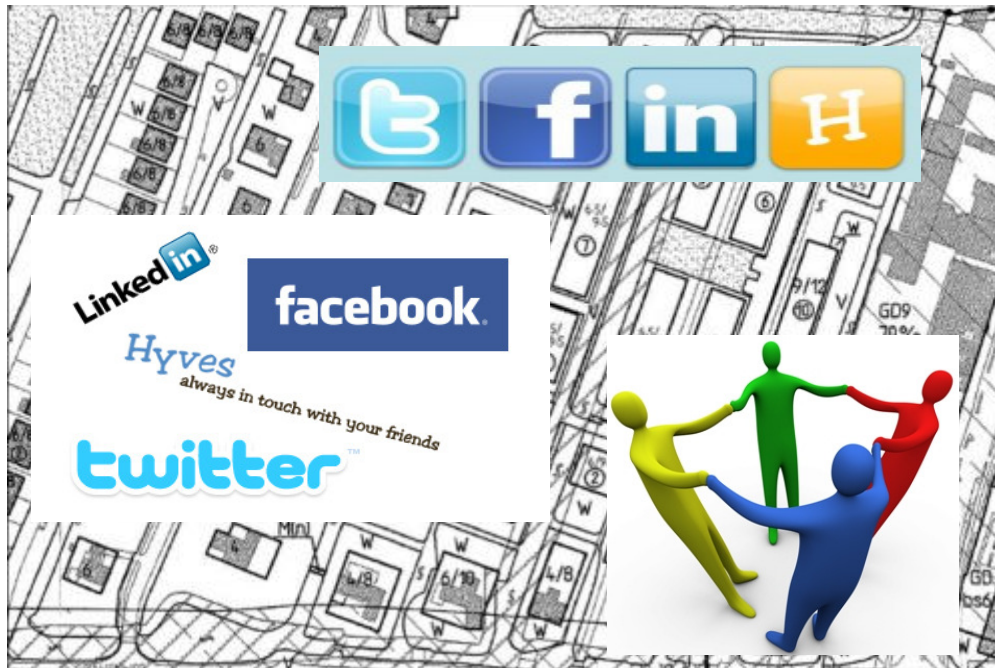


Ruimtelijke planning tussen fysiek en virtueel



Een onderzoek naar het huidige en toekomstige gebruik van sociale media in de ruimtelijke planning

Masterthesis Planologie
Rob Terpstra
Juli 2011

Onderwerp	Ruimtelijke planning tussen fysiek en virtueel <i>Een onderzoek naar het huidige en toekomstige gebruik van sociale media in de ruimtelijke planning</i>
Rapportstatus	Eindversie
Opleiding	Master Planologie
Datum	25 juli 2011
Opgesteld door	Rob Terpstra
Studentnummer	s1948547
Eerste begeleider	Dhr. Ir. G.H. Heins
Tweede begeleider	Dhr. MSc. S. Hartman

Voorwoord

Na maanden hard werken presenteer ik u met enige trots mijn masterthesis voor de opleiding Master Planologie aan de Rijksuniversiteit Groningen. Tien jaar geleden studeerde ik nog op het VMBO. Wie mij op dat moment had gezegd dat ik deze eerste zin van mijn voorwoord ooit nog zou typen, had ik waarschijnlijk voor gek verklaard. Via een lange weg ben ik toch op de universiteit terecht gekomen en heb ik een prachtig vakgebied gevonden waar ik graag in verder wil.

Ik kijk met verbazing terug hoe snel de technologie zich gedurende mijn generatie heeft ontwikkeld en wat voor invloed dit heeft (gehad) op de maatschappij. Nieuwe sociale media volgen elkaar ook nu in een ongekend hoog tempo op en ook het gebruik van deze sociale media neemt snel toe. Er kan gerust gesteld worden dat deze sociale media niet meer weg te denken zijn in de huidige maatschappij. Als gevolg van deze ontwikkeling leek het me zeer uitdagend en interessant om te onderzoeken hoe deze sociale media gebruikt kunnen worden in de ruimtelijke planning. De belangrijkste reden hiervoor is het feit dat men, net als in andere vakgebieden, ook in dit vakgebied nog in grote mate zoekende is naar de vraag hoe om te gaan met deze sociale media. Op deze manier was een onderwerp gevonden.

Tenslotte wil ik nog een aantal mensen persoonlijk bedanken. In het kader van dit onderzoek wil ik vanuit de Rijksuniversiteit Groningen graag Gerard Heins bedanken voor de begeleiding en vele nuttige adviezen die het mogelijk hebben gemaakt dat ik dit onderzoek op een goede manier heb kunnen uitvoeren. Verder wil ik de tweede beoordelaar Stefan Hartman bedanken voor de adviezen. Daarnaast wil ik graag de verschillende medewerkers van de gemeenten die mee hebben gewerkt aan mijn onderzoek bedanken voor de tijd die zij hebben vrijgemaakt en nuttige informatie die ze mij gegeven hebben. Zonder hen was dit onderzoek niet mogelijk geweest. Verder wil ik nog van de gelegenheid gebruik maken om mijn ouders te bedanken, omdat zij het mede mogelijk hebben gemaakt dat ik verder kon studeren.

Rob Terpstra
Groningen, Juli 2011

Inhoudsopgave

Voorwoord	3
Inhoudsopgave	4
Samenvatting.....	6
Lijst van figuren	8
1 Inleiding.....	9
1.1 Aanleiding.....	9
1.2 Doelstelling en onderzoeksvragen	10
1.3 Afbakening van het onderzoek	12
1.4 Aanpak van het onderzoek.....	13
1.5 Theoretisch kader.....	14
1.6 Leeswijzer	17
2 Publieke ruimte	18
2.1 Betekenis publieke ruimte	18
2.2 Ontwikkeling van de publieke ruimte	20
2.3 Typen publieke ruimte	23
2.4 Belang publieke ruimte voor de ruimtelijke planning.....	25
2.5 Conclusie	26
3 Virtuele ruimte	28
3.1 Betekenis virtuele ruimte	28
3.2 Ontwikkeling virtuele ruimte	30
3.3 Typen virtuele ruimte.....	33
3.4 Belang virtuele ruimte voor de ruimtelijke planning	36
3.5 Sociale media en democratie	38
3.6 Conclusie	40
4 Synthese: Verhouding publieke en virtuele ruimte	42
4.1 Resumé.....	42
4.2 Verweving publiek en virtueel	43
4.3 Hybride ruimte	44
4.4 Omgang met virtuele ruimte.....	45
4.5 Conclusie	46
5 Sociale media in de ruimtelijke planning	48
5.1 Interactieve beleidsvorming.....	48
5.2 Huidige rol sociale media in de ruimtelijke planning.....	51
5.3 Kansen van sociale media in de ruimtelijke planning	55
5.4 Bedreigingen van sociale media in de ruimtelijke planning	58
5.5 Sociale media: Aanvulling of bedreiging?	61

5.6	De toekomstige rol van sociale media in de ruimtelijke planning.....	62
5.7	Conclusie	64
6	Conclusies en aanbevelingen	65
6.1	Conclusies.....	65
6.2	Terugkoppeling naar centrale vraagstelling.....	67
6.3	Toekomstperspectief.....	68
	Begrippenlijst.....	70
	Literatuurlijst	71
	Bijlagen	74
	Bijlage 1: Lijst van geïnterviewde personen	75
	Bijlage 2: Interviewvragen	76

Samenvatting

De communicatietechnologieën hebben zich de afgelopen decennia razendsnel ontwikkeld en hebben een grote bijdrage geleverd aan het ontstaan van een steeds groter en breder wordende virtuele ruimte. De virtuele ruimte is een ruimte geworden met een grote invloed op de samenleving en kan momenteel niet worden genegeerd. Sterker nog, er zal rekening moeten worden gehouden met deze ruimte. Tegenover deze virtuele ruimte staat de fysieke ruimte om ons heen. In het geval van de fysieke ruimte gaat het om een zichtbare ruimte die onderdeel uitmaakt onze dagelijkse leefwereld. Bij de virtuele ruimte gaat het om een onzichtbare ruimte die leunt op internet als onderdeel van informatie- en communicatietechnologieën (ICT). De virtuele ruimte onttrekt zich dus grotendeels aan het menselijk oog.

Het onderzoek richt zich op de wijze waarop er binnen de ruimtelijke planning gebruik kan worden gemaakt van de sociale media als onderdeel van de virtuele ruimte. Om de virtuele ruimte te verduidelijken is deze ruimte in het theoretische deel van het onderzoek, door middel van een uitgebreid literatuuronderzoek, tegenover de publieke ruimte geplaatst. Zowel de publieke als de virtuele ruimte maken deel uit van het zogenaamde publieke domein. Dit zijn de plaatsen waar een uitwisseling tussen verschillende maatschappelijke groepen kan plaatsvinden en ook daadwerkelijk plaatsvindt. Het gaat in beide gevallen om ruimten die kunnen dienen als ontmoetingsplaats en waar mensen met elkaar kunnen communiceren. Het grote verschil is dat beide ruimten een geheel verschillende verschijningsvorm hebben. Toch komen de publieke en virtuele ruimte vandaag de dag steeds dichterbij elkaar te liggen, omdat de grenzen tussen beide ruimten vervagen. De publieke en virtuele ruimte verweven zich in toenemende mate met elkaar en zijn in deze tijd dus ook niet meer los van elkaar te zien. Niet alleen verweven beide ruimten zich met elkaar, ook kunnen de publieke en virtuele ruimte elkaar beïnvloeden. Recente voorbeelden zijn protestacties en zogenaamde 'flashmobs' waarbij een grote groep mensen zich verzamelt in de publieke ruimte, terwijl zij zich via de sociale media als onderdeel van de virtuele ruimte hebben georganiseerd en gemobiliseerd naar deze publieke ruimte. Verder worden aan steeds meer evenementen, die vaak plaatsvinden in publieke ruimten in (binnen)steden, sociale media gekoppeld. Naast de verweving en onderlinge beïnvloeding van beide ruimten, hebben de publieke en virtuele ruimte dus ook de potentie om een aanvulling op elkaar te zijn. Dit maakt de relatie tussen beide ruimten, naast het feit dat beide ruimten aan constante verandering onderhevig zijn, complex. Juist omdat beide ruimten de potentie hebben om elkaar aan te vullen ligt het op dit moment niet voor de hand dat beide ruimten elkaars plek geheel innemen, omdat zowel de publieke als virtuele ruimte in deze tijd als onmisbaar voor het stedelijke leven worden ervaren.

In het empirische deel van het onderzoek zijn interviews gehouden met verschillende medewerkers van vooral de grotere gemeenten in Noord-Nederland. In deze vraaggesprekken is de rol van de sociale media in de ruimtelijke planning uitvoerig besproken. Er is hierbij hoofdzakelijk gekeken naar de rol van sociale media bij het maken van ruimtelijke plannen en het laten participeren van burgers in deze plannen. In het onderzoek ligt de focus op de sociale media Hyves, Facebook, Twitter en LinkedIn als bekende voorbeelden van webtoepassingen in de virtuele ruimte die vandaag de dag veel worden gebruikt in de samenleving. In de ruimtelijke planning wordt momenteel overwogen hoe er om kan of moet worden gegaan met deze virtuele ruimte. Wat betreft de huidige situatie bij gemeenten kan worden gesteld dat bovenstaande sociale media op dit moment een kleine rol spelen bij het maken van ruimtelijke plannen of laten participeren van burgers in deze plannen. De ondervraagde gemeenten maken hoofdzakelijk gebruik van de traditionele inspraakprocedures en inspraakavonden in relatie tot ruimtelijke plannen. Het gaat hier vooral om participatie achteraf, waarbij de hoofdlijnen van het desbetreffende plan nauwelijks meer gewijzigd (kunnen) worden. Wel worden er in toenemende mate experimenten georganiseerd waarbij de burger via verschillende webtoepassingen invloed kan uitoefenen op (delen van) ruimtelijke plannen.

Het volledig integreren van sociale media in de gemeentelijke organisatie bij het maken van ruimtelijke plannen het en laten participeren van burgers in deze plannen ligt voorlopig niet voor de hand. Ten eerste hebben gemeenten te maken met het feit dat informatie die binnenkomt via sociale media geen juridische status heeft en dus niet rechtsgeldig is. Dit betekent dat de gemeentelijke organisatie, in tegenstelling tot schriftelijke zienswijzen, niet verplicht is iets te doen met de informatie die door middel van sociale media via burgers binnenkomt, terwijl de burger deze verwachting wel kan hebben. Ten tweede blijkt het aanpassen van de interne gemeentelijke organisatie en het beleidsproces op het integreren van sociale media ingewikkeld te liggen. Vooral bij gemeenten met weinig middelen en capaciteit blijkt het intensiever gebruiken van sociale media niet voor de hand te liggen. Naast deze twee redenen blijkt dat de ondervraagde gemeenten kansen zien in het gebruiken van sociale media om de burger te betrekken bij ruimtelijke plannen, maar dat hier ook bedreigingen tegenover staan die eerst moeten worden geminimaliseerd. Het is dus wachten op een passend platform, waar de discussie kan worden gevoerd tussen de gemeente, burgers, deskundigen en overige belanghebbenden of geïnteresseerden. Kortom, waar ruimte is voor daadwerkelijk tweerichtingsverkeer. Sociale media zoals Hyves, Facebook, Twitter en LinkedIn blijken niet op elk moment geschikt te zijn om te gebruiken in de ruimtelijke planning bij gemeenten.

Het slagen van het gebruik van sociale media bij het maken van ruimtelijke plannen in samenwerking met burgers en overige belanghebbenden is afhankelijk van een aantal factoren. De capaciteit en middelen werden zojuist al genoemd, maar ook de doelstellingen van de gemeenten, de fase waarin het proces zich bevindt, het onderwerp waarover het gaat en de locatiespecifieke situatie zijn aspecten die een grote rol spelen in de slaagkans van het gebruik van sociale media en overige webtoepassingen in de ruimtelijke planning. Het is dus essentieel dat gemeenten het juiste moment kiezen om sociale media in te zetten in de ruimtelijke planning. Een moment dat passend moet zijn ten opzichte van bovenstaande factoren. Het is in elk geval duidelijk dat sociale media en overige webtoepassingen die hier vergelijkingen mee vertonen, de potentie hebben om een grote en brede (doel)groep te bereiken en te betrekken bij ruimtelijke plannen. Gemeenten zien de sociale media dan ook vooral als een aanvulling op de al bestaande communicatiemix. Er zal altijd een minimum aan zogenaamd 'face-to-face' contact blijven bestaan en de sociale media hebben de potentie om hier, op welke manier dan ook, een bijdrage aan te leveren.

In de toekomst is het belangrijk dat gemeenten dicht op de technologische veranderingen in communicatiemiddelen zitten en hier op proberen in te spelen. Zeker wanneer het gebruik van deze communicatiemiddelen zijn weerslag heeft op de burgers. Wanneer gemeenten sociale media willen inzetten bij het maken van ruimtelijke plannen en het laten participeren van burgers in deze ruimtelijke plannen is het essentieel dat er een verschuiving plaatsvindt of wordt doorgezet van zendergericht en eenrichtingsverkeer, richting ontvangergericht en tweerichtingsverkeer. Alleen dan kunnen sociale media een rol vervullen in de gemeentelijke organisatie bij het maken van ruimtelijke plannen in samenwerking met burgers, deskundigen en overige belanghebbenden en geïnteresseerden. Op deze manier kunnen burgers invloed uitoefenen en kan er door gemeenten relevante informatie uit de omgeving worden gehaald en het draagvlak voor ruimtelijke plannen worden vergroot.

