemd dat de veiligheid in het verleden slechter was en er veel last was van hangjongeren en inbraken. Dat heeft voor een negatief imago gezorgd, wat de Beverwaard nu nog steeds heeft. Onveiligheidsgevoelens worden nu wel eens ervaren door ouderen, door bewoners in de avonduren, of op specifieke plekken door de overlast van hangjongeren. Deze hangjongeren roepen van alles naar voorbijgangers, waardoor zij zich onveilig voelen.

Een **bewoner** over het gevoel van veiligheid in de Beverwaard:

“Als mijn dochters thuis komen dan stappen ze liever een halte eerder uit. Ze houden er rekening mee hoe ze naar huis lopen en waar ze uitstappen. Zo kunnen ze de hangjongeren ontwijken.”

Het gevoel van veiligheid in de Beverwaard wordt volgens een professional ook beïnvloed door de media en de reactie van de gemeente op bepaalde incidenten in het verleden: alle negatieve aandacht leidde destijds tot een gevoel van onveiligheid bij bewoners. Daarnaast geeft een professional aan dat bewoners van de Beverwaard de veiligheid anders ervaren dan de mensen van daarbuiten: Beverwaarders ervaren dat het veiliger in de wijk is geworden, maar bewoners horen vaak van anderen dat het een wijk is waar het onveilig is, terwijl ze dat zelf helemaal niet zo voelen.

Lombardijen

De geïnterviewde bewoners en professionals zijn niet positief, maar ook niet heel negatief over de veiligheid in Lombardijen. Er is wel eens overlast van hangjongeren, waardoor bewoners

Een **professional** over het gevoel van veiligheid in Lombardijen:

“Ik hoor bewoners ook over de veiligheid: het grote aantal woninginbraken heeft impact op de wijk en op de buurt en op mensen zelf. Als je dan de staat van de huizen ziet, dan zie je ook dat er makkelijk kan worden ingebroken.”

zich onveilig voelen. Daarnaast zijn woninginbraken van invloed op het gevoel van veiligheid. Een bewoner geeft aan 's avonds liever niet meer de deur uit te gaan vanwege de veiligheid. Twee professionals geven aan dat er de afgelopen jaren veel is geïnvesteerd in Lombardijen om de veiligheid te verbeteren. Daarvoor was er veel last van woninginbraken, jongerenoverlast en vervuiling.

Hordijkerveld

De geïnterviewde bewoners en professionals zijn niet positief, maar ook niet heel negatief over de veiligheid in Hordijkerveld. Sommige bewoners voelen zich altijd veilig, een ander gaat 's avonds liever niet de straat op. Het hangt volgens een professional ook samen met aan welke bewoner je het vraagt: vooral oudere bewoners schijnen zich minder veilig te voelen door hangjongeren. Een bewoner geeft aan daar geen last van te ondervinden en als ze dat toch doet dan gaat ze er gewoon op af: ze kent de hangjongeren inmiddels. Een professional geeft aan dat er tijdens de donkere dagen meer last is van woninginbraken. Een andere professional beoordeelt Hordijkerveld subjectief onveilig, omdat er een slechte sociale cohesie is, bewoners kennen elkaar nauwelijks. Terwijl een bewoner juist aangeeft zich veilig

Een **bewoner** over het gevoel van veiligheid in de Hordijkerveld:

“Ik voel me op zich wel veilig in de wijk, maar in de avond loopt ik niet graag een rondje in de buurt.”

te voelen, omdat ze iedereen kent. Tot slot geeft een professional aan dat slecht nieuws meer aandacht oplevert dan goed nieuws: dat versterkt het gevoel van onveiligheid bij bewoners.

Bloemhof

De bewoners en professionals van Bloemhof die geïnterviewd zijn, oordelen wisselend over de veiligheid in Bloemhof. Sommigen bewoners voelen zich altijd veilig in de wijk, terwijl anderen

Een **bewoner** over het gevoel van veiligheid in Bloemhof:

“De wijk is veilig. Je kunt ’s nachts buitenlopen en je hond uit laten.”

dat niet zo ervaren en liever niet op bepaalde plekken komen. Deze bewoners voelen zich niet veilig door groepen hangjongeren en door woninginbraken. Bij de overlast van hangjongeren die wordt ervaren noemen geïnterviewden herrie, een grote mond, afval en het dealen van drugs.

Er hangt volgens een professional een negatieve sfeer in de wijk, waarbij de groepen jongeren in de wijk als bedreigend en intimiderend overkomen. Uit de Veiligheidsindex blijkt dat de subjectieve veiligheid achterblijft op de objectieve veiligheid. Een professional geeft aan dat dit vooral komt, omdat mensen weinig melden. Het gevoel van veiligheid blijft volgens een aantal professionals ook achter doordat incidenten uit het verleden (zoals schietincidenten) lang blijven hangen en heel lang doorwerken in het gevoel van veiligheid van de bewoners. Ook geeft een professional aan dat slecht nieuws snel wordt gecommuniceerd en vaak meer indruk maakt dan goed nieuws.

Een **professional** over het gevoel van veiligheid in Bloemhof:

“Het is niet heel slecht gesteld met de veiligheid in Bloemhof. Maar er zijn wel met enige regelmaat incidenten die het veiligheidsgevoel onder druk zetten. Soms blijven incidenten lang nazingen, zoals een schietincident enkele jaren geleden. Ik kan me voorstellen dat objectieve veiligheid en veiligheidsgevoel niet altijd overeenkomen; als vertelt wordt dat de wijk veiliger is geworden, maar er was gisteren een incident of je bent zelf slachtoffer geweest van iets, dan vraag je je af: klopt dat wel?”

4 Case-study 'Like je Wijk'

In dit hoofdstuk worden de bevindingen over het effect van online communities op veiligheidsbeleving uit de interviews met de bewoners en professionals besproken. Daarbij komen de volgende onderwerpen aan bod: het effect op binding en betrokkenheid, het effect op het gevoel van veiligheid, de afzender van de berichten, het schaalniveau van de community, de toon van de berichtgeving en het gebruik van social media. Als we het in dit hoofdstuk hebben over een online community dan bedoelen we daarmee de ervaringen die zijn opgedaan met Like je Wijk.

4.1 Effect op binding en betrokkenheid

Uit de literatuur blijkt dat veiligheidsbeleving in belangrijke mate samenhangt met het hebben van sociale contacten. In buurten met weinig onderling contact tussen bewoners, voelen de bewoners zich relatief vaak onveilig. Om de veiligheidsbeleving van bewoners te verbeteren, is het daarom raadzaam communicatie tussen bewoners te stimuleren. Met communities zoals die van Like je Wijk wordt geprobeerd het onderlinge contact te stimuleren.

Sociale media stellen de overheid in staat om met relatief weinig middelen relaties aan te gaan met grote groepen bewoners en bestaande relaties te versterken en te onderhouden. De overheid kan sociale media gebruiken om bewoners bij overlast te activeren en te laten meedenken. Het gebruik van sociale media helpt in het kanaliseren van emoties en sentimenten die leven in de omgeving. Inzet op sociale media kan ook bijdragen aan sociale binding tussen buurtbewoners, wat kan leiden tot een groter gevoel van veiligheid. Ook kunnen sociale media de informatie-uitwisseling en het vertrouwen tussen professionals versterken, maar dit kan ook tegenovergesteld werken wanneer professionals niet op de informatie inspringen.