Het gebruiken van sociale media in de ruimtelijke planning heeft de meeste slaagkansen wanneer er op een verantwoorde wijze wordt omgegaan met het gebruik van sociale media in de organisatie en er een passend platform wordt gehanteerd. Er zullen dus weloverwogen keuzes moeten worden gemaakt door gemeenten in elke afzonderlijke situatie, waarbij de voor- en nadelen van het gebruik van sociale media of overige webtoepassingen per situatie tegenover elkaar moeten worden geplaatst. Tenslotte zullen gemeenten het lef moeten hebben om te durven experimenteren met sociale media, zolang dit zoals gezegd op een verantwoorde wijze gebeurt en de uitkomsten uitvoerig worden geëvalueerd.

Lijst van figuren

- Figuur 1.1 Conceptueel model voor het onderzoek
- Figuur 1.2 Typologie openbare, semi-openbare en privé-ruimten (Van der Wouden, 2002)
- Figuur 1.3 Criteria ruimtelijke planning in relatie tot publieke en virtuele ruimte
- Figuur 2.1 Griekse Agora
- Figuur 2.2 Romeins Forum
- Figuur 2.3 Het Oldehoofsterkerkhof in Leeuwarden (Bron: Google Streetview)
- Figuur 2.4 Het Noorderplantsoen in Groningen (Bron: Gemeente Groningen)
- Figuur 3.1 Tijdsbesteding media (Sociaal Cultureel Planbureau, 2006)
- Figuur 3.2 Toegang tot internet (Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek, 2011)
- Figuur 3.3 Twitteren woord van het jaar 2009 (Bron: www.nu.nl, 2010)
- Figuur 3.4 LinkedIn en Twitter over de wereld (Bron: www.zdnet.be, 2011)
- Figuur 5.1 De participatieladder (Bron: Edelenbos, 2006)
- Figuur 5.2 'Wij bouwen een wijk' van de gemeente Smallingerland (Bron: www.wijbouweneenwijk.nl)
- Figuur 5.3 Kansen van sociale media in de ruimtelijke planning
- Figuur 5.4 Bedreigingen van sociale media in de ruimtelijke planning

1 Inleiding

Dit hoofdstuk vormt de inleiding op het onderzoek. Het hoofdstuk begint met de aanleiding van het onderzoek in paragraaf 1.1. De belangrijkste onderwerpen die de aanleiding vormen voor het onderzoek worden hier kort besproken. Vervolgens worden in paragraaf 1.2 de doelstelling en onderzoeksvragen besproken. De onderzoeksvragen bestaan uit de algemene onderzoeksvraag voor het gehele onderzoek en is verder uitgewerkt in meerdere deelvragen. Paragraaf 1.3 gaat in op de afbakening van het onderzoek. Hier wordt duidelijk welke aspecten worden meegenomen in het onderzoek en hoe dit is afgebakend. Paragraaf 1.4 bespreekt de wijze van aanpak van het onderzoek. Deze paragraaf gaat onder andere in op de methoden die worden gebruikt gedurende het onderzoek en op welk moment. Verder is in deze paragraaf een conceptueel model opgenomen. Paragraaf 1.5 biedt vervolgens een theoretisch kader dat de rode draad vormt in het onderzoek als geheel. Het hoofdstuk wordt in paragraaf 1.6 afgesloten met een leeswijzer voor de overige hoofdstukken die volgen.

1.1 Aanleiding

De afgelopen decennia hebben technologische ontwikkelingen op het gebied van sociale media zich in een sneltreinvaart ontwikkeld. Hyves, Facebook, LinkedIn en Twitter zijn nog maar enkele vormen van sociale media die in 2011 bijna niet meer weg te denken zijn in de dagelijkse leefwereld van mensen. Met behulp van deze vormen van sociale media communiceren mensen grotendeels op een 'virtuele' wijze en kunnen ze elkaar gemakkelijker bereiken om te communiceren over de zaken die hen bezig houdt. Dit heeft bijgedragen aan de vorming van de zogenaamde netwerksamenleving. Castells (2004) omschrijft de netwerksamenleving als 'a society whose social structure is made of networks powered by microelectronics-based information and communication technologies'. De genoemde sociale media hebben dus een grote rol gespeeld in de vorming van de netwerksamenleving. Vooral de jongere generatie maakt veel gebruik van deze sociale media, maar bijvoorbeeld ook binnen de Nederlandse politiek ontpoppen deze nieuwe vormen van sociale media zich de laatste jaren tot een hulpmiddel om te communiceren met burgers. Een zeer recent voorbeeld van het gebruik van sociale media in het buitenland is de revolutie in Egypte waarbij via Facebook een oproep werd gedaan om op het Tahrirplein te protesteren tegen het regime van president Mubarak. Dit is de reden dat er de eerste dagen vooral jongeren op het Tahrirplein in Caïro protesteerden om democratie te bewerkstelligen. Hier wordt zichtbaar dat dit de generatie is die over het algemeen het meest gebruikt maakt van sociale media. In een later stadium kwamen er bijvoorbeeld senioren en analfabeten protesteren, de bevolkingsgroepen die over het algemeen minder gebruik maken van sociale media. Facebook heeft in dit geval een zeer grote invloed gehad op de toekomst van Egypte, omdat de president zijn werkzaamheden uiteindelijk heeft neergelegd.

Verschillende vakgebieden in Nederland stellen zich als gevolg van de opkomst van de virtuele ruimte in onze netwerksamenleving steeds meer in op de nieuwe mogelijkheden en bedreigingen die deze ontwikkeling biedt. Ook binnen de ruimtelijke planning wordt de opkomst van de virtuele ruimte langzaam zichtbaar. Uit verschillende literatuur blijkt dat de zogenaamde virtuele ruimte van invloed is op de fysieke ruimte van mensen en dat dit vooral het sociale- en verplaatsingsgedrag van mensen verandert. In de loop van de twintigste eeuw is de rol van burgers steeds groter geworden op lokaal niveau, mede ingegeven door het proces van decentralisatie en de toenemende mondigheid van burgers. De toename van burgerparticipatie in ruimtelijke plannen heeft er mede voor gezorgd dat de virtuele ruimte binnen de planologie steeds serieuzer wordt genomen door ruimtelijke planners en iets kan toevoegen.

Tegenover de virtuele ruimte staat de fysieke publieke ruimte. De publieke ruimte heeft van oudsher een prominente rol in de Nederlandse binnensteden. Het voorziet mensen bijvoorbeeld van

toegankelijke bewegingsruimte, bestaat uit plekken waar mensen elkaar kunnen ontmoeten en wordt bijvoorbeeld verbonden aan binnenstedelijke activiteiten zoals markten die plaatsvinden op pleinen. Het belang van de publieke ruimte is in de loop der jaren in de binnenstedelijke planning zichtbaar geworden. Vooral gemeenten van grote- en middelgrote Nederlandse steden hechten een steeds grotere waarde aan de kwaliteit en toegankelijkheid van de publieke ruimte in de (binnen)stad. Publieke ruimte op zichzelf wordt steeds meer als een kwaliteit gezien, waardoor bijvoorbeeld beheer en veiligheid van de publieke ruimte het aan urgentie wint voor verschillende overheden, planologen en overige belanghebbenden.

De virtuele en publieke ruimte vormen samen het publieke domein en hebben een vergelijkbare functie. Het publieke domein bestaat dus uit zowel de (fysieke) publieke ruimte als de sociale media. Hajer en Reijndorp (2010) omschrijven het publieke domein als 'die plaatsen waar een uitwisseling tussen verschillende maatschappelijke groepen kan plaatsvinden en ook daadwerkelijk plaatsvindt'. Deze uitwisseling kan zowel fysiek als via de sociale media plaatsvinden. De virtuele en publieke ruimte staan in een complexe verhouding tot elkaar. Deze twee vormen van ruimte binnen het publieke domein kunnen het ene moment twee uitersten zijn en op een ander moment toch dicht bij elkaar komen te liggen. Een voorbeeld van het tweede geval zijn de hierboven beschreven ontwikkelingen in Egypte. De bevolking werd via Facebook (virtuele ruimte) opgeroepen om te protesteren op een plein (publieke ruimte). Een ander voorbeeld van het tweede geval in Nederland is het videoscherm op het plein de Grote Markt in Groningen bij een evenement waarop mensen via Twitter berichten konden laten tonen aan de (mede)bezoekers. Op dat moment bevinden mensen zich in de publieke ruimte, maar communiceren ze via de virtuele ruimte. Daarbij komt het feit dat zowel de virtuele als de publieke ruimte constant aan verandering onderhevig is, wat de complexe relatie van de publieke en virtuele ruimte nog ingewikkelder maakt. Zowel de virtuele als de publieke ruimte kunnen bijdragen aan de vorming van zogenaamd sociaal kapitaal. Sociaal kapitaal is een breed begrip, dat geïntroduceerd is door de invloedrijke politicoloog Robert Putnam. Het kan omschreven worden als 'the meaningful human contacts of all kinds that characterize true communities' (Putnam, 2000). Sociaal kapitaal bestaat uit eigenschappen van een sociaal netwerk die er voor zorgen dat het netwerk een bepaalde waarde (kapitaal dus) kan creëren voor mensen binnen dat netwerk (ten Cate 2010). Gemeenschappen kunnen ten eerste via de virtuele ruimte met elkaar communiceren op basis van netwerken die voor ze is gecreëerd of die ze zelf creëren. Ten tweede kunnen mensen ook via 'face-to-face' contact in fysieke zin met elkaar communiceren, bijvoorbeeld in de publieke ruimte. De publieke ruimte is een belangrijk onderdeel van binnensteden waar mensen elkaar 'face-to-face' kunnen ontmoeten en dus met elkaar kunnen communiceren. Het is duidelijk dat de virtuele ruimte en fysieke ruimte twee verschillende begrippen zijn die elkaar zouden kunnen beïnvloeden. De virtuele ruimte zou er bijvoorbeeld voor kunnen zorgen dat mensen zich in steeds mindere mate in de fysieke ruimte gaan bevinden, omdat het bepaalde functies kan overnemen. Uit bovenstaand verhaal komen vragen naar voren zoals: is de virtuele ruimte complementair aan de fysieke ruimte of werkt het juist concurrerend? Op welke manier? Hoe beïnvloedt dit het maken van ruimtelijke plannen en het participeren van burgers? Op welke manier kunnen de opkomende sociale media worden gebruikt in de ruimtelijke planning? Dit zijn enkele vragen die de aanleiding vormen van dit onderzoek.

1.2 Doelstelling en onderzoeksvragen

De doelstelling van het onderzoek is inzicht krijgen in de wijze waarop de ruimtelijke planning in Nederland de opkomst van de sociale media als onderdeel van de virtuele ruimte kan gebruiken. Zoals hierboven vermeld is de virtuele ruimte de afgelopen decennia in opkomst gekomen en dus worden ruimtelijke planners gedwongen om steeds meer rekening te gaan houden met en in te spelen op deze ruimte. De virtuele ruimte is een relatief 'nieuwe' en deels onbekende ruimte binnen de planologie, waarvan de betekenis en toekomst nog vragen oproept. Daarom is het van toegevoegde waarde om te onderzoeken hoe de sociale media als onderdeel van de virtuele ruimte

kunnen worden ingepast in de ruimtelijke planning. Om de doelstelling te bereiken is het essentieel dat het begrip virtuele ruimte helder wordt gemaakt, zodat vervolgens de link kan worden gelegd met de ruimtelijke planning. Er is daarom gekozen voor een onderzoeksaanpak waarbij de virtuele ruimte in de theorie wordt gepositioneerd ten opzichte van de publieke ruimte in Nederlandse steden. Omdat beide soorten ruimten een totaal verschillende verschijningsvorm hebben, kunnen de verschillen goed worden verduidelijkt. Toch kwam er al in de aanleiding van het onderzoek naar voren dat er niet alleen verschillen bestaan tussen beiden ruimten, maar ook overeenkomsten. Zo kunnen beide ruimten bijvoorbeeld dienen als ontmoetingsplaats waar mensen met elkaar kunnen communiceren. De vergelijkbare functie van beide ruimten is dus een tweede reden waarom er voor is gekozen om juist deze twee ruimten in onze dagelijkse leefwereld tegenover elkaar te zetten. Om zowel de verschillen als overeenkomsten van beide ruimten te belichten zullen de virtuele en publieke ruimte niet alleen los van elkaar worden gezien, maar worden ze ook aan elkaar gerelateerd. De mate waarin de opkomende virtuele ruimte complementair (kans) of juist concurrerend (bedreiging) is aan de publieke ruimte kan op deze manier bijvoorbeeld helder worden gemaakt. Het onderzoek naar de relatie tussen de virtuele en publieke ruimte zal de input vormen voor de rol van sociale media in de ruimtelijke planning. In het geval van de ruimtelijke planning ligt de focus vooral op het gebruik van de sociale media als onderdeel van de virtuele ruimte bij het maken van ruimtelijke plannen en het laten participeren van burgers in deze plannen. Zijn sociale media een toevoeging op het maken van ruimtelijke plannen of vormen ze juist een gevaar? Versterkt de virtuele ruimte burgerparticipatie of leidt het juist tot een toename van de individualisering van de maatschappij? Kortom, op welke wijze moet er worden omgegaan met de opkomst van verschillende sociale media binnen de ruimtelijke planning?

Uit bovenstaande doelstelling kan de volgende hoofdvraag worden afgeleid:

- *Hoe kan de opkomst van de sociale media worden gebruikt in de ruimtelijke planning?*

Om een adequaat antwoord te kunnen geven op de hoofdvraag zijn er deelvragen uitgewerkt. Deze deelvragen zullen gezamenlijk een passend antwoord moeten geven op de hoofdvraag. Het theoretische deel van het onderzoek richt zich op de theorie met betrekking tot de publieke ruimte, de virtuele ruimte en de verhouding tussen deze twee vormen van ruimte binnen het publieke domein. Het empirische deel van het onderzoek richt zich op de huidige en toekomstige rol van sociale media in de ruimtelijke planning en heeft een planologische grondslag.

Theoretisch deel

Om de relatie tussen de publieke ruimte en de virtuele ruimte te kunnen verduidelijken is het noodzakelijk dat beide begrippen eerst op zichzelf worden uitgewerkt. Vervolgens kan de relatie tussen beide begrippen worden besproken. De fysieke ruimte wordt binnen de publieke ruimte geplaatst en de sociale media binnen de virtuele ruimte. Hier komen de volgende deelvragen uit voort:

Definiëring publieke ruimte:

1. Wat is de betekenis van publieke ruimte op het gebied van stedelijke planning?
2. Welke typen publieke ruimte zijn er te onderscheiden?
3. Hoe is de publieke ruimte ontstaan en hoe heeft het zich ontwikkeld in steden?

Definiëring virtuele ruimte:

4. Wat is de betekenis van virtuele ruimte op het gebied van stedelijke planning?
5. Welke typen virtuele ruimte zijn er te onderscheiden?
6. Hoe heeft de virtuele ruimte zich ontwikkeld in de afgelopen decennia?

Synthese: Verhouding publieke en virtuele ruimte:

7. Hoe verhouden de publieke en de virtuele ruimte zich tot elkaar?
8. Op welke manier heeft de virtuele ruimte de publieke ruimte beïnvloed?

Empirisch deel

Het empirische deel van het onderzoek gebruikt de informatie vanuit het theoretisch deel als input. Dit tweede deel van het onderzoek heeft een meer praktische insteek en kijkt naar de toekomst. Bij de analyse van de wijze waarop de sociale media kunnen worden gebruikt in de ruimtelijke planning is het van toegevoegde waarde om eerst te analyseren op welke wijze de sociale media momenteel al gebruikt worden in de ruimtelijke planning. Vervolgens kan worden geanalyseerd welke kansen en bedreigingen de sociale media met zich mee brengen en wordt onderzocht wat de sociale media in de toekomst kunnen betekenen bij het maken van ruimtelijke plannen.

Sociale media in de ruimtelijke planning:

9. Op welke wijze worden de sociale media al gebruikt in de ruimtelijke planning?
10. Welke kansen bieden de sociale media bij het maken van ruimtelijke plannen?
11. Welke bedreigingen vormen de sociale media bij het maken van ruimtelijke plannen?
12. Hoe ziet de toekomst er uit met betrekking tot het gebruik van sociale media in de ruimtelijke planning?