In deze paragraaf wordt ingegaan op het effect van communities op de binding van bewoners op de wijk.

Betrokkenheid

Over het algemeen vinden zowel de meeste bewoners als professionals dat de inzet van een

Een **bewoner** over betrokkenheid bij de wijk:

"Ik voel me zeker meer betrokken bij de wijk door Like je wijk, omdat ik meer dingen zie en hoor over de wijk. Als je niks hoort over de wijk, dan bestaat die voor jou ook niet."

online community leidt tot een grotere betrokkenheid van bewoners bij de wijk. Bewoners horen meer over wat er in de wijk speelt en ze weten beter wat er te doen is. Een professional noemt dat bewoners tegenover alle negatieve platforms behoefte hebben aan een positieve tegenhanger. Anderen noemen onder meer dat het een middel is tegen eenzaamheid en dat er meer een wij-gevoel gecreëerd wordt door

een online community. Voor een bewoner helpt de community om eerder zaken te melden bij de gemeente: ze weet zo beter de weg. Een professional geeft aan dat de community de betrokken bewoners een platform van erkenning biedt: ze krijgen daarmee niet het idee dat ze de enige zijn die actief zijn. Ze geeft ook aan dat een community een perfect medium is om elkaar te leren kennen, positief nieuws te brengen en betrokkenheid en zichtbaarheid te vergroten, wat indirect bijdraagt aan het vergroten van het veiligheidsgevoel.

Een kleine groep bewoners en professionals heeft daarentegen niet het idee dat een online community een bijdrage kan leveren aan de betrokkenheid bij de wijk. Zij geven bijvoorbeeld aan dat een deel van de bewoners, veelal allochtoon of oudere mensen, de berichten niet kunnen lezen of niet actief zijn op sociale media. Ook het feit dat alleen actieve bewoners deelnemen aan een online community is hierbij meerdere keren genoemd door bewoners die vinden dat een online community niet bijdraagt aan een grotere betrokkenheid bij de wijk.

Een **professional** over de betrokkenheid bij de wijk:

"Ik weet niet of Turken Like je wijk volgen. De oudere Turken zijn wel geïnteresseerd, maar lezen en begrijpen is een probleem. Ze beheersen de Nederlandse taal slecht. De jongeren zitten zelf niet meer op Facebook."

Contact met andere bewoners

In een deel van de interviews is gesproken over of het effect van een online community op het

Een **professional** over het contact:

"Ik denk dat mensen elkaar beter kennen door de community of mensen gaan zelf door een bericht initiatieven nemen. Dat zie je op heel veel verschillende manieren ontstaan. Ook omdat dit medium uitnodigt om te reageren, dus mensen gaan soms op elkaar reageren. Vroeger gebeurde dat op de hoek van de straat en nu gebeurt dat op de community."

contact met andere bewoners. De bewoners die daar iets over zeggen, geven over het algemeen aan niet meer contact te hebben met andere bewoners uit de wijk. Daarentegen geven de meeste professionals wel vaak aan dat ze het idee hebben dat een community leidt tot meer contacten tussen bewoners, onder meer omdat het een laagdrempelig medium

Een **bewoner** over het contact:

"Like je wijk geeft het gevoel meer terug van de wijk, niet de persoonlijke contacten."

is. Er zijn twee geïnterviewden die aangeven dat de mensen die reageren vaak dezelfde mensen zijn die al actief zijn in de wijk. Zonder community zouden deze volgens hen ook actief zijn.

Op de hoogte zijn van wat er speelt

Een deel van de bewoners geeft aan beter op de hoogte te zijn van wat er speelt in de wijk. Bewoners weten bijvoorbeeld meer over de activiteiten in de wijk, over wat de gemeente doet in de wijk en over gevonden spullen in de wijk. Ook een aantal professionals heeft het idee dat bewoners beter op de hoogte zijn. Een aantal bewoners gaat door de community meer naar

Een **bewoner** over op de hoogte zijn van wat er speelt in een wijk:

"Het is leuk om te lezen wat er gebeurt op school, of te zien dat mensen gevonden voorwerpen melden. Dat soort berichten zorgen voor saamhorigheid: we zijn één wijk en we proberen het gezellig te houden."

activiteiten in de wijk. Opvallend is dat veel bewoners niet ervaren dat ze meer contact

Een **professional** over op de hoogte zijn van wat er speelt in de wijk:

"Ik denk wel dat bewoners zich meer geïnformeerd voelen dan als het er niet is. Via een community zal de betrokkenheid ook vergroten: als je meer deelt, weten mensen ook meer en zullen ze elkaar eerder ontmoeten. Dat is wel een toegevoegde waarde, maar dan moet het wel langer doorlopen."

hebben met andere bewoners (zie voorgaand stuk), maar dat ze wel meer naar activiteiten in de wijk gaan: ze ervaren dit dus niet als meer contact. Een aantal bewoners geeft aan dat ze het leuk vinden om te lezen wat er in de wijk gebeurt: dat zorgt volgens hen voor meer verbondenheid en een beter gevoel

over de wijk. Bewoners die aangeven niet beter op de hoogte te zijn van wat er in de wijk speelt, zijn vaak actieve bewoners die al op andere manieren aan informatie over de wijk komen.

Conclusie

Bewoners lijken door een online community meer betrokken bij de wijk en zijn beter op de hoogte van wat er speelt. Vooralsnog heeft de online community nog niet geleid tot meer fysiek contact tussen bewoners, wellicht wel tot meer digitaal contact.

4.2 Effect op veiligheid

Uit de interviews blijkt dat het moeilijk is om een online community een verandering in het veiligheidsgevoel van de bewoners toe te schrijven; dit zal ook van persoon tot persoon verschillen. Voor bewoners die zich al veilig voelen in hun wijk verandert door de berichtgeving niks, terwijl dat voor bewoners die zich minder of niet veilig voelen misschien weer anders is. Tegelijkertijd zijn er nog zoveel andere factoren van invloed op het veiligheidsgevoel en kunnen incidenten uit het verleden nog lang bepalend zijn voor het veiligheidsgevoel.

De meeste bewoners geven aan dat ze zich door de online community niet veiliger voelen, maar ook niet onveiliger. Hoewel de meeste bewoners aangeven alleen voor zichzelf te kunnen spreken, weten enkele bewoners wel van anderen in de wijk dat die zich veiliger of juist onveiliger voelen. Veiliger omdat je via de community tips krijgt over hoe je je woning veilig kan achterlaten en je daardoor

Een bewoner over het effect op de veiligheid:

“Als je niet weet wat er gebeurt dan praat je er niet over. Als je weet wat er gebeurt dan is je veiligheidsbeleving minder. Een bericht dat er weer een drugsband is opgerold zorgt juist voor een negatiever gevoel.”

Een bewoner over het effect op de veiligheid:

“De tips zijn positief en je ziet dat het als mond-tot-mond reclame werkt en dan is iedereen attenter. Dus het heeft zeker effect.”

attender wordt. Maar ook omdat er gecommuniceerd wordt over acties die gedaan zijn en je daardoor het gevoel krijgt dat men goed bezig is in de wijk. Onveiliger omdat je door berichtgeving over incidenten het gevoel kan krijgen dat het dichterbij komt, maar ook omdat mensen die niet op de hoogte waren van incidenten het gevoel kunnen krijgen dat er ‘opeens’ van alles aan de

hand is. Desondanks moeten volgens veel geïnterviewden dit soort berichten wel geplaatst blijven worden want ‘dat krijg je toch wel door’ en ‘elke bewoner heeft het recht te weten wat er gebeurt in de wijk’.