De antwoorden op deze deelvragen zullen uiteindelijk een adequaat antwoord geven op de vraag hoe de sociale media kunnen worden gebruikt in de ruimtelijke planning.

1.3 Afbakening van het onderzoek

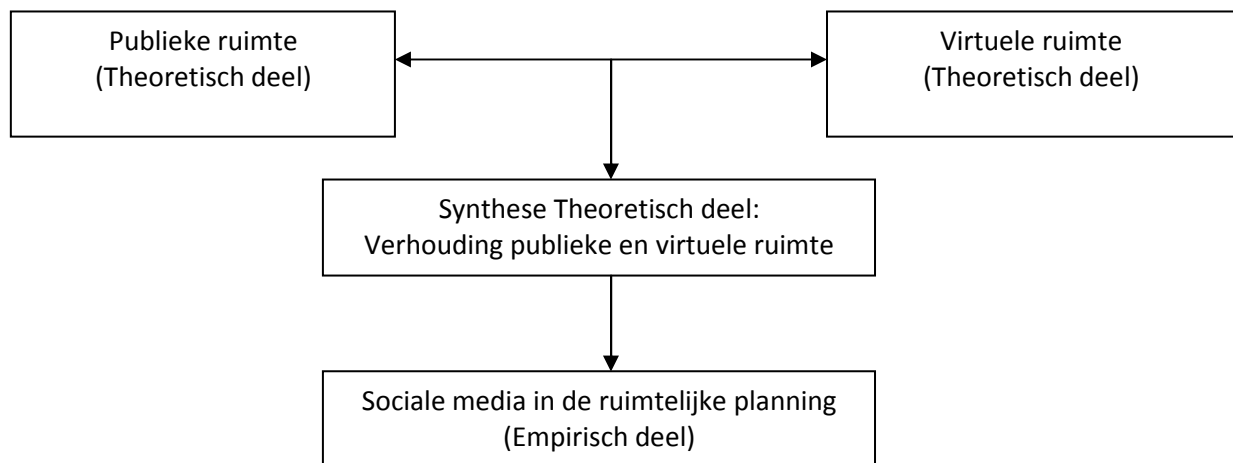
Het onderzoek richt zich op het publieke domein dat eerder is omschreven als 'die plaatsen waar een uitwisseling van informatie tussen verschillende maatschappelijke groepen kan plaatsvinden en ook daadwerkelijk plaatsvindt'. Het is dus een perspectief van waaruit de openbare ruimte kan worden geanalyseerd. Openbare ruimte is in essentie een ruimte die voor iedereen toegankelijk is: openbaar is wat niet privé is, maar daarmee is nog niet iedere openbare ruimte een publieke ruimte. Publiek domein stelt extra eisen. De publieke sfeer is in filosofische discussies de plaats waar de samenleving wordt gevormd, of de plaats waar de collectieve wilsvorming ten aanzien van de toekomst van de samenleving plaatsvindt (Hajer en Reijndorp, 2001). Zoals eerder vermeld zijn naast de (fysieke) publieke ruimte ook de sociale media onderdeel van het publieke domein. Binnen het publieke domein kan een relatie worden gelegd tussen de publieke ruimte en de virtuele ruimte, omdat het bij beide begrippen grotendeels gaat om de samenleving, ontmoetingen van mensen en uitwisselingen van informatie tussen mensen. Toch is de verschijningsvorm en wijze van communicatie in beide ruimten juist verschillend. Als gevolg van het in kaart brengen van de relatie tussen de publieke en virtuele ruimte kan worden geanalyseerd welk menselijk gedrag hieruit voortkomt, op welke manier de virtuele ruimte invloed heeft op de publieke ruimte, wat de gevolgen zijn van de opkomst van sociale media binnen de ruimtelijke planning en hoe de sociale media vervolgens kunnen worden gebruikt in de ruimtelijke planning.

Het onderzoek zal zich grotendeels richten op de rol van de sociale media Hyves, Facebook, Twitter en LinkedIn in de ruimtelijke planning. Overige webtoepassingen zoals e-mail, fora's en blogs worden dus grotendeels buiten beschouwing gelaten in het onderzoek. De keuze voor deze vier sociale media komt voort uit het feit dat deze sociale media op dit moment zeer actueel zijn en als praktische keuze om het onderzoek af te bakenen.

Het onderzoeksdeel met betrekking tot ruimtelijke plannen richt zich vooral op het semi-openbare domein, omdat burgerparticipatie hier voor een deel centraal staat. Het semi-openbare domein gaat in hoofdzaak over de woon- en leefomgeving van mensen, de omgeving waar mensen direct mee te maken hebben, belang bij hebben en waar burgerparticipatie daardoor het meest voor de hand ligt.

1.4 Aanpak van het onderzoek

Figuur 1.1 laat schematisch zien hoe het onderzoek is vormgegeven. Allereerst worden de publieke en virtuele ruimte afzonderlijk behandeld. Het theoretische deel zal vervolgens worden afgesloten met een synthese waar de verhouding tussen de publieke en virtuele ruimte wordt besproken. Hierna start het empirische deel van het onderzoek, welke zich richt op de rol van sociale media in de ruimtelijke planning. Hier gaat het zowel om de rol van sociale media in het heden en in de toekomst met betrekking tot de ruimtelijke planning.



Figuur 1.1 Conceptueel model voor het onderzoek

Het onderzoek zal hoofdzakelijk via twee verschillende methoden worden uitgewerkt:

- Theoretisch deel: Literatuuronderzoek
- Empirisch deel: Interviews

De publieke ruimte en de virtuele ruimte in het theoretisch deel van het onderzoek zullen voornamelijk vanuit bestaande literatuur worden uitgewerkt en aan elkaar worden gerelateerd. Het empirisch deel van het onderzoek richt zich concreet, zoals in het conceptueel model naar voren komt, op de rol van sociale media in de ruimtelijke planning. Dit onderdeel zal door middel van interviews van kwalitatieve informatie worden voorzien. De interviews zullen plaatsvinden met medewerkers van verschillende grotere gemeenten in Noord-Nederland. Er is voor deze gemeenten gekozen, omdat deze gemeenten over het algemeen de meeste middelen en capaciteit hebben om gebruik te maken van sociale media. Binnen deze gemeenten is er voor gekozen om vooral communicatieadviseurs te interviewen, omdat deze afdeling veel van doen heeft met sociale media en dus de virtuele ruimte. Het is belangrijk te weten dat deze communicatieadviseurs in enkele gevallen ook extra informatie hebben ingewonnen bij medewerkers die werkzaam zijn op het gebied van ruimtelijke ordening. Met deze gemeentemedewerkers wordt zowel de huidige als toekomstige rol van sociale media in de ruimtelijke planning besproken met betrekking tot burgerparticipatie en het maken van ruimtelijke plannen. Ook zullen deze gemeenteambtenaren vragen beantwoorden over de kansen en bedreigingen die het gebruik van sociale media met zich mee brengen in de ruimtelijke planning.

Met de relevante informatie uit het literatuuronderzoek en de interviews kan een gedegen antwoord worden gegeven op de vraag in hoeverre de virtuele ruimte complementair dan wel concurrerend is

ten opzichte van de fysieke (publieke) ruimte en hoe de ruimtelijke planning voordeel kan halen uit de sociale media in deze virtuele ruimte. Kortom, hoe de ruimtelijke planning de sociale media kan of zou moeten gebruiken.

1.5 Theoretisch kader

Van der Wouden (2002) maakt een typologie van de openbare ruimte die waardevol is voor het onderzoek en daarom onderdeel uitmaakt van het theoretisch kader van het onderzoek (figuur 1.2). Op de horizontale as zijn drie verschillende ruimten gerangschikt naar drie ordenende principes, namelijk plaats, mobiliteit en virtualiteit. Van der Wouden (2002) benadrukt dat de historische wortels van de drie ordenende principes verschillend zijn. Het ordenend principe 'plaats' is gedurende de laatste twee of drie millennia in de westerse steden ontstaan, het principe 'mobiliteit' gedurende de laatste twee of drie eeuwen, en het principe 'virtualiteit' gedurende de laatste twee of drie decennia. Ze vervangen elkaar volgens Van der Wouden (2002) niet, maar zijn binnen het bestaand stedelijk weefsel doorgaans alle drie aan te treffen en zijn vaak ernaast of erbinnen gegroeid en genesteld. De ruimten zijn op de verticale as geordend naar mate van openbaarheid: openbaar, semi-openbaar en privé.

De linkerkolom bevat de ruimten waarvan de plaats het belangrijkste kenmerk is. Dit is het traditionele ordeningsprincipe van stedelijke ruimten. De pleinen, hoofdstraten, parken en woonwijken ontleen er hun betekenis en status aan. Dit ordeningsprincipe is ontstaan in een maatschappij, waarin mobiliteit niet of nog niet het dominante kenmerk is. Vrijwel alle historische steden hebben een plattegrond, waaraan dit kenmerk is af te lezen (Van der Wouden, 2002).

Plaats

- Agora: omvat de grote openbare ruimten, die zich dikwijls in het centrum bevinden; de pleinen, markten, straten en parken. Als we het over 'de stedelijke openbare ruimte' hebben, hebben we het doorgaans over deze categorie. Dit zijn de plekken waarop de economische, politieke en culturele uitwisseling tussen stadsburgers plaatsvindt.
- Woon- en leefomgeving: bevindt zich overal, waar het dagelijks leven rondom het private (t)huis zich afspeelt. De woning, de winkelstraat, de school en het zwembad behoren hiertoe. Het semi-openbare karakter van de woon- en leefomgeving wordt het best aangeduid met het gezegde, dat de leefomgeving in woonwijken de 'huiskamer van de buurt' is.
- Thuis: omvat individuele woningen waarin mensen wonen met een specifieke leefstijl, status en mate van geborgenheid. Elke individuele woning is excentriek waar het gaat om deze aspecten.

Naast de traditionele plaatsgebonden ruimten zijn er andere ruimten ontstaan. Dit zijn ruimten die hun betekenis niet ontleen aan de plaats, maar aan het systeem van mobiliteit. In de middelste kolom is de categorie mobiliteit zichtbaar.

Mobiliteit

- Passage: omvat de grote knopen in het mobiliteitssysteem, de havens, vliegvelden en stations. Kenmerk van deze passages is dat ze gericht zijn op doorstroming, op het zo snel en comfortabel mogelijk doorgeleiden van grote groepen mensen. Sommige van deze passages zijn in de stadscentra te vinden, zoals vele stations, andere bevinden zich aan de rand of buiten het traditionele stedelijke gebied.
- Parochiale ruimte: omvat de ruimten waar mensen in hun vrije tijd 'halve bekenden' ontmoeten, mensen met wie ze een belangrijk kenmerk delen, zoals een culturele of

sportieve belangstelling. Hier valt een hele reeks 'ruimten' onder, zoals het voetbalstadion, de terrassen, culturele festivals etc. Er is een op leefstijl afgestemde specialisatie opgetreden: voor elke leefstijl zijn er concentraties van specifieke uitgaansplekken te vinden. Door de groei van de mobiliteit is de betekenis van deze ruimten enorm toegenomen. Ook door het oprukken van de vermaakseconomie is de parochiale ruimte in binnensteden dominant geworden.

- Mobiele of tijdelijke leefruimten: omvat een tijdelijk comfort en/of bescherming van mensen. Het kan hier bijvoorbeeld gaan om een tweede huis of een caravan waarin mensen niet permanent verblijven.

	<i>Ordenend principe</i>		
<i>Mate van openbaarheid</i>	Plaats	Mobiliteit	Virtualiteit
Openbaar	<p>Agora Kenmerk: Economische en culturele uitwisseling tussen burgers</p> <p>Vormen: Pleinen, straten, parken, markten</p>	<p>Passage Kenmerk: Doorstroming, geleiding van mobiliteit</p> <p>Vormen: havens, stations, vliegvelden, (snel)wegen</p>	<p>Virtueel forum Kenmerk: Toegang tot informatie, tweezijdigheid communicatie</p> <p>Vormen: Algemene internetsites, digitale steden</p>
Semi-openbaar	<p>Woon- en leefomgeving Kenmerk: Ruimte rondom woning, 'dorp in de stad'</p> <p>Vormen: Woonbuurt, dagelijkse leefruimte, winkel, school</p>	<p>Parochiale ruimte Kenmerk: Ontmoetingsplaats, gelijkgeïnteresseerde, subcultuur, vrije tijd.</p> <p>Vormen: Café, museum, 'scene', festival, stadion, terras, 'rive gauche'</p>	<p>Nieuwsgroep Kenmerk: Uitwisseling informatie onder gelijkgeïnteresseerden</p> <p>Vormen: 'Webcommunities' met hypergespecialiseerde belangstelling</p>
Privé	<p>Thuis Kenmerk: Geborgenheid, leefstijl, status</p> <p>Vormen: Woningen van allerlei aard</p>	<p>Mobiele of tijdelijke leefruimten Kenmerk: Tijdelijk comfort en bescherming</p> <p>Vormen: Tweede huis, hotelkamer, auto, caravan</p>	<p>Virtueel thuisadres Kenmerk: Opslag en basis persoonlijke informatie en communicatie</p> <p>Vormen: 'mailbox', 'homepage'</p>

Figuur 1.2 Typologie openbare, semi-openbare en privé-ruimten (Van der Wouden, 2002, p. 121)

Van der Wouden (2002) heeft in de rechterkolom van zijn model (figuur 1.2) ook virtualiteit meegenomen als ordenend principe. De opkomst van virtualiteit is van recente datum, en over de invloed hiervan op de ruimte wordt volgens Van der Wouden (2002) veel gespeculeerd. Ook stelt hij dat het duidelijk is dat er in de categorie 'virtueel forum' een aantal plekken zijn die een min of meer vergelijkbare ontmoetingsfunctie hebben als de agora. Sommige van deze virtuele fora gebruiken dan ook de begrippen uit de traditionele plaatsgebonden openbare ruimten als metafoor, zoals de pleinen en huizenwijken van de digitale stad Amsterdam. Nieuwsgroepen en de verwante gespecialiseerde websites lijken op een virtuele versie van de parochiale ruimte, maar dan met een nog sterkere subculturele specialisatie: je kunt er immers vanuit elke plek naar toe gaan (Van der Wouden 2002). Tenslotte is er onder het kopje privé nog het virtuele thuisadres, waar de persoonlijke 'mailbox' van mensen een bekend voorbeeld van is.

Virtualiteit

- Virtueel forum: omvat de algemene internetsites waar grote groepen mensen informatie opzoeken, met elkaar delen en met elkaar communiceren.
- Nieuwsgroep: omvat de uitwisselen van informatie onder gelijkgeïnteresseerden. Dit betreft mensen die met gelijkgeïnteresseerden communiceren over specifieke onderwerpen waarvoor zij een gezamenlijke interesse of belang hebben.
- Virtueel thuisadres: omvat de persoonlijke informatie en communicatie van mensen. Een bekend voorbeeld hiervan is het individuele mailadres van waaruit met of naar andere mensen kan worden gecommuniceerd. Deze vorm van virtualiteit kan ook een website bevatten waarvan het eigendom bij een individuele persoon ligt.