Ook onder professionals leven er verschillende opvattingen over de (mogelijke) invloed van een online community op het veiligheidsgevoel van de bewoners. Een paar professionals zijn stellig: er is geen verschil te zien, mensen voelen zich niet veiliger en praten ook niet positiever over de wijk. Wat daarbij niet helpt is dat negatieve zaken het beeld heel lang blijven bepalen. Ook is er een harde kern die zich een (slachtoffer)rol eigen heeft gemaakt en via diverse platforms constant negatieve dingen blijft herhalen. Daarnaast wordt genoemd dat een online community alleen kan bijdragen aan het veiligheidsgevoel als aanvulling op andere maatregelen, maar dat van een Facebookpagina in dat opzicht niet te veel verwacht mag worden.

Een professional over het effect op de veiligheid:

“Elke herinnering triggert je op iets waarop je voorgeprogrammeerd bent. Als je positief bent geprogrammeerd werkt het, anders niet. Een online community kan dat niet of lastig doorbreken. Mensen moeten het ervaren, dat zit in het persoonlijke.”

Andere professionals zijn (voorzichtig) positiever. Een online community doet zeker iets positiefs met de wijk en heeft een positief effect op het gevoel van veiligheid, maar er is nog een lange weg te gaan en een online community is slechts één van de factoren die van invloed is. Je moet in de communicatie op online communities volgens één van de professionals wel onderscheid maken in doelgroepen: degenen die negatief zijn blijven negatief. Degenen die op

Professionals over het effect op de veiligheid:

“Ik geloof er wel een beetje in, maar ik kan niet hard maken dat het gevoel verbeterd en de link leggen met Like je wijk. Dat is het lastige.”

“Er is een positieve weg ingeslagen. Dat kan invloed hebben op de veiligheidsbeleving, maar items met veel negatieve lading doen veel schade daaraan.”

het grensgebied zitten haal je misschien naar de positieve kant. Een belangrijke rol in de veiligheidsbeleving wordt ook toegeschreven aan de wijkagent. Sociale media kunnen een belangrijke rol spelen in de bekendheid van de wijkagenten en hun werkzaamheden. Een wijkagent die heel erg aanspreekbaar is, levert volgens een van de professionals per definitie op dat mensen het gevoel hebben dat ze veel veiliger zijn, ‘al is het alleen maar omdat ze met hun klacht of ideeën bij hem terecht kunnen’. Een andere professional noemt een online community een perfect medium om elkaar te

leren kennen; het versterkt positief nieuws en de betrokkenheid en zichtbaarheid. En dat draagt indirect bij aan het vergroten van het veiligheidsgevoel. Belangrijk is in ieder geval om niet te snel met een online community te stoppen, want om effect te kunnen hebben moet je doorzetten.

4.3 Afzender

Een van de speerpunten van Like je Wijk is Autoriteit. Niet ‘van’, maar ‘voor’. Door een mogelijke aversie tegen overheidscommunicatie bestaat het gevaar dat nieuws of informatie op voorhand niet geconsumeerd wordt. Like je Wijk wil de bewoner bereiken vanuit een prettig en sympathiek sterk merk¹. Tijdens de interviews is gevraagd of de afzender van de berichten op de online communities herkenbaar is en hoe men tegen de afzender aankijkt.

Bewoners over de afzender

Voor de bewoners die de mensen achter de online community kennen is het vaak wel duidelijk wie de afzender is, maar dat geldt lang niet voor iedereen. Volgens de meeste bewoners doet dat er echter niet toe: als het goed werkt kan iedereen de afzender zijn en maakt het dus ook niet uit. Wel wordt het een pluspunt genoemd als de berichten vanuit de bewoners zelf komen. Dat creëert meer betrokkenheid en zou ook goed zijn voor het buurt-gevoel. Daarnaast wordt opgemerkt dat vanuit een stichting als Like je Wijk berichten neutraler en onafhankelijker verzonden kunnen worden dan vanuit de overheid. Dat past in een civil society, waarin macht en verantwoordelijkheid worden teruggegeven aan de bewoner. Ook wordt communicatie door de gemeente soms als te ingewikkeld, sturend en dwingend ervaren en zou de gemeente, door gebondenheid aan allerlei regels minder slagvaardiger zijn dan een marktpartij. Wel vindt een aantal bewoners dat, als de gemeente de online community ondersteunt, dat ook duidelijk vermeld moet worden. Dan is duidelijker wat de positie van de

Een bewoner over de afzender:

“Het is niet belangrijk om te weten wie de afzender van de berichten is. Het is iets van ons allemaal, het maakt niet uit wie het beheerd.”

¹ Bron: www.likejewijk.nl

gemeente is dan dat nu het geval is.

Professionals over de afzender

Over het algemeen zijn de professionals het er over eens dat het goed is dat de online community de (enige) zender is van de berichten en niet de gemeente. De redenen die daarvoor genoemd worden zijn divers:

- de uitstraling van de communities ('de gemeente heeft zo'n saaie site waar je nooit wat vindt');
- de bekendheid van de bewoners met de mensen achter Like je Wijk;
- het enthousiasme van de mensen achter Like je Wijk ('als je het door de gemeente laat doen dan zal het niet zo gebeuren');
- Like je Wijk oogt onafhankelijk. Dat werkt in de mindset van mensen, ze durven makkelijker te reageren;
- Een online community is actueel en kan snel schakelen. Communicatiemensen van de gemeente kunnen of willen dit niet;
- Een online community is laagdrempelig, je kunt makkelijk contact leggen en je wordt getutoyeerd;
- Door voor één afzender te kiezen heb je zelf het stuur in handen en kan je voorkomen dat het de verkeerde kant op gaat.

Professionals noemen een aantal voorwaarden waar een online community aan moet voldoen om als onafhankelijke afzender te fungeren. Het is belangrijk dat bewoners, ondernemers en professionals berichten kunnen aanleveren die relevant zijn en dat die ook worden geplaatst. Het kan meerwaarde hebben als bewoners als reporter de wijk in gaan voor het maken van

Professionals over de afzender:

"Het is een keuze dat er als afzender voor Like je wijk wordt gekozen. Het is vooral belangrijk dat het iemand met feeling in de wijk is. De gemeente zou dit in principe ook kunnen doen."

"Het maakt uit of het iemand is die mensen kent, lokaal is. Dat geeft vertrouwen."

foto's of berichten, omdat zij dingen soms op een andere manier zien dan professionals. (Like je Wijk heeft een aantal bewoner-reporters en krijgt ook berichten van ondernemers). Om te voorkomen dat de berichtgeving te commercieel wordt of een medium wordt voor politieke partijen, is een strakke regie nodig.

Overigens zijn enkele professionals van mening dat als een online community (deels) door de gemeente wordt gefinancierd, dat dit dan ook duidelijk zou

moeten zijn. Dit kan bijvoorbeeld door de online community een overheidsuitstraling te geven of door een banner op de online community te plaatsen. Zo wordt voor bezoekers duidelijk welke partij of partijen er achter de online community zitten; dit komt de transparantie en openheid ten goede. Daarnaast is het volgens een professional belangrijk om op de online community duidelijk te maken wat de spelregels zijn voor het plaatsen van berichten: wat wordt wel geplaatst, wat niet en waarom. Dit kan de onafhankelijkheid van het platform ten goede komen.

4.4 Schaalniveau

De communities van Like je Wijk worden ingezet op het schaalniveau van de wijk. Dit sluit aan op één van de beschreven aanbevelingen voor overheidscommunicatie over veiligheid:

communiceer op buurtniveau. Geadviseerd wordt om je met je communicatie op een klein gebied te richten. De kern van het beïnvloeden van percepties van overlast en verloedering door communicatie ligt volgens de literatuur namelijk op buurtniveau. Sluit bij de afbakening van een buurt aan bij wat de bewoners als buurt ervaren. Dat gebeurt bij Like je Wijk ook zo: de ene wijk is groter dan de andere, maar er is aangesloten op bestaande wijken. Aan de geïnterviewden is gevraagd wat zij vinden van het schaalniveau van de community.

Een **bewoner** over de schaalgrootte:
“De wijk is goed: de rest is niet interessant. Het is kleinschalig en spreekt zo meer aan, dus meer de neiging om zo op de hoogte te blijven van wat er speelt in de wijk. Dat is ook voldoende qua grootte om je mening over te geven.”

Bijna alle bewoners en professionals vinden de schaal van een wijk waarop een online community kan worden ingezet goed. Het feit dat bewoners zich met de wijk identificeren en dat het geografisch een logische eenheid is, worden daarbij vaak als argumenten genoemd. Ook is onder meer genoemd dat bewoners vaak meer betrokken zijn bij de wijk dan bij de stad Rotterdam, dat de online community over de eigen wijk gaat en dat maakt dat bewoners zich betrokken voelen bij de community over hun wijk. Als dat groter zou zijn, dan is het niet meer te volgen en er zijn al voldoende sites met informatie over de stad. Daarnaast noemt een professional dat het schaalniveau van de wijk goed is, omdat bewoners zien wat er gebeurt in een andere straat in de wijk en je zo dwarsverbindingen kan gaan leggen.

Een **professional** over de schaalgrootte:
“Het schaalniveau is prima. Het is een kleine oppervlakte, maar mensen hebben verbinding met elkaar. Kleiner wordt moeilijker om te vullen iedere dag en dat is juist de kracht.”

Een aantal professionals geeft aan dat een wijk niet te klein moet zijn, omdat het dan te weinig inhoud kan geven. De kanttekening die daarbij gegeven wordt, is dat het wel een geografisch logisch geheel moet zijn. Een andere respondent geeft aan dat je bij de inzet van online communities duidelijk moet kijken op welk schaalniveau je het inzet: wil je een specifieke doelgroep bereiken die zich in de hele stad bevindt dan zal je de community niet op wijkniveau moeten inzetten, maar op het niveau van de doelgroep.

De hiervoor beschreven bevindingen over het schaalniveau, voornamelijk dat het aansluit op een bestaande geografische eenheid, sluit aan op de aanbeveling uit de literatuur over de communicatie van de overheid op het gebied van veiligheid.

4.5 Toon van de berichtgeving

Met betrekking tot de toon van de berichtgeving op Like je Wijk wordt in het document ‘Basisinformatie 2015’ van Stichting Like je Wijk het volgende vermeld bij de doelstellingen:

2. Veiligheidsbeleving: *“Met inzet van het gebiedsgerichte medium Like je Wijk lever je zelf een positieve bijdrage aan het verbeteren van de subjectieve veiligheidsbeleving. Laat zien welke positieve zaken er plaatsvinden in de wijk en informeer bewoners over wat er beter kan, moet en al beter gaat.”*

4. Imago: *“Verbeter het imago van de wijk, de gemeente, de overheidsdiensten en de organisaties actief in en voor de wijk. Like je Wijk geeft volgers een positief totaal beeld van alle zaken die spelen in de wijk.”*

Een **bewoner** over de berichtgeving:
“Als er sirenes klinken kan je maar beter de feiten melden, anders wordt er gegist en gaan er geruchten rondzingen en wordt van een mug een olifant gemaakt.”

De meeste bewoners en professionals staan positief tegenover de manier van berichtgeving, maar er is ook een deel dat vindt dat er ook negatief nieuws op de community mag staan, omdat de community een reëel beeld van de wijk moet geven.

Bewoners die een voorstander zijn van positieve berichtgeving geven aan dat ze zo een positief gevoel krijgen over de wijk, ze het gevoel hebben dat er veel gedaan wordt in de wijk en vinden het een goede tegenhanger voor de negatieve berichtgeving over de wijk die je op andere plekken kan vinden. Professionals noemen ook het feit dat de positieve berichtgeving een goed geluid is tegen de negatieve berichtgeving. Daarnaast kan het ervoor zorgen dat er wat beweging komt en er meer sociale cohesie ontstaat in de wijk.

Een **professional** over de berichtgeving:
“Met leuke berichten zorgen dat er wat in beweging komt en er meer sociale cohesie ontstaat, dat doe je nu via de sociale media. Daar zouden we veel mee kunnen en daar moeten we niet te angstig mee zijn.”

De wijk van zijn positieve kant laten zien en het daarmee laten “vergersen” geeft één van de professionals aan, om zo ook mensen vanuit de positieve energie in beweging te krijgen. Er worden door de geïnterviewden de volgende tips gegeven die de berichtgeving op een community nog sterker kunnen maken:

- laat bewoners zelf het nieuws maken, want daar herkennen ze zich in;
- breng ook af en toe een steviger bericht, zodat mensen geconfronteerd worden met hun eigen gedrag;
- meer algemene informatie over de gemeente;
- meer berichten met cijfers over bijvoorbeeld inbraken, maar dan gecombineerd met hoeveel er opgelost zijn.

4.6 Sociale media vs andere communicatiemiddelen

De communities van Like je Wijk hebben de vorm van een online magazine op Facebook. De bewoners en professionals is gevraagd wat ze vinden van dit medium en hoe de Facebookmagazines zich verhouden tot andere communicatiemiddelen. De reacties zijn divers.

Positief aan deze manier van communiceren via Facebook is dat er dagelijks nieuwe berichten worden geplaatst en het dus erg actueel is. Dit in tegenstelling tot bijvoorbeeld weekkrantjes of nieuwsbrieven. Ook het bereik is belangrijk.

Een **professional** over het medium:
“Je krijgt een tweedeling, ook in communicatieve zin. De nieuwsbrief wordt voor ouderen op strategische plekken neergelegd. Hard copy blijft onderdeel uitmaken van de samenleving. Een online community is een aanvulling op andere communicatiemiddelen.”

Professionals merken op dat het bereik van de Facebookmagazines groter is dan met bijvoorbeeld flyers en dat je een groep bereikt die je met traditionele media nooit bereikt zou hebben.

Een **bewoner** over het medium:
“Voor mij is dit de manier om op de hoogte te blijven van nieuws en activiteiten. Veel meer een goed communicatiemiddel dan een wijkkrant ofzo. Een krant leest helemaal niemand meer van mijn generatie.”