Het model van Van der Wouden (2002) in figuur 1.2 heeft grotendeels betrekking op het theoretische deel van het onderzoek. Dit model onderscheidt publiek en virtueel. In het empirische deel zal de nadruk meer op de ruimtelijke planning komen te liggen. Om de koppeling tussen het theoretische en het empirische deel soepel te laten verlopen wordt deze paragraaf afgesloten met verschillende persoonlijk geselecteerde criteria op het gebied van ruimtelijke planning. Elk van deze criteria zijn vervolgens uitgewerkt in twee, opnieuw persoonlijk geselecteerde, functies waarbij zowel de publieke als de virtuele ruimte de potentie hebben om deze functie te vervullen (zie figuur 1.3). Kortom, deze functies hebben betrekking op de rol van het publieke domein in de ruimtelijke planning. Omdat zowel de publieke als de virtuele ruimte de potentie heeft om deze functies vervullen, kan bij de synthese worden geanalyseerd hoe deze functie er bij beide ruimten uit ziet en op welke wijze ze overeen komen of juist van elkaar verschillen. Op deze manier kunnen de verschillen en overeenkomsten tussen de virtuele en fysieke ruimte worden verhelderd ten behoeve van het empirische deel van het onderzoek. Het betreft de volgende criteria:

Criteria ruimtelijke planning	Publieke/Virtuele ruimte
Sociaal	Ontmoetingsplaats Communiceren
Fysiek	Leuk, aantrekkelijk Handig
Politiek	Democratisering, organiseren van mensen Informereren burgers
Cultuur	Activiteiten Evenementen

Figuur 1.3 Criteria ruimtelijke planning in relatie tot publieke en virtuele ruimte

Er is een keuze gemaakt voor een afbakening van vier criteria die het meest passend zijn bevonden voor dit onderzoek. Het betreft een sociale, fysieke, politieke en culturele invalshoek. Deze criteria zijn geselecteerd omdat zowel de virtuele als de fysieke/publieke ruimte een belangrijke bijdrage kan vervullen op het gebied van deze aspecten waar het gaat om ruimtelijke planning door gemeentelijke overheden. Zo kunnen alle bovenstaande aspecten de invloed ondervinden van de virtuele ruimte. Ook zijn deze aspecten zichtbaar in de publieke ruimte in de hedendaagse binnenlandse en buitenlandse steden. Deze vier criteria zijn dus passend op het gebied van de werkzaamheden van gemeentelijke overheden en activiteiten binnen de hedendaagse gemeenten. De gemeentelijke organisaties krijgen in de dagelijkse werkzaamheden binnen de gemeentegrenzen en ook in de omgeving onherroepelijk te maken met bovenstaande geselecteerde aspecten.

1.6 Leeswijzer

De leeswijzer geeft een overzicht van de opbouw van het onderzoeksverslag. De hoofdstukken 2, 3 en 4 vormen het theoretische deel van het onderzoek. In hoofdstuk 2 wordt de theorie omtrent de publieke ruimte besproken. Hier komen onder andere de betekenis, typen en ontwikkeling van de publieke ruimte aan de orde. Ook het belang van de publieke ruimte komt in dit hoofdstuk aan de orde. In hoofdstuk 3 wordt de theorie omtrent de virtuele ruimte besproken. Net als bij de publieke ruimte komen hier de betekenis, de typen, de ontwikkeling en het belang van de virtuele ruimte aan de orde. Hoofdstuk 4 vormt de synthese van het theoretische deel van het onderzoek. In dit hoofdstuk worden de publieke en virtuele ruimte aan elkaar gerelateerd. Dit hoofdstuk gaat in op de vraag hoe de publieke en virtuele ruimte in verhouding tot elkaar staan en in welke mate ze van invloed zijn op elkaar. Deze synthese vormt de input voor het empirische deel van het onderzoek. Hoofdstuk 5 vormt het empirische deel van het onderzoek en bespreekt het begrip interactieve beleidsvorming. Ook de huidige rol van sociale media in de ruimtelijke planning, de kansen en bedreigingen die sociale media met zich mee brengen en de vraag of sociale media een aanvulling dan wel een bedreiging vormen op de fysieke ruimte komt naar voren. Tenslotte wordt de toekomst met betrekking tot de rol van sociale media in de ruimtelijke planning in dit hoofdstuk besproken. Elk hoofdstuk wordt afgesloten met algemene conclusies. Het gehele verslag wordt afgesloten met hoofdstuk 6, de conclusies en aanbevelingen. In dit hoofdstuk worden de belangrijkste conclusies van het onderzoek gegeven. Ook de centrale vraagstelling wordt in dit hoofdstuk beantwoord. Dit hoofdstuk eindigt met een toekomstperspectief met bijbehorende aanbevelingen voor de ruimtelijke planning.

2 Publieke ruimte

Voordat de publieke ruimte en de virtuele ruimte verder worden uitgewerkt en aan elkaar worden gerelateerd is het belangrijk dat beide begrippen eerst afzonderlijk worden gedefinieerd en van theoretische inzichten worden voorzien. Dit hoofdstuk bespreekt verschillende theoretische inzichten met betrekking tot de publieke ruimte en is grotendeels toegespitst op stedelijke planning. Paragraaf 2.1 bespreekt de betekenis van de publieke ruimte voor de stedelijke planning vanuit zowel Nederlandse als buitenlandse literatuur. Vervolgens worden in paragraaf 2.2 het ontstaan en de ontwikkeling van de publieke ruimte besproken. Paragraaf 2.3 onderscheidt verschillende bekende typen publieke ruimte, zoals pleinen, parken, straten etc. Het belang van de publieke ruimte voor binnensteden en in de ruimtelijke planning wordt in paragraaf 2.4 besproken. Het hoofdstuk wordt in paragraaf 2.5 afgesloten met algemene conclusies.

2.1 Betekenis publieke ruimte

Er bestaan verschillende theoretische inzichten met betrekking tot de publieke ruimte in steden, omdat het een complex begrip betreft. Dit heeft grotendeels te maken met het feit dat er verschillende definities bestaan waar het gaat om publieke ruimte en het feit dat er verschillende begrippen om de hoek komen kijken wanneer het over de publieke ruimte gaat. Deze begrippen vertonen in veel gevallen een zekere mate van overlap in relatie met de publieke ruimte en zijn daarnaast voor interpretatie vatbaar.

Carmona et al. (2008) omschrijven de publieke ruimte als volgt: 'public space relates to all those parts of the built and natural environment where the public has free access. It encompasses: all the streets, squares and other rights of way, whether predominantly in residential, commercial or community/civic uses; the open spaces and parks; and the public/private spaces where public access is unrestricted (at least during daylight hours). It includes the interfaces with key internal and external and private spaces to which the public normally has free access'. Carmona et al. (2008) benadrukken de vrije toegang die het publiek heeft in publieke ruimten. Het begrip toegankelijkheid speelt hier dus een grote rol. Carmona et al. (2008) stellen verder dat private ruimten ook een publieke functie kunnen hebben, zolang ze vrij toegankelijk zijn voor publiek. Ook de waarde van de publieke ruimte wordt benadrukt. Volgens Carmona et al. kan de publieke ruimte waardevol zijn vanuit een economisch-, gezondheids-, sociaal- en milieutechnisch perspectief. Hier wordt verderop in dit hoofdstuk uitvoeriger aandacht aan besteed.

Carmona et al. (2008) halen verder aan dat er rondom de publieke ruimte steeds meer ontwikkelingen en politieke processen spelen. Als gevolg hiervan is de publieke ruimte in toenemende mate geprivatiseerd en 'exclusionary' geworden. Dit wil zeggen dat een deel van de publieke ruimte buitengesloten is, doordat er steeds meer (private) claims op de publieke ruimte worden gelegd of omdat deze ruimtes in grote mate worden herontwikkeld. Parkeergelegenheden, infrastructuur en gebouwen zijn voorbeelden van ontwikkelingen die druk kunnen uitoefenen op de publieke ruimte. De (private) claims die gedaan worden op de publieke ruimte moeten volgens Carmona et al. (2008) zoveel mogelijk worden beperkt. Dit omdat, zoals zojuist aangehaald, de publieke ruimte een grote waarde heeft voor (binnen)steden. Management van deze ruimte wordt daarom essentieel.

De mening van Low et al. (2005) sluit hier op aan omdat zij benadrukken dat we de publieke ruimte in deze nieuwe eeuw op een andere manier benaderen dan voorheen. Niet een benadering van het in onbruik laten van deze ruimte, maar juist een benadering van ontwerp en management die het uitsluiten van mensen en sociale en culturele diversiteit verminderen. In sommige gevallen is de uitsluiting van mensen het resultaat van een voorgenomen programma om het ongewenste tegen te gaan. In andere gevallen is het een bijwerking van privatisering, commercialisering, historische bescherming en specifieke strategieën van ontwerp en planning. Een van de consequenties is dat de

hoeveelheid open, stedelijke publieke ruimten afneemt en dat meer plaatsen in private handen gekomen zijn, afgesloten zijn ('gated communities'), gesloten zijn voor renovatie of herontwikkelt worden om activiteiten tegen te gaan (Carmona et al., 2008). De hoeveelheid plaatsen waar mensen elkaar kunnen ontmoeten en participeren in het publieke leven neemt hiermee af.

Dehaene & De Cauter (2008) delen deze mening en stellen dat er aan de ene kant inzichten bestaan die het 'einde van de publieke ruimte' betreuren, en dat er aan de andere hand contrasterende meningen bestaan die voorstander zijn van nieuwe vormen van publieke ruimten die in collectieve ruimten in de private sector liggen. Voorbeelden hiervan zijn winkelcentra ('malls') en sportcentra. Ook bestaan er volgens Dehaene & De Cauter (2008) alternatieve plaatsen van publieke ruimte zoals braakliggende grond of parkeerterreinen. De huidige transformatie van steden laat een grondige herwaardering van de contouren van de publieke en private ruimte zien. Dehaene & De Cauter (2008) stellen dat 'heterotopia' de kloof tussen de publieke en private ruimte voor een deel kan dichten. Dit begrip wordt in het volgende hoofdstuk verder besproken. Uit bovenstaand verhaal is duidelijk geworden dat de publieke ruimte onder druk staat door claims op deze ruimte vanuit de private richting en steeds meer ter discussie wordt gesteld.

Hajer en Reijndorp (2001) bespreken niet de traditionele publieke ruimte, maar benadrukken het publiek domein als perspectief. Zij zijn geïnteresseerd in de factoren die maken dat bepaalde plekken uitgroeien tot publiek domein. Deze interesse gaat vooral uit naar de specifieke opvatting over het maatschappelijke en politieke belang van een dergelijk domein. De definitie die Hajer en Reijndorp (2001) aan de term publiek domein geven luidt: 'die plaatsen waar een uitwisseling tussen verschillende maatschappelijke groepen kan plaatsvinden en ook daadwerkelijk plaatsvindt'. Daarmee is publiek domein voor hen een richtinggevend ideaal, omdat het een perspectief is van waaruit de bestaande openbare ruimte wordt geanalyseerd. Aan de hand van de term 'uitwisseling' wordt het verschil tussen openbare ruimte en publiek domein aangeduid. De term uitwisseling wordt door Hajer en Reijndorp (2001) verkozen boven ontmoeting. Hajer en Reijndorp (2001) definiëren openbare ruimte als een ruimte die voor iedereen vrij toegankelijk is: openbaar is wat niet privé is. Publiek domein stelt volgens hen extra eisen. De interesse gaat uit naar de vraag welke ruimten daadwerkelijk door mensen met verschillende achtergronden en ongelijksoortige interesses worden gewaardeerd als plaatsen van gedeelde ervaring. Dergelijke plaatsen kunnen volgens Hajer en Reijndorp (2001) ook buiten de traditionele stedelijke ruimte van straten, parken en pleinen worden gevonden. Publiek domein wordt tenslotte niet alleen gebruikt om te refereren aan fysieke plaatsen in de stad. Het kunnen zelfs ruimten zijn die in strikte zin niet openbaar zijn. In filosofische discussies is de publieke sfeer de plaats waar de samenleving wordt gevormd. Het is de sfeer waar we de spreekwoordelijke 'ander' tegenkomen en waar we ons moeten verhouden tot 'ander' gedrag, andere ideeën, andere voorkeuren. Het is daarmee ook een domein van verrassing en reflectie (Hajer en Reijndorp, 2001).

Hajer en Reijndorp (2001) benadrukken dus niet alleen het publieke domein als fysieke plaatsen in de stad, maar gaan ook in op het geheel van instituties die een functie vervullen bij de (wils)vorming van de samenleving. Kranten, televisie, het parlement en discussiefora op internet worden als voorbeeld gegeven. Volgens Hajer en Reijndorp (2001) vinden publiek-domein-ervaringen plaats op de grens van frictie en vrijheid. Aan de ene kant is er altijd de spanning van een confrontatie met het onbekende, aan de andere kant de bevrijding van ervaring van een andere benadering. In veel gevallen zijn onze publiek-domein-ervaringen daarbij in feite verbonden met het betreden van parochiale domeinen van 'anderen'. In die gevallen is er aan de ene kant de dominantie van een andere groep, aan de andere kant de mogelijkheid zelf te kiezen in hoeverre ergens in mee te gaan (Hajer en Reijndorp, 2001).

De betekenis van publieke ruimte is in de loop der jaren steeds ruimer geworden. Waar men voorheen vooral sprak over pleinen, parken, straten en markten als bekendste typen van de traditionele publieke ruimte (agora), wordt het begrip in de literatuur steeds ruimer gedefinieerd. Het model van Van der Wouden (2002) uit het theoretisch kader in paragraaf 1.5 laat deze

ontwikkeling goed zien (zie figuur 1.2). Naast de agora betreft hij ook passages, de woon- en leefomgeving van mensen en de parochiale ruimte bij de publieke ruimte. Het gaat hier weliswaar om kleinschaligere vormen van publieke ruimte, maar dit geeft wel aan dat de betekenis van de publieke ruimte ruimer is geworden. Daarnaast wordt bijvoorbeeld de 'mall' in de literatuur vanuit de Verenigde Staten ook steeds meer als publieke ruimte gezien. Deze grote overdekte winkelcentra zijn als het ware ingericht als winkelstraten en hier is in enkele gevallen ook een horecafunctie aan toegevoegd (Van Vliet, 2010). Er is sprake van open ruimte tussen de verschillende winkels waar mensen kunnen zitten, elkaar kunnen ontmoeten en dus ook informatie kunnen uitwisselen. Dit zijn allemaal kenmerken die ook optreden in het geval van de publieke ruimte. Ook in Nederland is de trend te zien dat er in toenemende winkelcentra worden ontwikkelt buiten de binnenstad die momenteel al een publieke functie vervullen of in de toekomst kunnen gaan vervullen.

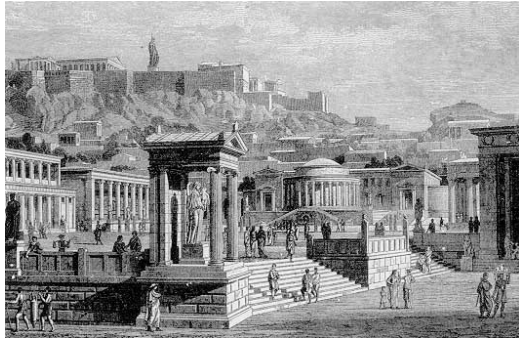
De VROM-raad (2009) gaat op een praktische en zinvolle wijze in op de betekenis van publieke ruimte in Nederland en omschrijft dit als 'ruimte die een publieke functie heeft, waar mensen elkaar ontmoeten en waar het publieke leven zich kan afspelen. In het dagelijks taalgebruik heeft men het dan vaak over openbare ruimte'. Dit komt overeen met de betekenis die vanuit de theorie naar voren is gekomen met betrekking tot het begrip publieke ruimte. Als voorbeelden van publieke ruimte noemt de VROM-raad (2009) straten, pleinen, parken, maar ook stations en bibliotheken. Ook hier wordt de steeds ruimer wordende betekenis van het begrip publieke ruimte bevestigd. De publieke ruimte is volgens de VROM-raad (2009) 'de plek waar mensen verblijven en het publieke leven maken: mensen die rustig op een bankje zitten, een rondje hardlopen, zonnebaden in het park, spelen, een broodje eten, op de bus wachten, op weg zijn naar school, werk of thuis. De publieke ruimte is ook de plek waar een enorme diversiteit aan mensen bij elkaar komt en waar de fysieke ontmoeting met 'de ander' plaatsvindt. Mensen met verschillende ervaringen, verhalen en herinneringen komen elkaar tegen, passeren elkaar, ontmoeten elkaar. Openheid, diversiteit in vorm en onvoorspelbaarheid zijn dan ook belangrijke kenmerken van de publieke ruimte. De publieke ruimte creëert de condities voor het publieke leven als verplaatsruimte, verblijfs- en ontmoetingsplek. Het bepaalt de beleving van ruimte en van stad en buitengebied' (VROM-raad, 2009).