Veel geïnterviewden, zowel bewoners als professionals, zien de Facebookmagazines van Like je Wijk vooral ook als een aanvulling op de bestaande, meer traditionele

communicatiemiddelen. Vooral ouderen worden genoemd als belangrijke groep die je met een Facebookmagazine maar zeer beperkt bereikt, maar ook digibeten en andere groepen die om wat voor reden ook achterblijven bij de digitalisering. Voor deze groepen is het belangrijk dat krantjes zoals de Havenloods en Dichtbij en nieuwsbrieven van de gebiedscommissie blijven bestaan, omdat ze anders dingen missen. Om te zorgen voor een koppeling tussen de traditionele communicatiemiddelen en de Facebookmagazines en het vergroten van het bereik zou het volgens een van de professionals goed zijn om gebiedsgerichte informatie uit de gemeentelijke Stadskrant ook de online community te publiceren.

Professionals over het medium:

“De mensen die reageren zijn ook de mensen die je niet op bewonersavonden tegenkomt. Er wordt een andere groep bereikt met de online community.”

“Een online community is absoluut een waardevolle aanvulling op bestaande communicatiemiddelen. Je kan niet meer zonder. Deze manier van berichtgeving gaat alleen maar meer worden. De wereld wordt steeds digitaler. ”

De Facebookmagazines moeten dus gezien worden als aanvulling op, maar zeker niet als een vervanging voor bestaande communicatiemiddelen. Daarvoor mis je met dit medium, zoals hierboven genoemd, een te grote groep bewoners.

Bijlagen

Bijlage I Bronnen literatuuronderzoek

- 1) *Angst en vertrouwen; het effect van positieve en negatieve factoren op veiligheidsbeleving*, Josca Boers e.a., Dienst O+S Gemeente Amsterdam en VU Amsterdam, 2008.
- 2) *Angstige burgers? De determinanten van gevoelens van onveiligheid onderzocht*, Janneke Oppelaar en Karin Wittebrood, SCP Den Haag, 2006.
- 3) *Conceptvoorstel brede consultatie veiligheidsbeleving* (notitie), C. van Eykelen, Gemeente Rotterdam, 10 februari 2014
- 4) *Help! De burgers voelen zich onveilig! Constructies en bronnen van veiligheidsbeleving bij burgers*, Evelien van den Herrewegen, Cahiers Politiestudies Jaargang 2011-2, nr. 19, p. 27-50, Maklu-Uitgevers
- 5) *Twitterende wijkagent vergroot vertrouwen buurtbewoners*, artikel naar aanleiding van afstudeeronderzoek Dick Roodenburg, Binnenlands Bestuur, 30 december 2014.
- 6) *Rotterdamse ervaringen met Buurt Bestuurt; zes B's voor betrokken burgers*, Marnix Eysink Smeets en Hans Moors, Secondant #3/4, juli-augustus 2013.
- 7) *Burgers betrekken bij veiligheid vergt gerichte communicatie*, Karin Bongers, Secondant, oktober 2014.
- 8) *Veiligheidszorg, criminaliteit en vertrouwen*, Peter Versteegh en Dick Meuldijk, Secondant #3/4, juli-augustus 2013
- 9) *Veiligheidsgevoel in Almere*, Lester van der Pluijm, O&S Gemeente Almere, 2012.
- 10) *Tien kernpunten; het bijschaven van de veiligheidsbeleving*. Marnix Eysink Smeets, Ton Baetens, Hans Moors, Secondant #5, oktober 2011.
- 11) *Werken aan de veiligheidsbeleving in Rotterdam; vijf vuistregels voor een beter veiligheidsgevoel*, Arjen Littoij en Peter Groeneveld, Secondant #5, oktober 2011.
- 12) *Beïnvloeding van veiligheidsgevoelens; onderzoek naar het effect van de Stuurgroep Veilig in de Wijk in twee Rotterdamse wijken*, Manja Abraham, Paul van Egmond, Paul van Soomeren, DSP-groep, Amsterdam 2011.
- 13) *Overlastbeleving begrijpen en aanpakken; onderzoeksopzet pilots*, Andersson Elffers Felix, Utrecht 2012.
- 14) *Overlastbeleving begrijpen en aanpakken; een literatuurstudie naar beleefde overlast en verloedering*, Andersson Elffers Felix, Utrecht 2012.
- 15) *Schaken op verschillende borden; evidence-based strategieën voor communicatie over overlast en verloedering, maatschappelijke onrust, polarisatie en radicalisering; een onderzoek naar de (on)mogelijkheden*, Marnix Eysink Smeets, Hans Moors, Ton Baetens, IVA 2009.

16) *Omgaan met de perceptie van overlast en verloedering; een beknopt advies voor de bestuurspraktijk*, Marnix Eysink Smeets e.a., IVA, Tilburg 2010

17) *Veiligheidsbeleving van de burger: (hoe) is die te beïnvloeden?* Marnix Eysink Smeets (Powerpoint presentatie, geen datum)

18) *Luisteren naar mensen over onveiligheid*, Christine Albers en Michel Teller, Koning Boudewijnstichting 2006.

19) *Communiceren over veiligheid waarbij mensen zich niet onveiliger gaan voelen?*
<http://ccv-veiligheidsbeleving.nl/probleem/hoe-communiceren-we-zodanig-over-veiligheid-dat-mensen-zich-niet-juist-onveilig-gaan-voelen>

20) *5 vuistregels voor een beter veiligheidsgevoel (Rotterdam)*
<http://ccv-veiligheidsbeleving.nl/praktijkvoorbeelden/5-vuistregels-voor-een-beter-veiligheidsgevoel>

21) *Een plek of buurt heeft een onveilig imago, terwijl de situatie allang verbeterd is*
<http://ccv-veiligheidsbeleving.nl/probleem/een-plek-of-buurt-heeft-een-onveilig-imago-terwijl-de-situatie-allang-verbeterd-is>

22) *Online Community Policing - Visie op gebruik van sociale media bij de Politie*, Rick de Haan, Politie Kennemerland 2011.

23) *Communicatiesysteem Buurt Bestuurt in Beverwaard*, Centrum voor Criminaliteitspreventie en Veiligheid, Utrecht 2014.

24) *Subjectieve onveiligheid – individuele en buurtkenmerken onderzocht*, Gemeente Breda, juni 2015.

25) *Digitale dialoog – de sociale media-almanak voor gemeenten*, David Kok, Eburon Delft 2014.