De VROM-raad gebruikt in haar advies niet de term 'openbare ruimte' als synoniem voor publieke ruimte, omdat openbare ruimte doorgaans staat voor ruimte die in handen is van de overheid. Hier tegenover staan privé-ruimten in handen van private partijen. Dit denken doet volgens de VROM-raad (2009) geen recht aan de huidige situatie waarin de grenzen tussen publieke en private ruimte steeds diffuser worden. Een station of een overdekt winkelcentrum zijn voorbeelden van ruimten die publiek toegankelijk zijn, maar vaak in handen zijn van private partijen. De kern van publieke ruimte is dat het *voor* publiek is, niet noodzakelijkerwijs *van* het publiek (VROM-raad, 2009).

2.2 Ontwikkeling van de publieke ruimte

Deze paragraaf gaat in op de ontwikkeling van de publieke ruimte in de Westerse wereld, in het bijzonder in Nederland. Er wordt gestart met een korte omschrijving met betrekking tot het ontstaan van de publieke ruimte. Deze kreeg voor het eerst betekenis in de Griekse 'polis' en de Romeinse stad, respectievelijk 500 en 300 voor Christus. Het zijn twee beschavingen die overlap vertonen. Zowel de Grieken als de Romeinen gaven waarde aan de publieke ruimte als plaatsen van sociale interactie, waardoor de publieke ruimte toen al als kwaliteit werd gezien. Vooral publieke pleinen ('squares'), of zogenaamde 'plazas' werden in die tijd gezien als grote noodzaak voor de gemeenschap, omdat het de theaters waren van het publieke leven (Carmona et al., 2008). Ook hadden pleinen een grote democratische waarde, omdat deze in Griekenland de 'agora' (zie figuur 2.1) waren waar de gemeenschap een stem had in het beleid van de bestuurders. Ook werd de agora gebruikt als marktplein waar handel gedreven werd. De agora werd ook wel het levende hart van de stad genoemd en had dus verschillende functies. Opvallend is dat vrouwen, buitenstaanders en

slaven destijds niet werden gezien als staatsburgers, waardoor zij geen toegang hadden tot enkele publieke ruimten en dus werden uitgesloten (Carmona et al., 2008). Juist omdat de publieke ruimte vandaag de dag gezien wordt als een ruimte die voor iedereen toegankelijk is, kan dit als opvallend worden aangemerkt. Waar de Grieken de agora hadden, hadden de (doorgaans grote) Romeinse steden een forum (zie figuur 2.2). Het idee bouwt voort op de Griekse agora, maar in een uitgebreidere vorm omdat de Romeinen een meer geplande benadering hanteerden voor de productie van publieke ruimte. De publieke ruimte in Romeinse steden had een sociale, culturele, commerciële en spirituele waarde en lijkt dus op de hedendaagse Westerse publieke ruimten in (binnen)steden.



Figuur 2.1 Griekse Agora



Figuur 2.2 Romeins Forum

Het idee van de Griekse agora en het Romeinse forum is vandaag de dag nog altijd zichtbaar in de binnensteden van grote steden in Europa, zij het in een andere vorm en deels een andere functie. Als voorbeeld kunnen de vele pleinen genoemd worden die de meeste binnensteden bezitten en waar vaak ook markten worden gehouden. Nu het ontstaan van de publieke ruimte helder is kan er een sprong in de tijd worden gemaakt. De ontwikkeling van de publieke ruimte in Nederlandse binnensteden in de twintigste en eenentwintigste eeuw zal nu verder worden besproken.

In de twintigste eeuw kan de overgang van het modernisme naar postmodernisme als de meest invloedrijke ontwikkeling worden gezien waar het gaat om de publieke ruimte. Deze ontwikkeling is in de loop van de twintigste eeuw steeds duidelijker geworden en vanaf de tweede helft van de twintigste eeuw is het modernistische denken grotendeels verdwenen en overgegaan in het postmodernistische denken. Het modernisme wordt gekenmerkt door het feit dat de stad gezien wordt als een machine waarvan de vorm de functie volgt. Er werd als ongedifferentieerd geheel omgegaan met de stedelijke publieke ruimte met zorgen voor licht en ventilatie en werd dus in het perspectief van gezondheid geplaatst. Sociale en psychologische behoeften werden vaak niet onderkent, waardoor de functie van de publieke ruimte nooit volledig werd overwogen. Grote plekken van publieke ruimte hadden in modernistische stedelijke plannen nooit een voorgeschreven sociale activiteit of functie (Carmona et al., 2008). De ruimte moest functioneel worden ingericht, maar er was dus geen oog voor sociale activiteit in de publieke ruimte. Daardoor werden publieke ruimten volgens Carmona et al. (2008) ook nauwelijks met elkaar verbonden, wat resulteerde in stedelijke ruimtes die niet of nauwelijks gebruikt werden en er verlaten bij lagen. Dit kon zorgen voor een negatieve lading rondom sommige publieke ruimten.

Hier ligt het verschil met het postmodernistische denken met betrekking tot de publieke ruimte. De nadruk kwam in het postmodernistische denken meer op het positieve van de publieke ruimte te liggen als plek waar het publieke leven zich kon afspelen. Hier liggen dus grote overeenkomsten met de functie die in het verleden aan de publieke ruimte werd gegeven door de Grieken en Romeinen. Waar de publieke ruimte in het modernistische denken dus vooral gebruikt werd als plaatsen waar je doorheen loopt (al zijn de meningen hier over verdeeld), werd de publieke ruimte in het postmodernistische denken een plek om te verblijven. Het zal geen verassing zijn dat dit ook

implicaties heeft gehad voor het beleid voor de inrichting van publieke ruimten in binnensteden in de loop van de twintigste eeuw (Carmona et al., 2008).

De overgang van het modernistische naar een postmodernistische benadering is ook zichtbaar in Nederlandse binnensteden. Hajer en Reijndorp (2001) stellen dat het stadscentrum in de jaren zestig toegankelijk moest worden gemaakt, maar feitelijk werd afgeknepen: de openbare ruimte kwam in het teken te staan van het verkeer. Inmiddels zijn de inzichten veranderd. De auto wordt teruggedrongen, de pleinen en straten zijn nieuw vormgegeven en de openbare ruimte is weer als verblijfsruimte door de burgers ontdekt. De pleinen die in stukken waren geknipt worden in ere hersteld, parkeerplaatsen wijken voor zichtlijnen, en er worden nieuwe openbare ruimten gecreëerd. De burgers die de stad waren gaan mijden, zoeken haar weer op.

Ook de VROM-raad (2009) haakt op deze overgang in en stelt dat dertig jaar geleden de publieke ruimte nauwelijks onderwerp was van discussie, omdat het niet op de agenda voorkwam. De publieke ruimte was 'restruimte', waar geen uitspraken over gedaan werden. Volgens de VROM-raad (2009) heeft hier inmiddels een grote omslag in plaatsgevonden. Sinds de jaren tachtig en negentig is de publieke ruimte op steeds meer gemeentelijke agenda's terecht gekomen. Gemeenten gingen zich inspannen om de kwaliteit van de publieke ruimte in hun (binnen)steden te verbeteren. Ook bij de Rijksoverheid kwam dit thema op de agenda te staan. In de Vierde Nota Ruimtelijke Ordening werd voor het eerst afzonderlijk aandacht besteed aan de openbare ruimte. Het beleid was gericht op het verhogen van de ruimtelijke kwaliteit van verbindingen tussen openbare ruimten, van ontmoetingsplaatsen en van de samenhang tussen de gebieden binnen en buiten de stad (VROM-raad, 2009). De publieke ruimte is in de tweede helft van de twintigste eeuw dus steeds belangrijker geworden in (binnen)steden, waardoor steeds meer aandacht werd besteed aan beheer van de publieke ruimte en veiligheid in de publieke ruimte. Het feit dat de druk op de publieke ruimte in het begin van de eenentwintigste eeuw is toegenomen en dit ten koste zou kunnen gaan van de kwaliteit hiervan, heeft de publieke ruimte alleen nog maar hoger op de politieke agenda's gezet.

De commerciële functie is sinds de jaren negentig steeds meer de boventoon gaan voeren, waardoor binnensteden centra van vermaak zijn geworden, met een groeiend aantal evenementen, terrassen en meters winkelvloer. De inrichting van binnensteden raakt steeds meer gericht op het vergroten van de attractiewaarde en vermaaksfuncties. Binnensteden zijn hierdoor monofunctioneler geworden, waardoor de publieke ruimte steeds minder toegesneden raakt op andere gebruikersbelangen zoals die van bewoners en bedrijven (VROM-raad, 2009). Ook de publieke ruimte speelt dus in op de toenemende vermaaksfunctie van binnensteden. Deze ontwikkeling heeft zich tot vandaag de dag doorgezet, waardoor de hedendaagse publieke ruimte in toenemende mate is geprogrammeerd ten behoeve van consumptie. Het gaat hier niet alleen om de verkoop van producten, maar ook om vrijetijds- en cultuuractiviteiten. Deze ontwikkeling gaat gepaard met een toenemende focus op controle en beheersing. Ruimten raken als gevolg hiervan steeds meer geprivatiseerd en deze private partijen richten zich vaak op een specifieke doelgroep, waardoor de ruimten dus minder toegankelijk kunnen worden voor overige bevolkingsgroepen (VROM-raad, 2009).

Carmona et al. (2008) bevestigen dit en stellen dat 'the dominant issue dictating management strategies has been (and remains) the balance between public and private power and responsibilities, with private interests often seeking to mould or even remove public space to meet their own commercial and social objectives'. Ook Carmona et al. benadrukken dus de druk die er vanuit de private sector wordt uitgeoefend op de publieke ruimte, omdat private actoren en publieke actoren verschillende belangen hebben. De VROM-raad (2009) haalt tenslotte nog aan dat recente technologische ontwikkelingen invloed hebben gehad op de betekenis van de publieke ruimte. Hier zal in de volgende hoofdstukken meer aandacht aan worden besteed.

2.3 Typen publieke ruimte

Zoals eerder in dit hoofdstuk al naar voren kwam is de betekenis van het begrip publieke ruimte in de loop van de tijd steeds ruimer geworden. Deze paragraaf geeft een overzicht en omschrijving van de meest bekende typen publieke ruimte in de Nederlandse binnensteden. Deze typen hebben met elkaar gemeen dat ze allen een belangrijke verblijfs- en ontmoetingsfunctie en een open karakter hebben.

Pleinen

Pleinen zijn een bekend type van publieke ruimte. Ze hebben een open karakter en er is een grote mate van dagelijkse activiteit te vinden. Zo worden er bijvoorbeeld markten gehouden op pleinen, vinden er evenementen plaats en vervult het plein een rol in het stedelijk leven. Het Oldehoofsterkerkhof in Leeuwarden is een voorbeeld van een plein waar evenementen aan worden gekoppeld (Zie figuur 2.3). Het plein is in binnensteden uitgegroeid tot het centrum van de stad en het stedelijk leven. De Vries (1990) omschrijft een plein als 'een open onbebouwde ruimte bij of tussen bouwwerken, of een open ruimte in een stad of een dorp, soms met bomen beplant of met standbeelden en monumenten versierd'. Het woord 'plein' stamt af van het Latijnse woord 'planum', dat vlakte of vlakke grond betekent. Het grondvlak kan verschillende vormen aannemen. Ook kan de opzet en omvang van verschillende pleinen verschillen. De afwijking ligt volgens de Vries (1990) in het omringende stratennet, waardoor het plein zich daarvan laat onderscheiden. De pleinwanden vormen in zekere mate een gesloten front, waardoor er sprake is van een bepaalde ruimtelijke beslotenheid. Deze eigenschappen van grondvlak en pleinwanden dragen ertoe bij dat het plein een ruimtelijke eenheid vormt en een voorkomen heeft, dat het doet verschillen van andere onderdelen in de stad. Aan het plein verrijzen gebouwen, die de stedelijke functie van het plein ondersteunen: bijvoorbeeld het stadhuis, een kerk en winkels. Openbaarheid van deze ruimte is dan ook een strikte voorwaarde; ze moet ondanks de ruimtelijke beslotenheid in verbinding staan met de rest van de stad en voor iedereen toegankelijk zijn. Door de bijzondere ruimtelijke eigenschappen kan het plein ook een esthetische taak vervullen. Het is dan aangelegd en ingericht ter verfraaiing van het stadsbeeld (De Vries, 1990). Ondanks deze omschrijving moet gezegd worden dat het niet altijd duidelijk is of bepaalde stedelijke ruimten als plein kunnen worden aangemerkt. Zo kan een ruimte wel de vorm hebben van een plein, maar niet de functie of andersom. Daarnaast is geen plein hetzelfde, omdat deze is ingebed in de lokale stedelijke structuur die in elke (binnen)stad verschillend is.



Figuur 2.3 Het Oldehoofsterkerkhof in Leeuwarden (Bron: Google Streetview)

Parken

Een ander bekend type van publieke ruimte zijn (stads)parken. We richten ons hier vooral op parken die zich in of rond binnensteden bevinden. Net als pleinen hebben parken een open karakter en is er een grote mate van dagelijkse activiteit te vinden. Ook parken worden in sommige gevallen verbonden met evenementen. Parken kenmerken zich in tegenstelling tot de meeste pleinen als zeer omvangrijke ruimten waar groen te vinden is in de vorm van bijvoorbeeld grasvelden of bomen en hebben dus een belangrijke ecologische functie. Ook is er in de meeste parken water te vinden in de vorm van een vijver of bijvoorbeeld een fontein. Dit is bijvoorbeeld zichtbaar in het Noorderplantsoen in Groningen (Zie figuur 2.4). Tenslotte kunnen parken zich zowel in binnensteden als daarbuiten bevinden, iets wat bij pleinen minder vaak het geval is. Parken zijn vooral in de zomer een plek waar publieke activiteit is. Mensen komen er om te genieten van de rust en ruimte en komen er tot ontspanning. Parken worden in de literatuur ook wel aangemerkt als plaatsen waar mensen het stedelijke leven kunnen 'ontvluchten' en waar het culturele leven zich afspeelt.

Le Corbusier (1929) haalde aan het begin van de twintigste eeuw al aan dat werken met de dag intensiever wordt en het onze gezondheid op de proef stelt. Frisse lucht is dus essentieel voor stadsbewoners en dit is te vinden in open ruimtes zoals parken. Le Corbusier noemt ze dan ook toepasselijk 'the lungs of a city'. Parken hebben een belangrijke verblijfs- en ontmoetingsfunctie. Deze excentrieke kenmerken leiden ertoe dat parken beschermd worden in het beleid van de verschillende overheden.

Low et al. (2005) omschrijven parken als 'a simply planted, central open space that complements the urban concentration that surrounds it. Full of people sitting and strolling, lying on the grass, playing ball, or listening to buskers and soapbox orators'. Zij stellen dus dat parken complementair zijn aan het stedelijke leven en benadrukken de verschillende activiteiten waar mensen zich mee bezig kunnen houden in parken. Ook benadrukken Low et al. (2005) dat parken 'bring the benefits of natural scenery within walking distance of all residents'. Parken bevinden zich dus over het algemeen op loopafstand voor de inwoners van de stad en hebben zoals eerder gezegd een natuurlijke functie.



Figuur 2.4 Het Noorderplantsoen in Groningen (Bron: Gemeente Groningen)

(Winkel)straten

Naast pleinen en (stads)parken zijn ook straten een bekend type van publieke ruimte. Ook dit is een ruimte die voor iedereen toegankelijk is en waar vooral overdag veel dagelijkse activiteit te vinden is, vooral in het geval van winkelstraten. Ook hier is sprake van een verblijfs- en ontmoetingsfunctie. Volgens het Ministerie van VROM (2007) hebben winkelstraten vaak een belangrijke sociale, culturele en economische functie en bepalen ze het imago van de binnenstad. Naast de sociale functie haalt het Ministerie van VROM (2007) ook de economische en culturele functie aan. De economische functie komt neer op het bezoeken van het winkelaanbod of markten in of rondom winkelstraten door consumenten, de culturele functie kan gezien worden als culturele voorzieningen aan of rondom winkelstraten. Winkelstraten zijn omgeven door winkels, vaak in handen van private

eigenaren. Ook bevinden zich vaak horecagelegenheden in of rondom winkelstraten. Omdat er ontwikkelingen zijn op het gebied van winkelaanbod in binnensteden is de omgeving van winkelstraten aan verandering onderhevig. Dit kunnen bijvoorbeeld fysieke ingrepen zijn in het winkelaanbod. De functie van winkelstraten blijft in de meeste gevallen gelijk. Dit geldt ook voor straten in binnensteden buiten de winkelstraten om. Wel kunnen er veranderingen optreden in de inrichting van (winkel)straten. Hierbij kan gedacht worden aan bijvoorbeeld straatmeubilair, het stratenpatroon, maar straten kunnen ook in fysieke zin veranderen. Een voorbeeld hiervan is herstructurering van winkelstraten.

Overig

In paragraaf 2.1 werd al aangehaald dat de betekenis van publieke ruimte in de literatuur als steeds ruimer wordt gekenmerkt. Daarom kunnen overige typen publieke ruimten die in opkomst zijn niet buiten ogeschouw gelaten worden in deze paragraaf. Omdat de publieke ruimte tegenwoordig wordt omschreven als een ruimte die vrij toegankelijk is voor mensen en een publieke functie heeft kunnen ook concretere ruimtes als publieke ruimte worden aangemerkt. Hierbij kan bijvoorbeeld worden gedacht aan de woon- en leefomgeving van mensen (Van der Wouden, 2002). Dit is vaak de plek waar sociale interactie tussen buurtbewoners plaatsvindt, omdat bewoners elkaar hier kunnen ontmoeten, met elkaar kunnen communiceren en ook kunnen ze in deze ruimte verblijven. Dit is de dagelijkse leefruimte van mensen, waar ze over het algemeen veel tijd doorbrengen. Naast de dagelijkse woon- en leefruimte kunnen bijvoorbeeld ook stations, havens, bibliotheken, winkelcentra en terrassen steeds meer bij de publieke ruimte worden betrokken (Van der Wouden, 2002). Ook deze aspecten die te vinden zijn in binnensteden zijn over het algemeen vrij toegankelijk en hebben een publieke functie. Omdat bovenstaande ruimten vrij concreet zijn en in sommige gevallen buiten het bereik liggen van Nederlandse binnensteden wordt er hier verder geen aandacht aan besteed. Ze zijn noemenswaardig om naar voren te halen om duidelijk te maken dat de publieke ruimte steeds ruimer van betekenis is geworden. Tot slot is het opvallend dat plaatsen zoals autosnelwegen en parkeerplaatsen in bepaalde literatuur ook als publieke ruimte worden aangemerkt. Omdat deze plaatsen niet relevant zijn voor het onderzoek worden ze verder niet meegenomen in dit hoofdstuk. Toch bevestigt dit dat de betekenis van de publieke ruimte ruimer wordt en zeer complex is.

2.4 Belang publieke ruimte voor de ruimtelijke planning

Er is inzicht verkregen in de betekenis van de publieke ruimte, het ontstaan en de ontwikkeling van de publieke ruimte in Nederlandse binnensteden. Ook de bekendste typen publieke ruimte zijn onderscheiden. Het hoofdstuk wordt afgesloten met het bespreken van het belang van de publieke ruimte voor de ruimtelijke planning in Nederlandse binnensteden. Uit de literatuur komt naar voren dat de publieke ruimte een groot belang heeft in binnensteden. Als gevolg hiervan besteden overheden, en dan met name de gemeentelijke overheden van (vooral) grote en middelgrote steden, aandacht aan de publieke ruimte in de desbetreffende stad. Het doel is om het publiek een kwalitatief hoogwaardige publieke ruimte te bieden, waar mensen zich veilig voelen en waar mensen zich graag bevinden. Ook worden evenementen en culturele activiteiten in toenemende mate verbonden met de publieke ruimte, omdat dit een van de weinige 'open' ruimten zijn in binnensteden waar plaats is voor evenementen en overige culturele activiteiten. Beheer van de publieke ruimte staat hoog op de politieke agenda's, maar ook zaken als toezicht op en beheer van de publieke ruimte zijn vandaag de dag belangrijke onderdelen van het werkveld van gemeentelijke overheden. Uit de literatuur komt naar voren dat de publieke ruimte op verschillende manieren van waarde is voor een binnenstad.

De VROM-raad (2009) bespreekt de waarde van de publieke ruimte uitvoerig en stelt dat het belang van de publieke ruimte groot is: 'het fungeert als verblijfs- en ontmoetingsplek en creëert zo condities voor het publieke leven, het bepaalt mede hoe de leefomgeving wordt beleefd, nodigt uit tot bewegen en draagt zo bij aan de gezondheid van mensen en beïnvloedt bovendien de

waardeontwikkeling van vastgoed en de economische positie van een gebied. Kortom, het Nederlandse leef- en woonklimaat gedijt bij een goede publieke ruimte. Andersom geldt dat er een risico bestaat van een negatieve spiraal als de publieke ruimte niet op orde is' (VROM-raad, 2009). Carmona et al. (2008) halen grotendeels dezelfde punten aan als de VROM-raad, maar voegen hier het milieuaspect aan toe. Ook gaan Carmona et al. dieper in op de waarde van publieke ruimte in steden. Opvallend is dat beide bronnen het politieke aspect van de publieke ruimte in de vorm van het organiseren van mensen om een 'statement' te maken of te protesteren niet benoemen. De oorzaak hiervan kan liggen in het feit dat deze functie van de publieke ruimte van zeer recente aard is. Ook het culturele aspect van de publieke ruimte wordt niet expliciet aangehaald door beide bronnen, terwijl de publieke ruimte wel een grote rol vervuld op cultureel gebied.

Volgens Carmona et al. (2008) kan de publieke ruimte waardevol zijn op de volgende gebieden:

- *Economisch*: het kan een positief effect hebben op de waarde van bouwwerken, bevordert handel, verhoogt grondwaarde en de hoeveelheid investeringen. Ook geeft het een boost aan de regionale economische prestatie.
- *Gezondheid*: kan beweging bevorderen met bijkomende gezondheidsvoordelen, kan een langer leven beïnvloeden, geeft ruimte voor sport en spel, verlaagt het stressniveau, is goed voor de gezondheid van kinderen.
- *Sociaal*: kinderen kunnen er leren van creatieve spellen, bevordert sociale en cognitieve vaardigheden, kan helpen om criminaliteit te verminderen, promoot sociale cohesie in buurten, geeft een plek aan sociale evenementen, verlaagt kindersterfte doordat auto-dominerende omgevingen worden geweerd, bevordert het sociale leven van gemeenschappen en interactie/uitwisseling daartussen.
- *Milieu*: kan gebruik van duurzame transportmiddelen bevorderen, bevordert luchtkwaliteit en geeft kansen voor dieren in de stad om te floreren.

De VROM-raad (2009) gaat in op het belang van de publieke ruimte omdat deze juist vandaag de dag onder druk staat. De VROM-raad stelt hierop inhakend dat mensen de laatste decennia anders aan zijn gaan kijken tegen de publieke ruimte. Ze stellen steeds hogere eisen aan de kwaliteit daarvan. Bovendien komen er allerlei nieuwe functies in en om die publieke functie bij. Maar het belang van de publieke ruimte gaat volgens de VROM-raad (2009) verder dan dat. Een goed functionerende en goed beheerde publieke ruimte legt ook een basis voor het vertrouwen van burgers in de overheid en in het zelfoplossend vermogen. Anderzijds treedt er door teruglopende budgetten in delen van de publieke ruimte een verschraving op, met een teruglopende kwaliteit. Daar komt bij dat juist in deze tijd van economische crisis de urgentie hoog is om aandacht te hebben voor de kwaliteit van de publieke ruimte (VROM-raad, 2009). In de ogen van de VROM-raad zal de kwaliteit van de publieke ruimte de komende tijd de kurk worden waarop de gebouwde omgeving in Nederland in belangrijke mate gaat drijven. Juist wanneer er sprake is van een teruglopende waarde van vastgoed, is het investeren in de publieke ruimte een belangrijke voorwaarde voor de instandhouding van de kwaliteit van steden en landschap in Nederland. Een investering in de publieke ruimte kan het veelvoudige opleveren in waarde voor het omliggende vastgoed (VROM-raad, 2009).

2.5 Conclusie

In dit hoofdstuk is naar voren gekomen dat het begrip publieke ruimte complex van aard is. Geen enkele publieke ruimte is hetzelfde en het is een ruimte die constant aan verandering onderhevig is, omdat het zich snel ontwikkelt (heeft) en waar verschillende overige begrippen om de hoek komen kijken. Daarnaast bestaan er verschillende inzichten met betrekking tot de publieke ruimte en is het een begrip dat in de loop van de tijd steeds ruimer is gedefinieerd vanuit de literatuur. Wel is in dit hoofdstuk helder geworden dat het bij de publieke ruimte gaat om een ruimte die voor iedereen vrij toegankelijk is. Elke persoon kan bijvoorbeeld over een plein lopen, door een park fietsen, een markt bezoeken of door een winkelstraat lopen. Dit zijn allemaal voorbeelden van typen publieke ruimten

waar geen uitsluiting van mensen plaatsvindt. Iedereen mag er dus gebruik van maken, wat de publieke ruimte ook in zekere mate onvoorspelbaar maakt. Daarnaast is in dit hoofdstuk naar voren gekomen dat de publieke ruimte bestaat uit plaatsen waar mensen elkaar fysiek en 'face-to-face' kunnen ontmoeten en informatie met elkaar kunnen uitwisselen. Naast de fysieke functie van de publieke ruimte in steden heeft deze ruimte dus bijvoorbeeld ook een belangrijke sociale functie. De publieke ruimte neemt een belangrijke plaats in waar het gaat om binnensteden. Het zijn in de regel relatief open ruimten, waardoor het mensen van bewegingsvrijheid voorziet. In het feit dat publieke ruimten een open karakter hebben ligt ook het grootste gevaar. Het komt steeds vaker voor dat er private claims worden gelegd op de publieke ruimte, omdat dit één van de weinige plaatsen in de stad zijn waar de bebouwingsdichtheid minder hoog is. Toch is het van belang om de publieke ruimte te beschermen omdat het bijvoorbeeld een rol heeft op het gebied van economie, gezondheid, sociale aspecten en milieu. Daarnaast heeft de publieke ruimte ook een culturele functie doordat evenementen en overige culturele activiteiten in publieke ruimten zoals een plein of park worden georganiseerd. Van zeer recente datum is de functie die de publieke ruimte op politiek gebied heeft. Hiermee worden bijvoorbeeld het maken van 'statements' en protesten op pleinen bedoeld. Kortom, de publieke ruimte heeft een belangrijke en zeer diverse rol in binnensteden, maar staat wel onder druk. Het (restrictieve) beleid ten opzichte van de publieke ruimte wordt steeds belangrijker om deze waardevolle ruimte in de stad in stand te kunnen houden.

3 Virtuele ruimte

Waar in het vorige hoofdstuk de publieke ruimte is besproken, richt dit hoofdstuk zich op de virtuele ruimte. Er is hierbij gekozen voor het grotendeels bespreken van dezelfde aspecten als in het vorige hoofdstuk. Het hoofdstuk start dan ook met paragraaf 3.1 waar verschillende theorieën met betrekking tot de betekenis van de virtuele ruimte en de rol van de sociale media hierbinnen worden besproken. Vervolgens wordt in paragraaf 3.2 de ontwikkeling van de virtuele ruimte in voornamelijk de laatste twee decennia besproken. Dit omdat vooral in deze periode de virtuele ruimte een steeds grotere rol van betekenis is gaan spelen. Vervolgens worden in paragraaf 3.3 verschillende typen sociale media binnen de virtuele ruimte, waarvan vandaag de dag veel gebruikt wordt gemaakt, onderscheiden en verder uitgewerkt. Paragraaf 3.4 bespreekt het belang van de virtuele ruimte in de ruimtelijke planning en bekijkt zowel de kansen als bedreigingen van deze ruimte die in de literatuur naar voren komen. In paragraaf 3.5 van dit hoofdstuk worden sociale media gerelateerd aan democratie. Het hoofdstuk wordt afgesloten met paragraaf 3.6, waarin de belangrijkste conclusies van dit hoofdstuk worden besproken.

3.1 Betekenis virtuele ruimte

Net als bij de publieke ruimte bestaan er ook uiteenlopende theorieën met betrekking tot de virtuele ruimte. Deze paragraaf bespreekt enkele van deze inzichten. Volgens Shields (2003) staat de virtuele ruimte tegenover de 'werkelijke' ruimte en hij definieert virtueel als 'anything that is so in essence or effect, although not formally or actually'. Het online woordenboek Van Dale (2011) definieert virtueel als 'slechts schijnbaar bestaand' en als computerterm 'raadpleegbaar, te bekijken via het internet'. Raessens (2007) definieert de virtuele ruimte als 'een ruimte die niet feitelijk is maar digitaal geproduceerd en die effecten heeft vergelijkbaar met die van de fysieke ruimte waarin we ons normaal gesproken bevinden'. Verder verwijst Raessens (2007) naar een citaat van Anne Friedberg. Zij stelt dat 'the virtual gaze is not a direct perception but a received perception mediated through representation'. Hier benadrukt Friedberg dat er in de virtuele ruimte geen sprake is van een directe perceptie, maar een perceptie die mensen ontvangen welke tot stand is gebracht door beelden. Kortom, waar de publieke ruimte in het vorige hoofdstuk werd gekarakteriseerd als een ruimte waar mensen elkaar fysiek en 'face-to-face' (werkelijk) ontmoeten, kenmerkt de virtuele ruimte zich door digitale ontmoetingen waar mensen elkaar dus niet fysiek en in werkelijkheid ontmoeten.

Met betrekking tot theorieën over de virtuele ruimte neemt Manuel Castells een prominente plek in. Castells is een invloedrijke socioloog en heeft een theorie geformuleerd met betrekking tot 'the network society'. Deze theorie heeft betrekking op het informatietijdperk. Castells (2004) vertaalt een netwerksamenleving als 'a society whose social structure is made of networks powered by microelectronics-based information and communication technologies'. Castells benadrukt de netwerken dus op basis van micro-elektronische informatie en communicatie technologieën (ICT). Een sociale structuur vertaalt Castells (2004) als 'the organizational arrangements of humans in relations of production, consumption, reproduction, experience, and power expressed in meaningful communication coded by culture'. Hiermee stelt Castells dat het gaat om betekenisvolle communicatie en dat de sociale structuur per cultuur uiteen kan lopen. Castells behandelt de invloed van de netwerkvorm als sociale organisatie op de fysieke en sociale ruimte en stelt daar een nieuw soort tweedeling vast. Twee soorten ruimtelijke logica staan tegenover elkaar, die van de materiële plaatsen en plekken ('space of places') versus die van de immateriële stromen van informatie, communicatie, diensten en kapitaal ('space of flows') (Kluitenberg, 2006).