26) *Online en sociale media bij overlast*, Centrum voor Criminaliteitspreventie en Veiligheid (CCV), Utrecht, april 2014

27) <https://www.facebook.com/pages/Wijkpagina-Waalwijk-Noord/157051691103645>,
<http://ccv-veiligheidsbeleving.nl/praktijkvoorbeelden/facebook-waalwijk>

28) verbeterdebuurt.nl

29) buitenbeter.nl

30) nextdoor.com, <https://en.wikipedia.org/wiki/Nextdoor>

31) <http://www.ccv-veiligheidsbeleving.nl/analyse/leg-je-oor-te-luisteren/social-media>

32) <http://www.frankwatching.com/archive/2015/04/01/online-communities-goudmijn-bodemloze-put/>

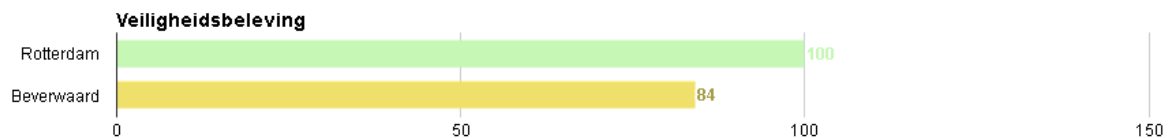
42 Onderzoek naar het effect van online communities op subjectieve veiligheid

Bijlage II Scores Wijkprofiel (bron: www.wijkprofiel.rotterdam.nl)

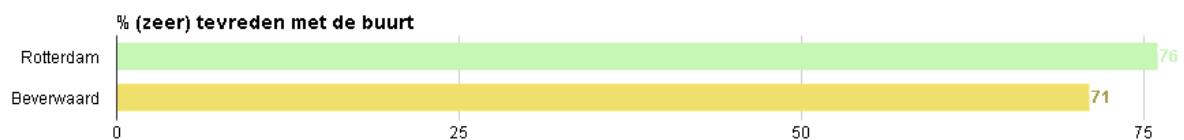
Beverwaard

Veiligheidsindex algemeen

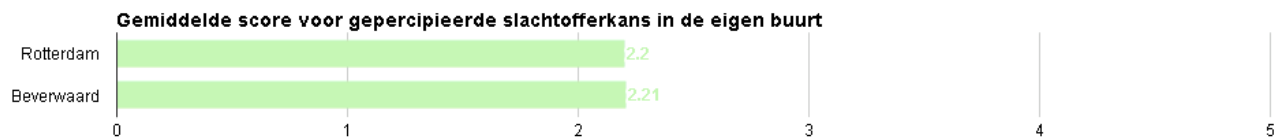
[score voor vergelijkbare wijken \(type-4\)](#) | [score voor alle wijken](#) |



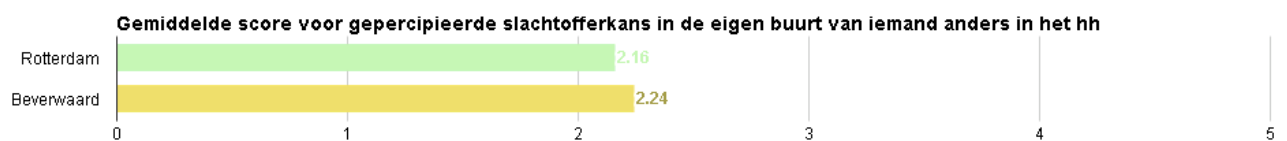
[score voor vergelijkbare wijken \(type-4\)](#) | [score voor alle wijken](#) | [definitie](#)



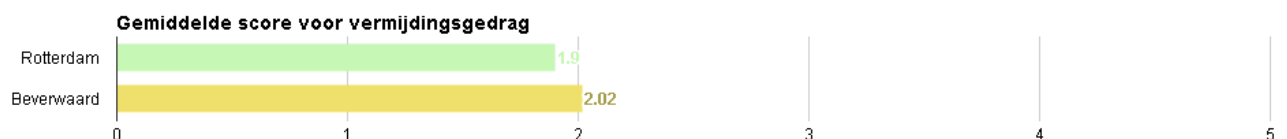
[score voor vergelijkbare wijken \(type-4\)](#) | [score voor alle wijken](#) | [definitie](#)



[score voor vergelijkbare wijken \(type-4\)](#) | [score voor alle wijken](#) | [definitie](#)



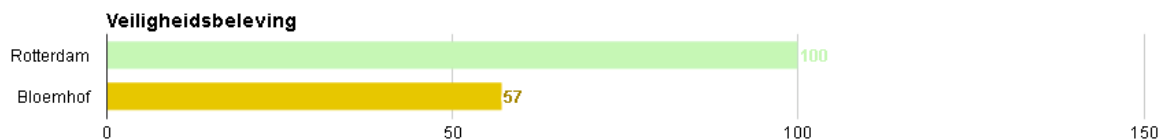
[score voor vergelijkbare wijken \(type-4\)](#) | [score voor alle wijken](#) | [definitie](#)



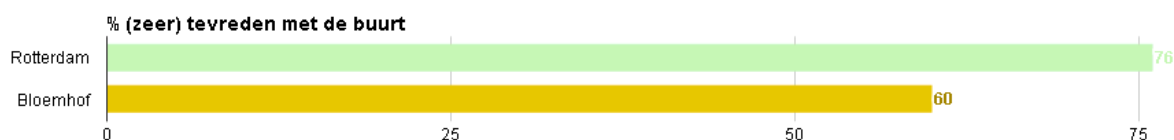
Bloemhof

Veiligheidsindex algemeen

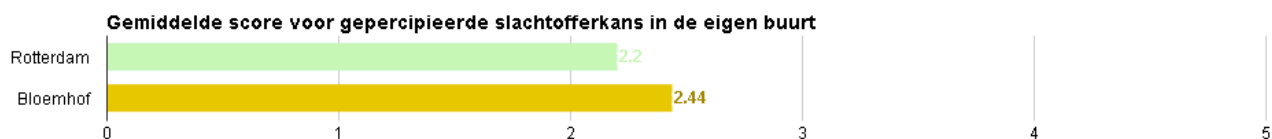
[score voor vergelijkbare wijken \(type-2\)](#) | [score voor alle wijken](#) |



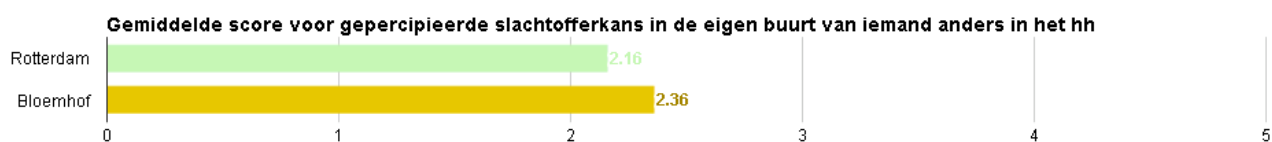
[score voor vergelijkbare wijken \(type-2\)](#) | [score voor alle wijken](#) | [definitie](#)



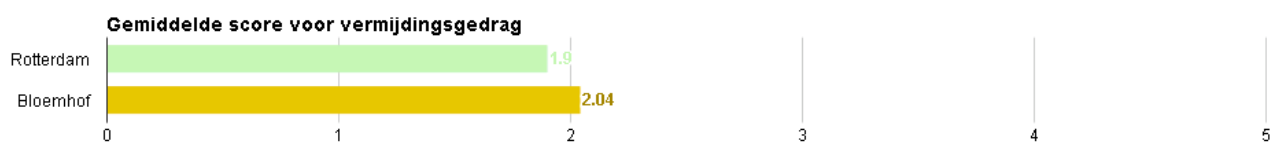
[score voor vergelijkbare wijken \(type-2\)](#) | [score voor alle wijken](#) | [definitie](#)



[score voor vergelijkbare wijken \(type-2\)](#) | [score voor alle wijken](#) | [definitie](#)