Volgens Kluitenberg (2006) is de strikte scheiding tussen beide soorten ruimtelijke logica opvallend. Waar de ruimte van plaatsen en plekken is gelokaliseerd en verbonden met lokale geschiedenis, traditie en herinnering, is de ruimte van informatie- en communicatiestromen volgens Castells principieel a-historisch, plaatsloos en continu. Dat laatste vooral omdat zij zich door alle tijdszones

heen verplaatst en daarmee in zekere zin naast plaatsloos ook tijdloos wordt. Volgens Castells heerst er tussen beide ruimten een fundamentele asymmetrie: terwijl het overgrote deel van de wereldbevolking in de ruimte van plaatsen en plekken leeft, woont en werkt, worden dominante economische, politieke, sociale en uiteindelijk ook culturele functies toenemend verplaatst naar de ruimte van de stromen, waar zij plaatsloze a-historische netwerkverbanden, internationale trends, machtsconstellaties en kapitaal verplaatsingen mogelijk maken (Kluitenberg, 2006). Kluitenberg (2006) stelt verder dat de suggestie van Castells dat er tussen fysieke plaatsen en plekken en de immateriële ruimte van stromen een tegenstelling bestaat misleidend is. Dit in verband met het bouwen van welbewuste bruggen tussen de fysieke ruimte en de virtuele informatieruimte. In plaats van op een strikte scheiding tussen fysieke ruimte en virtuele informatieruimte duiden alle technologische en sociale trends er juist op dat deze beide 'sferen' zich toenemend met elkaar verweven.

Nieuwe communicatietechnologieën zijn één van de aspecten die wereldwijd gezien worden als een belangrijke factor in de toekomst van steden, maar volgens William J. Mitchell (2001) is de stad van de toekomst al gearriveerd. Deze stad noemt hij 'e-topia'. Verschillende elementen van de 'e-topia' die Mitchell voorspelt zullen een nieuw stedelijk paradigma vormen gebaseerd op nieuwe vormen van het organiseren van stedelijke ruimte, gemeenschappen en persoonlijkheden. Deze komen voort uit de vraag vanuit digitale elektronische communicatietechnologieën en zijn momenteel al geaccepteerde onderdelen van ons dagelijkse leven. Het wereldwijde digitale netwerk is volgens Mitchell (2001) een nieuwe vorm van stedelijke infrastructuur geworden, één die de vormen van steden net zo dramatisch zullen veranderen als spoorwegen, snelwegen, elektriciteit en telefoonnetwerken in het verleden al gedaan hebben. Mitchell (2001) stelt met betrekking tot steden dus dat virtuele stedelijke ruimten net zo belangrijk zijn geworden als fysieke stedelijke ruimten. Computers hebben een grote invloed op de manier waarop mensen in huizen leven, zichzelf vermaken, werken, consumeren, zichzelf beschrijven en interactie vertonen met bureaus en de natuurlijke omgeving. Persoonlijke identiteit is volgens Mitchell (2001) een 'electronically metered commodity' geworden. Letterlijk vertaald betekent dit dat persoonlijke identiteit een elektronisch gestempeld product is geworden.

Cor Molenaar (2006) benadrukt dat de virtuele wereld een steeds grotere impact heeft op ons fysiek gedrag. Dankzij technologische innovaties staan we anders in het leven dan een paar jaar geleden. We krijgen steeds meer mogelijkheden om zelf te bepalen wat we willen en op welk moment. In feite vindt er volgens Molenaar dus een omkering plaats van de traditionele machtsverhoudingen. We zien een wisseling van de macht optreden in de maatschappij. De regiefunctie ligt niet langer bij de aanbieder, de ouders of de (oude) gezagsdragers, maar steeds meer bij de consument, de jongeren, het individu (Molenaar, 2006). De tijd dat mensen konden leven zonder pc, televisie of telefoon is voorbij en de technologie krijgt steeds meer de overhand. De nieuwe technologie heeft het mogelijk gemaakt dat we binnen één seconde een bericht naar de andere kant van de wereld kunnen versturen, waardoor nieuws zich met een ongekende snelheid verspreid. Tegenwoordig is alles open en transparant en vormen we onze eigen mening over politiek, religie en maatschappij. We nemen het heft zelf in handen. Juist de nieuwe media dragen hiertoe bij (Molenaar, 2006). De nieuwe media hebben zich aangediend in de vorm van het internet en de mobiele telefoon en hebben, ondanks dat het nog steeds jonge media zijn, al een wezenlijke verandering teweeggebracht bij de mensen. Deze nieuwe media worden ook steeds intensiever gebruikt, omdat de behoefte om te communiceren, op de hoogte te zijn en erbij te horen toeneemt. Communicatie is volgens Molenaar (2006) de kern van ons bestaan.

De uitvinding van internet heeft een grote, zo niet de grootste, invloed gehad op het ontstaan van een virtuele ruimte. Internet heeft ervoor gezorgd dat mensen constant met elkaar kunnen communiceren en elkaar kunnen ontmoeten via digitale netwerken, zodat ze niet plaatsafhankelijk zijn. Het Ruimtelijk Planbureau (2003) stelt dan ook dat de invloed van informatie- en

communicatietechnologie (ICT) op onze samenleving onmiskenbaar is. In toenemende mate is deze technologie in onze maatschappij vertegenwoordigd. Mensen, ondernemingen, regio's en landen plukken steeds meer de vruchten van de voortgaande investeringen in ICT en het toenemende gebruik van ICT-technologieën.

Beckers en Van den Besselaar (1998) bespreken digitale steden als virtuele openbare ruimte en stellen dat ICT intensief wordt gebruikt in bedrijven en organisaties zoals de overheid en het onderwijs. Ook het recreatieve gebruik van de computer is gegroeid. Het computergebruik is niet beperkt tot individuele data- en informatieverwerking, en computers ondersteunen in toenemende mate communicatie en samenwerking. Verder werd volgens Beckers en Van den Besselaar (1998) al vroeg herkend dat computercommunicatie niet alleen nuttig kan zijn voor bedrijven en instellingen, maar ook voor de ondersteuning van sociale gemeenschappen. In een groeiend aantal disciplines is het gebruik van internet met het World Wide Web (WWW) niet meer weg te denken. Vanuit een ander gezichtspunt wordt benadrukt dat computercommunicatie een rol zou kunnen spelen in het verbeteren van het politieke proces, doordat het een nieuwe dimensie toevoegt aan de openbare sfeer. Elektronische discussiegroepen over allerlei belangrijke onderwerpen zouden moeten bijdragen aan het ontstaan van geïnformeerd kiezers, en aan een meer permanente interactie tussen de kiezers en politici. Tenslotte stellen Beckers en Van den Besselaar (1998) dat mensen met dezelfde interesses de mogelijkheid krijgen zich te verenigen in virtuele gemeenschappen.

Joosen (2003) stelt dat naast de werkelijke ruimte als gevolg van de zich alsmaar uitbreidende netwerkstructuren een nieuwe vorm van openbare ruimte is ontstaan. Joosen (2003) stelt hierop inhakend dat netwerken een steeds belangrijker begrip is geworden. Zowel in de letterlijke betekenis als een stelsel van samenwerkende delen, als wel de figuurlijke betekenis van het leggen van persoonlijke contacten. Door het fysiek aan elkaar knopen van een stelsel van samenwerkende delen, wordt de mogelijkheid geschapen om deze delen, ongeacht hun geografische ligging, direct in tijd met elkaar in verbinding te stellen. Alle informatie die via dit netwerk getransporteerd kan worden is daarmee feitelijk op ieder moment overal aanwezig. Tenslotte doet Joosen (2003) nog een interessante uitspraak door te stellen dat 'er een ander soort openbare ruimte ontstaat en wordt gebruikt, waarbij de ruimte waarin het lichaam zich bevindt niet langer een directe relatie heeft met de ruimte waarin de geest zich bevindt' (Joosen, 2003).

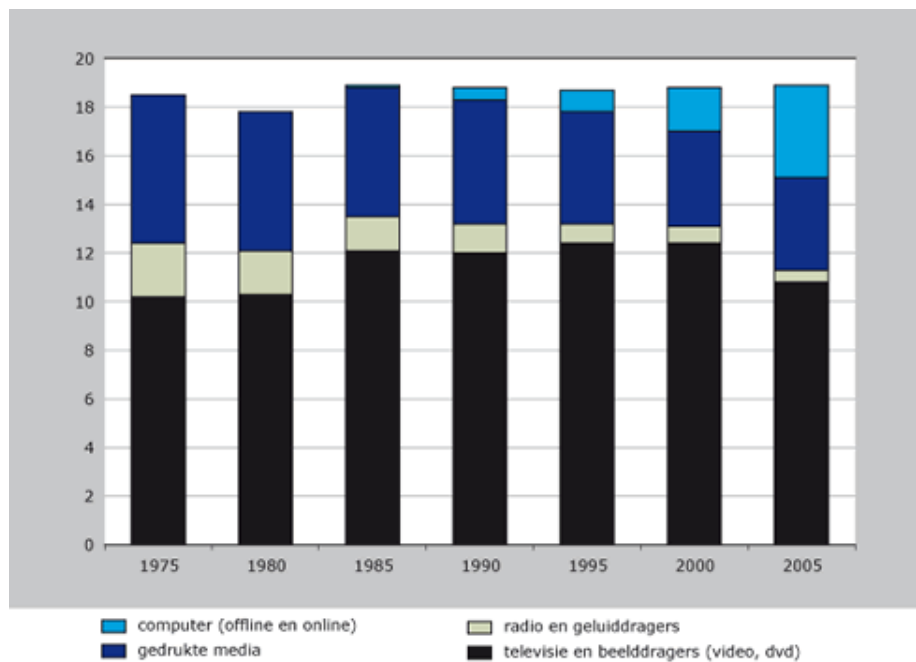
Net als in het geval van publieke ruimte is in deze paragraaf benadrukt dat het overgrote deel van de virtuele ruimte ook voor iedereen toegankelijk en dus openbaar is. Men hoeft tegenwoordig alleen de beschikking over een computer of mobiele telefoon met internet te hebben om gebruik te kunnen maken van de virtuele ruimte. Een andere overeenkomst tussen de publieke en virtuele ruimte is dat ook het begrip virtuele ruimte steeds ruimer wordt gedefinieerd. Het gaat hierbij vooral om de middelen die gebruikt worden binnen de virtuele ruimte. Verschillende technologische ontwikkelingen op het gebied van sociale media volgen elkaar in een hoog tempo op, waardoor ook de virtuele ruimte constant aan verandering onderhevig is.

3.2 Ontwikkeling virtuele ruimte

Nu de betekenis van het begrip 'virtuele ruimte' duidelijk is geworden, zal deze paragraaf zich richten op de ontwikkeling van de virtuele ruimte in de afgelopen twintig jaar in Nederland. Zoals eerder vermeld is de technologie de laatste twintig jaar in een stroomversnelling terecht gekomen, wat een grote invloed heeft gehad op de Nederlandse samenleving. De opkomst van de virtuele ruimte vindt zijn oorsprong in de jaren negentig van de twintigste eeuw. De computer deed zijn daadwerkelijke intrede rond 1990 en het gebruik hiervan is in de jaren hierna toegenomen (zie figuur 3.1). Ook is in deze figuur te zien de computer het gebruik van bijvoorbeeld radio en televisie in de periode 1990-2005 heeft doen afnemen. Joosen (2003) stelt dat de introductie van internet aan het grote publiek eind jaren negentig plaatsvond via het World Wide Web. Tot die tijd waren het vooral technisch

georiënteerde studenten die gebruik maakten van internet om via een dergelijk medium contact met elkaar te onderhouden of programma's te raadplegen. In 1995 telde Nederland tachtigduizend internetgebruikers en vandaag de dag zijn er ruim tien miljoen Nederlanders online actief (Molenaar, 2006). Dit geeft aan hoe snel de technologie is doorgedrongen in de Nederlandse maatschappij, omdat mensen graag goed geïnformeerd zijn, direct én persoonlijk. We zijn onderdeel geworden van een communicatiemaatschappij.

Zaphiris en Ang (2010) bevestigen de invloed van technologische ontwikkelingen op samenlevingen en stellen dat 'Advances in computer technology, particularly the development of the Internet, have affected virtually every aspect of society'.



Figuur 3.1 Tijdsbesteding media (Bron: SCP, www.tijdsbesteding.nl 18-10-2006)

Voor de jongere generaties maakten na de introductie van internet veel en steeds meer gebruik van dit medium, omdat zij ermee zijn opgegroeid en het hebben omarmt in hun bestaan. Voor een deel van de oudere generaties (waarbij een deel ook geen bezit heeft over een computer) heeft de technologie zich te snel ontwikkelt om hierin mee te kunnen gaan en het een plaats te geven in dagelijks leven. Met ouderen worden in dit geval met name 65 plussers bedoeld. Dit verschil tussen jongeren en ouderen heeft een generatiebreuk veroorzaakt. Desondanks is er wel een toename te zien van het internetgebruik onder ouderen tot 65 jaar die niet zijn opgegroeid met deze media. Molenaar (2006) stelt opvallend dat ouderen de nieuwe media inpassen in hun bestaande patronen, maar de jongeren doen het omgekeerde: zijn passen hun patronen aan bij de nieuwe media.

Internet heeft zich na de introductie snel ontwikkelt waarbij het vandaag de dag een imago heeft gekregen van snel en momentgedreven. Omdat men erbij wil horen en de stimulans van iets nieuws (de 'thrillfactor') wil ervaren, heeft internet een grote invloed op de beleving bij de gebruikers. Men probeert snel iets nieuws en accepteert de nieuwe ontwikkelingen. Komt er iets beters voorbij, dan maakt men daar gebruik van. Dit noodzaakt de aanbieders om met hun tijd mee te gaan, steeds te vernieuwen en de grenzen van de technologie en menselijke acceptatie te verkennen. Vandaar dat websites en internettoepassingen van enkele jaren geleden nu vaak al zo verouderd overkomen. Daardoor zijn ze totaal niet meer nuttig of bruikbaar. Internet geeft daarom leiding aan de 'fastworld', een snelle wereld, waarin de beleving van 'het moment van de dag' aanwezig is (Molenaar, 2006). In figuur 3.2 is zichtbaar dat het aantal huishoudens dat toegang heeft tot internet in de periode 2005-2010 in grote mate is toegenomen wat de bovenstaande acceptatie bevestigt.

		Onderwerpen ↙		Internet	
				Toegang tot internet	
				Wel toegang internet	Geen toegang internet
Huishoudkenmerken ↗ ↘		Perioden ↗ ↘		% van alle huishoudens	
Totaal huishoudkenmerken	2005			78	22
	2006			80	20
	2007			83	17
	2008			86	14
	2009			90	10
	2010			91	9

Figuur 3.2 Toegang tot internet (Bron: Centraal Bureau voor de Statistiek, 2011)

Joosen (2003) stelt met betrekking tot de huidige ontwikkelingen dat zij een laten trend zien naar het steeds verder uitbreiden van het netwerk, enerzijds door de komst van nieuwe ontwikkelingen, anderzijds door het integreren van reeds bestaande technieken. Mobiele communicatie speelt hierin een grote rol. Het netwerk is daardoor niet langer plaatsgebonden, maar kan worden meegenomen door de gebruiker. Mede gezien dit laatste feit dringen steeds meer sporen van dit netwerk door in de openbare ruimte. Bracht de telefoon nog op een zeer individuele manier mensen over de hele wereld met elkaar in verbinding, door aan te haken op het internet kunnen hele groepen mensen met elkaar in contact komen te staan. In de loop van de jaren zijn er steeds meer nieuwe technieken bij gekomen. Molenaar (2006) stelt dat de zogenaamde 'innovaters' altijd de eersten zijn die nieuwe technieken zullen toepassen. 'Zij kunnen zich daarmee immers onderscheiden van anderen. Langzamerhand volgen dan de nieuwe gebruikers ('early adopters') en nieuwe toepassingen. In de eerste fase zullen de gebruikers de nieuwe technieken op een klassieke wijze toepassen. Men vindt het nieuwe apparaat of de nieuwe techniek handig, onderkent de voordelen ervan, maar bij de 'innovaters' is er vooral een sterke emotionele drang zich met het nieuwe apparaat of de nieuwe techniek te onderscheiden, te laten zien dat men modern is. Men wil graag opvallen. Bij de 'early adopters' gaat het eerder om het gebruiksnut van iets nieuws: men koopt de nieuwe techniek op rationele gronden. Naarmate er steeds meer gebruikers bijkomen, zal ook de ervaring met de nieuwe techniek groeien en zullen er steeds meer toepassingen beschikbaar komen' (Molenaar 2006).