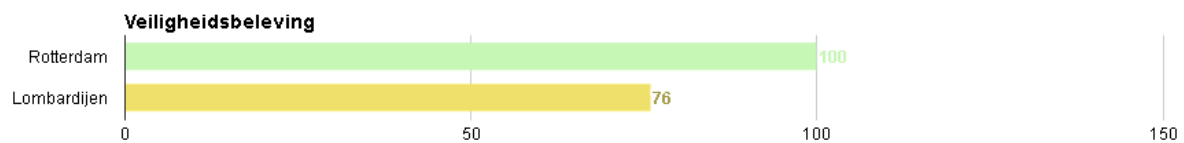
[score voor vergelijkbare wijken \(type-2\)](#) | [score voor alle wijken](#) | [definitie](#)



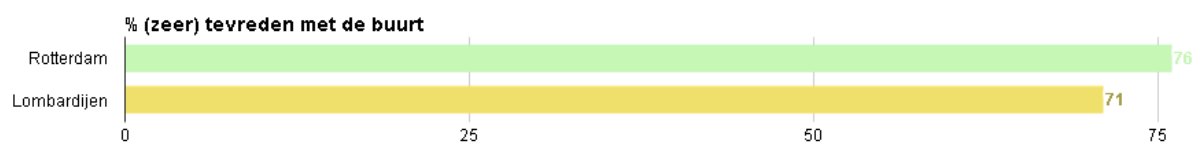
Lombardijen

Veiligheidsindex algemeen

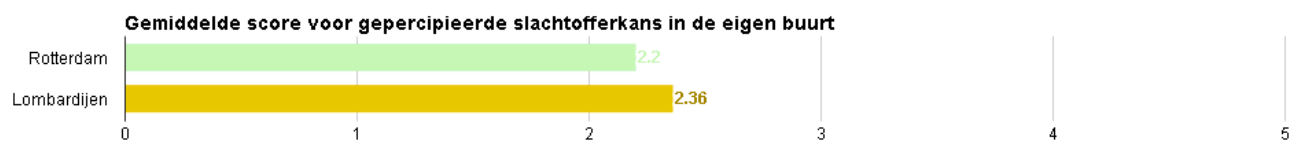
[score voor vergelijkbare wijken \(type-4\)](#) | [score voor alle wijken](#) |



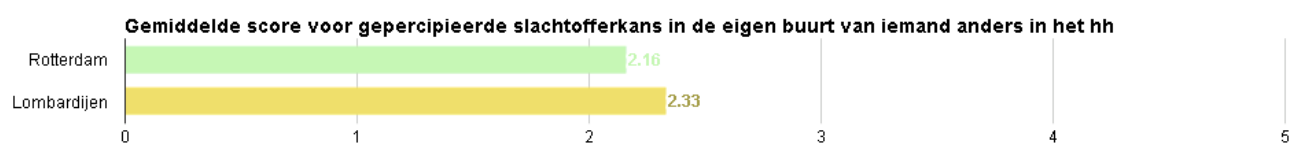
[score voor vergelijkbare wijken \(type-4\)](#) | [score voor alle wijken](#) | [definitie](#)



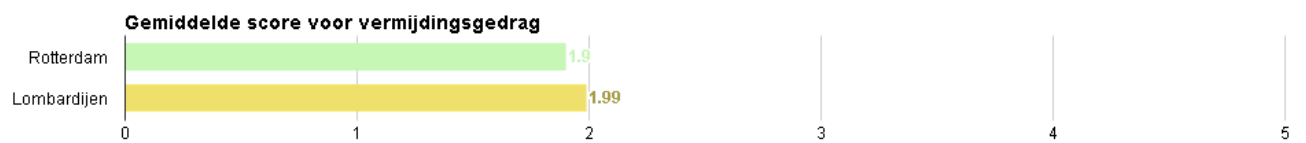
[score voor vergelijkbare wijken \(type-4\)](#) | [score voor alle wijken](#) | [definitie](#)



[score voor vergelijkbare wijken \(type-4\)](#) | [score voor alle wijken](#) | [definitie](#)



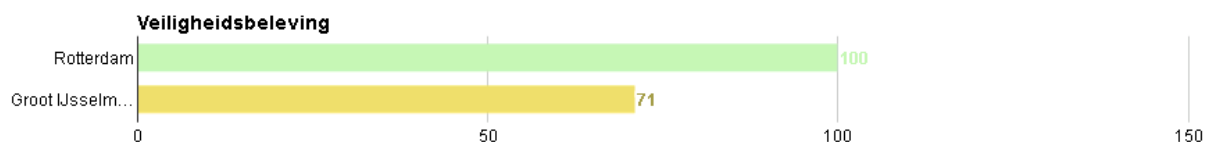
[score voor vergelijkbare wijken \(type-4\)](#) | [score voor alle wijken](#) | [definitie](#)



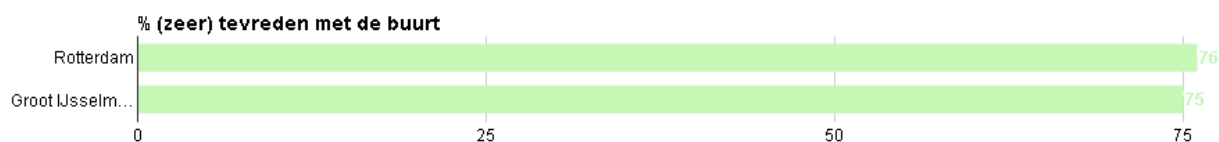
Groot IJsselmonde-Zuid

Veiligheidsindex algemeen

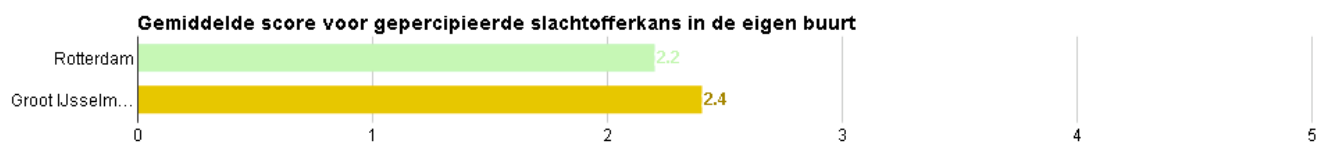
[score voor vergelijkbare wijken \(type-4\)](#) | [score voor alle wijken](#) |



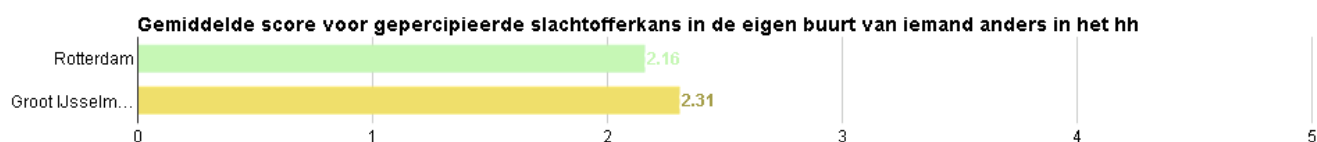
[score voor vergelijkbare wijken \(type-4\)](#) | [score voor alle wijken](#) | [definitie](#)



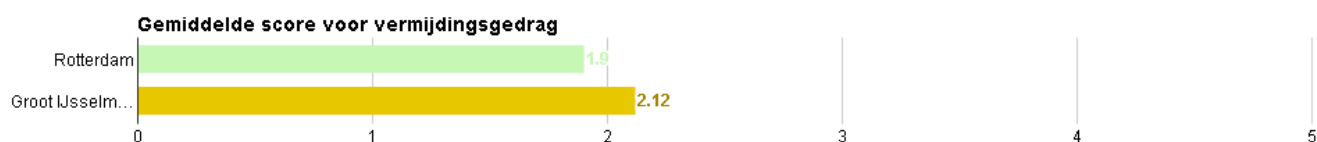
[score voor vergelijkbare wijken \(type-4\)](#) | [score voor alle wijken](#) | [definitie](#)



[score voor vergelijkbare wijken \(type-4\)](#) | [score voor alle wijken](#) | [definitie](#)



[score voor vergelijkbare wijken \(type-4\)](#) | [score voor alle wijken](#) | [definitie](#)



Bijlage III Analyse Coosto en Facebook

Met de online applicatie Coosto is een analyse gemaakt van het gebruik van de wegpagina's van Like je Wijk. Ook de statistieken van Facebook geven inzicht in het gebruik van de magazines. Hieronder volgt een korte omschrijving.

Beverwaard was het eerste magazine dat op 4 juli 2013 'live' ging. De andere magazines zijn gestart tussen 8 november juli 2013 en 11 juni 2014.

Het aantal volgers van de verschillende magazines is verschillend en varieerde eind juni tussen 1.200 en 4.700 volgers. Dat heeft onder meer te maken met het aantal inwoners en de tijdsperiode dat het magazine actief is. Ook zijn de achtergrondkenmerken leeftijd en etniciteit van de bewoners van invloed op het aantal volgers: ouderen en niet-westerse allochtonen maken wat minder gebruik van internet en zullen dus ook minder gebruik maken van online communities. Daarnaast zal de binding met de wijk van invloed zijn op het al dan niet volgen van een online community als Like je Wijk.

Via de internetapplicatie Coosto is inzicht verkregen in het gebruik van de webpagina's van Like je Wijk. Voor de vier magazines tezamen is om een zoekopdracht gegeven voor de periode van 1 juli 2014 tot en met 1 juli 2015. In deze periode werden ruim 17.000 berichten geplaatst. Dat waren 5.500 berichten geplaatst door Like je Wijk, 1.000 reacties door Like je Wijk en bijna 11.00 berichten geplaatst door andere auteurs.

Naarmate er meer volgers zijn op een pagina, wordt er ook door meer verschillende volgers gereageerd en zijn er meer reacties. Wanneer gekeken wordt naar het aantal volgers en het aantal verschillende volgers dat reageert, dan is dat bij Hordijkerveld het hoogst: van de volgers van Hordijkerveld-magazine heeft bijna een derde wel eens gereageerd ten opzichte van 20 tot 25% bij de andere magazines.

Op alle Facebookpagina's worden meer positieve dan negatieve berichten door Like je Wijk geplaatst. Ook de reacties van volgers zijn vaker positief dan negatief, al is het verschil hierbij wat minder groot.

Stichting Like je Wijk plaatst dagelijks meerdere berichten op de pagina's van de wijken. In bijna alle gevallen maken ze daarbij gebruik van beeldmateriaal zoals foto's, plaatjes of filmpjes.

Wanneer het gaat om berichten over veiligheid, zoals tips voor inbraakpreventie, wordt er vooral geliked en gedeeld, maar niet gereageerd.

Op de verschillende pagina's worden door Stichting Like je Wijk en de volgers van de Facebookpagina's over verschillende onderwerpen gesproken. De namen van de betreffende wijken wordt natuurlijk veel genoemd. De volgende tagclouds geven een overzicht van de meest genoemde termen op de vier magazines, ook uitgesplitst naar termen genoemd door Like je Wijk en de mensen die op de mensen reageren.

A word cloud of terms related to the Bloemhof project. The words are arranged in a horizontal, somewhat circular pattern. The most prominent words are 'bloemhof', 'hordijkerveld', 'lombardijen', 'beverwaard', 'delen', 'vrijwilligers', 'gebied', 'ijsselmonde', 'eigenaar', 'gebiedscommissie', 'buurtbestuur', 'stichting', 'bouwspeeltuin', 'maeterlinck', 'focus', 'naam', 'kool', 'team', 'bloemhof', '@likejewijk', 'peter', 'wesley', 'vrijwilligers', 'tip', 'halloween', 'plaats', 'heindijk', 'een bakke', 'fiets', 'buurt', 'bewoonster', 'brug', 'bloemhof magazine', 'plein', 'inbrekers', 'mogge', 'tuin', 'je wijk reporter', 'mensen', 'start', 'overlast', 'kinderen', 'meer info', 'dames', 'meiden', 'middag', 'verlichting', 'gebied', 'ijsselmonde', 'een mailje', 'zak', 'kat', 'events', 'actie', 'eigenaar', 'gebiedscommissie', 'slag', 'ramen', 'boom', 'stichting', 'bouwspeeltuin', 'maeterlinck', 'focus', 'naam', 'kool', 'team', 'bloemhof', '@likejewijk', 'peter', 'wesley', 'vrijwilligers', 'tip', 'halloween', 'plaats', 'heindijk', 'een bakke', 'fiets', 'buurt', 'bewoonster', 'brug', 'bloemhof magazine', 'plein', 'inbrekers', 'mogge', 'tuin', 'je wijk reporter', 'mensen', 'start', 'overlast', 'kinderen', 'meer info', 'dames', 'meiden', 'middag', 'verlichting', 'gebied', 'ijsselmonde', 'een mailje', 'zak', 'kat', 'events', 'actie', 'eigenaar', 'gebiedscommissie', 'slag', 'ramen', 'boom', 'stichting', 'bouwspeeltuin', 'maeterlinck'. The words are in various shades of blue and green, with some in a lighter, almost white color. The font is a clean, sans-serif typeface. The overall shape of the word cloud is roughly rectangular, with words filling the space from top to bottom and left to right. The words are of varying sizes, with 'bloemhof' and 'hordijkerveld' being the largest. The words are arranged in a way that suggests a central theme or concept, with related terms branching out from it. The word cloud is a visual representation of the project's focus and the community's interests. The words are arranged in a way that suggests a central theme or concept, with related terms branching out from it. The word cloud is a visual representation of the project's focus and the community's interests.

beverwaard
bloemhof
hordijkerveld
gebied
ijssemonde
activiteiten
gebiedscommissie
je wijk reporter
stichting bouwspeeltuin maeterlinck
bloemhof magazine
zonnetje
mensen
events
bloemhof
buurt
gebied
ijssemonde
hordijkerveld
dijk
slag
gebiedscommissie
ijssemonde
heindijk
sv
dankjewel
aanvang
sinterklaas
samenwerking
mail
netter
wijkgebouw lombardijen
rotterdamms
eigenaar
zorg
publicatieverzoek
leuvels
tips
bewoner
koningsdag
een paar
vorige week
speeltuin pascal
inloop spreektuur
vergadering van de gebiedscommissie
spreekuur van de gebiedscommissie
dank
jeugd
een privebericht
klasse
storpolder
lombardijen magazine
rollen
pil
tje
beverwaarders
samenwerking
mail
netter
wijkgebouw lombardijen
rotterdamms

[illegible]

48 Onderzoek naar het effect van online communities op subjectieve veiligheid