De ontwikkelingen van de afgelopen decennia laten volgens Molenaar (2006) zien dat een dergelijke acceptatie heeft plaatsgevonden bij de radio (jaren dertig-vijftig), bij de televisie (jaren vijftig-zeventig) – gevolgd door de kleurentelevisie en, op dit moment, de 'flat screen' televisie. Maar ook bij de telefoon was er sprake van een identieke ontwikkeling (jaren vijftig-tachtig), bij de mobiele telefoon (in twaalf jaar tijd naar een penetratie van honderd procent!), bij de pc en tenslotte bij het internetgebruik. Internet is noodzakelijk geworden voor onze welvaart en voor het leven zoals wij dat tegenwoordig willen leiden (Molenaar, 2006). De mogelijkheden om te mailen, Sms'en en het gebruik van 'MSN Messenger' zijn voorbeelden van mogelijkheden die de technologie de laatste twintig jaar heeft geboden om te communiceren met anderen en waarvan veel gebruik is en nog altijd wordt gemaakt. Binnen het internetgebruik is er door een volledige acceptatie sprake van steeds nieuwere toepassingen die aansluiten op de wensen van de maatschappij. Recente ontwikkelingen als 'Facebook', 'Hyves', 'LinkedIn' en 'Twitter' zijn hier goede voorbeelden van. De volgende paragraaf zal deze middelen die bijdragen aan de virtuele ruimte concreter uitwerken.

Waar het gaat om de huidige tijd kunnen we volgens Molenaar (2006) misschien nog wel het meeste leren van het gedrag van de jongeren. Een onbevangen generatie groeit op in een internationaal georiënteerde maatschappij met veel multi-etnische kenmerken. Deze jongeren omarmen de technologie alsof die altijd heeft bestaan. Dat is voor hen ook zo. Zij kunnen zich geen wereld voorstellen zonder televisie of telefoon (de oude media), zonder mobiele telefoon, internet, iPod of

sms (de nieuwe media). Voor hen zijn ze 'a fact of life'. De meeste jongeren zijn bijvoorbeeld altijd en overal bereikbaar. (Molenaar 2006).

3.3 Typen virtuele ruimte

In de vorige paragraaf werden al enkele bekende typen van de virtuele ruimte, beter bekend als sociale media, aangehaald. Deze paragraaf onderscheidt enkele van deze typen en werkt ze beknopt uit. De focus ligt vooral op de sociale media die de laatste jaren in opkomst zijn gekomen en waarvan vandaag de dag in grote mate gebruikt wordt gemaakt. Met het oog op het empirische deel van het onderzoek worden hier vooral sociale media besproken die een rol (kunnen) spelen binnen de ruimtelijke planning.

Hyves

Een van de meest bekende typen van sociale media is het Nederlandse Hyves. Dit is een programma dat is gestart als een vriendennetwerk en is sinds de start eind 2004 uitgegroeid tot Nederlands meest populaire site van vandaag de dag. In Nederland kent Hyves ruim tien miljoen gebruikers. Hyves is opgericht als tegenhanger van het Amerikaanse MySpace. Via Hyves kunnen gebruikers een profiel aanmaken en van hieruit een vriendennetwerk samenstellen (Hyves, 2011). Molenaar (2006) omschrijft Hyves als 'een geavanceerd netwerk van vrienden, eerstelijnscontacten, subcontacten, netwerken en pseudo-netwerken. Het is een relatiegerichte site, waarbij het erom gaat in welk netwerk je zit, hoeveel contacten je hebt (je vrienden) en hoe je via je vrienden weer toegang tot anderen krijgt'. Het profiel heeft een bepaalde opzet, maar de gebruiker heeft een grote invloed op het uiterlijk van het profiel. In die zin kan het profiel een weergave worden van de identiteit van de gebruiker. Hyves is vooral opgezet voor mensen om te kunnen communiceren met vrienden of bekenden. Met deze vrienden kan worden gecommuniceerd via berichten. Zo kunnen er persoonlijke berichten naar vrienden/bekenden worden gestuurd, maar kunnen ook berichten of 'blogs' worden geplaatst die voor een groter publiek zichtbaar zijn. Ook kunnen foto's of filmpjes met anderen worden gedeeld. Gebruikers kunnen ook op elkaars berichten, foto's, 'blogs' etc. reageren. In de loop van de jaren is de functie van Hyves steeds breder geworden. Zo heeft Hyves bijvoorbeeld ook een marktplaats-functie gekregen omdat mensen producten te koop kunnen aanbieden of andersom, kunnen vragen naar een bepaald product. Verder wordt Hyves niet alleen gebruikt als persoonlijke pagina van een persoon, maar ook als een pagina van een bepaalde groepering met gelijke interesse of belang. Op deze manier kunnen leden van deze desbetreffende Hyves-pagina bijvoorbeeld informatie met elkaar delen, discussiëren of op de hoogte blijven van ontwikkelingen en worden ze op deze manier gebonden aan een bepaald onderwerp. Ook binnen de politiek wordt Hyves in de loop der jaren steeds vaker gebruikt door politici als middel om burgers aan zich te binden of om burgers om meningen te vragen over bepaalde relevante onderwerpen. Omdat de functie van Hyves in de loop van de jaren zeer ruim is geworden, is het onmogelijk om alle mogelijkheden te benoemen. Daarbij komt het feit dat er binnen Hyves constant ontwikkelingen zijn om het programma te verbreden of het gebruik te vergemakkelijken (Hyves, 2011).

Facebook

Zaphiris en Ang (2010) benoemen Facebook als een 'Social Networking Site' (SNS). Dit komt neer op internet-gebaseerde programma's die gebruikers mogelijkheden geven om interactie met elkaar te hebben door middel van het creëren van een profiel en berichtenuitwisseling. Gebruikers creëren hiermee een 'online community'. Facebook werd halverwege 2008 de meest populaire Social Networking Site (SNS) van de wereld. Facebook is vanaf 2004 gegroeid als een netwerk vanuit universiteiten in de Verenigde Staten. Het werd daardoor bijvoorbeeld gebruikt bij de uitwisseling van informatie uit de colleges tussen studenten. Omdat Facebook een succes werd, is het programma vanaf eind 2006 toegankelijk gemaakt voor iedereen die daar behoefte aan heeft (Zaphiris en Ang, 2010). Via Facebook worden vooral vriendschappen onderhouden en ontmoeten mensen vrienden of bekenden. Elke persoon kan een eigen profiel samenstellen en naar eigen inzicht

een vriendenlijst samenstellen die het eigen netwerk vertegenwoordigd. Berichtenuitwisseling kan zowel persoonlijk (één-op-één) als publiek plaatsvinden. In het tweede geval kan de gehele vriendenlijst de geplaatste berichten lezen en hier ook op reageren. Ook kunnen persoonlijk foto's worden gedeeld met anderen en kunnen gebruikers zich aansluiten bij discussiegroepen of bijvoorbeeld pagina's van een bepaalde groep, evenement, instelling etc. Tenslotte is het belangrijk te weten dat er ook binnen Facebook constant sprake is van nieuwe ontwikkelingen die het gebruik van het programma vergemakkelijken of verbreden. Bovenstaande kenmerken van Facebook maken duidelijk dat het programma overeenkomsten heeft met Hyves. Volgens Zaphiris en Ang (2010) wordt Facebook door gebruikers ook gebruikt om meer te weten te komen over mensen die zij 'offline' ontmoet hebben en speelt het een positieve rol in het sociale leven van haar gebruikers.

Twitter

Op de website van Twitter valt te lezen: 'Follow your interests, instant updates from your friends, industry experts, favourite celebrities, and what's happening around the world' (Twitter, 2011). Deze zin geeft in een notendop aan waar Twitter over gaat. Twitter is een online sociale netwerk dienst waarmee gebruikers korte tekstberichtjes ('tweets') kunnen uitwisselen. Dit chatten in een webomgeving wordt ook wel 'micro-bloggen' genoemd, omdat berichten die via Twitter worden verspreid niet meer dan 140 tekens mogen bevatten. Het betreft dus vooral korte berichten. Twitteren kan zowel via een personal computer als via een mobiele telefoon met internetaansluiting plaatsvinden. Op deze manier kunnen mensen op elk moment van de dag communiceren met anderen. Via Twitter geven mensen bijvoorbeeld antwoord op de vraag wat ze op bepaalde momenten van de dag voor bezigheden hebben (gehad), wat ze zien of geven ze een mening over bepaalde onderwerpen. Net als in het geval van Sms ('short message service') kunnen een beperkt aantal tekens worden gebruikt, maar het grootste verschil tussen deze twee is het feit dat Twitter vaak wordt gebruikt als middel om een zogenaamde 'link' te geven van een foto, internetpagina of filmpjes die men met anderen wil delen. Dit is iets wat via Sms bijvoorbeeld niet mogelijk is. De berichten die mensen plaatsen, de zogenaamde 'tweets', zijn te zien op de persoonlijke pagina van gebruikers. Anderen kunnen berichten van bepaald persoon volgen, dit zijn de zogenaamde 'followers'. Twitter is in 2006 opgericht in de Verenigde Staten en is in gebruik de snel groeiende vorm van sociale media (Twitter, 2011). In 2009 werd 'Twitteren' in Nederland uitgeroepen tot woord van het jaar (zie figuur 3.3). Twitter wordt tegenwoordig gebruikt op verschillende gebieden, vooral onder bekendheden zoals bekende bestuurders, sporters, politici, zangers etc.



Figuur 3.3 Twitteren woord van het jaar 2009 (Bron: www.nu.nl)

LinkedIn

Op de website van LinkedIn valt het volgende te lezen: 'over 100 million professionals use LinkedIn to exchange information, ideas and opportunities. Stay informed about your contacts and industry, find the people and knowledge you need to achieve your goals, control your professional identity online' (LinkedIn, 2011). Via LinkedIn kunnen gebruikers collega's of klasgenoten uit het heden of verleden snel opzoeken en in contact komen met deze mensen. LinkedIn is opgezet als hulpmiddel bij het maken van een professionele carrière op basis van het daarvoor opgebouwde netwerk. Het gaat bij LinkedIn om het zogenaamde 'netwerken'. LinkedIn kan connecties tussen verschillende personen en instanties ontdekken en ze op deze manier met elkaar in contact brengen. Het kan daardoor een handig hulpmiddel zijn voor mensen die op zoek zijn naar (ander) werk of met collega's uit hetzelfde vakgebied/dezelfde interesses in contact willen komen/blijven. (LinkedIn, 2011). Vincent en Valkenburg (2009) stellen dat het niet gaat om wie jij kent, maar om wie jou kent. Net als de overige typen sociale media is ook LinkedIn een virtueel sociaal netwerk. Ook in het geval van LinkedIn is er sprake van een persoonlijke pagina waarop de gebruiker informatie kan geven over zichzelf. Deze hoofdpagina is in feite een online Curriculum Vitae (CV), omdat mensen hier persoonlijke informatie kunnen tonen, informatie over opleidingen/cursussen, werkervaring, hobby's/interesses etc. De website van LinkedIn is opgericht in 2003 in de Verenigde Staten gericht op zakenmensen. Er ligt een verschil met Hyves, Facebook en Twitter in het feit deze typen sociale media in tegenstelling tot LinkedIn gericht zijn op het vriendennetwerk en LinkedIn zich juist richt op het netwerk met betrekking tot een professionele carrière op de werkvloer of in het vakgebied. Vincent en Valkenburg (2009) bevestigen dit, omdat zij stellen dat 'of all the social networking sites that exist, such as Facebook and Twitter, LinkedIn is the only one that is considered to be for professionals'. Volgens marktonderzoeksbureau ComScore telt Nederland het grootste aantal LinkedIn- en Twittergebruikers ter wereld (zie figuur 3.4). Dit geeft aan dat deze typen sociale media relatief zeer populair zijn in Nederland.

Top 10 Countries in Internet Penetration for LinkedIn.com and Twitter.com by Reach (%)			
March 2011			
Total Internet, Age 15+, Home & Work Locations			
Source: comScore Media Metrix			
LinkedIn.com	% Reach	Twitter.com	% Reach
Netherlands	26.1%	Netherlands	26.8%
Ireland	21.0%	Japan	26.6%
United States	17.6%	Brazil	23.7%
Canada	15.6%	Indonesia	22.0%
United Kingdom	14.9%	Venezuela	21.0%
Denmark	14.4%	Canada	18.0%
Australia	13.1%	Argentina	18.0%
New Zealand	12.9%	Turkey	16.6%
Belgium	12.6%	Philippines	16.1%
Singapore	12.0%	Singapore	16.0%

Figuur 3.4 Gebruik LinkedIn en Twitter over de wereld (Bron: www.zdnet.be 'Nederlander is dol op Twitter en LinkedIn')

Tenslotte moet nog gezegd worden dat de verschillende typen sociale media die hierboven zijn besproken niet compleet op zichzelf staan, maar ook met elkaar verbonden kunnen worden. Zo kan een 'Twitter-account' worden verbonden met Hyves of Facebook, waardoor de berichten die op Twitter worden geplaatst, automatisch ook op de Hyves of Facebook pagina van de gebruiker zichtbaar worden. De gebruiker moet dan wel een account hebben op al deze verschillende websites.

De hierboven besproken typen sociale media zijn een selectie uit vele verschillende virtuele netwerk programma's die er bestaan. Er bestaan meer programma's die in dit rijtje passen of in de toekomst zullen passen, waarvan bijvoorbeeld 'Youtube' een bekend voorbeeld is. In deze paragraaf is de keuze gemaakt voor vier typen sociale media die vandaag de dag een grote rol van betekenis spelen in Nederland en waar veel gebruik van wordt gemaakt binnen de Nederlandse samenleving. Aan de rol van deze sociale media in de ruimtelijke planning zal in het empirische van het onderzoek meer aandacht worden besteed.

3.4 Belang virtuele ruimte voor de ruimtelijke planning

Nu er vier belangrijke typen virtuele ruimte zijn onderscheiden, zal deze paragraaf zich richten op het belang van de virtuele ruimte voor de ruimtelijke planning. In hoofdstuk 2 is het belang van de publieke ruimte kort aan het licht gekomen, waardoor het ook interessant is te kijken naar wat het belang is van de virtuele ruimte met betrekking tot de ruimtelijke planning. Uit de verschillende literatuur komt het belang van de virtuele ruimte niet naar voren. Ten eerste omdat de virtuele ruimte nog relatief jong is, ten tweede omdat de virtuele ruimte een zeer complexe ruimte is en ten derde omdat men binnen verschillende vakgebieden nog zoekende is naar hoe om te gaan met de virtuele ruimte: is het nou een kans of juist een bedreiging? In de literatuur heeft men het niet expliciet over het belang van de virtuele ruimte, maar komen vooral enkele voor- en nadelen van de virtuele ruimte naar voren. Deze paragraaf zal enkele hiervan bespreken. Het is dus belangrijk te weten dat dit een selectie is uit de vele verschillende aspecten die naar voren komen uit de literatuur.

Uit de verschillende literatuur komt naar voren dat de virtuele ruimte een positief effect kan hebben op het onderhouden en creëren van persoonlijke relaties/vriendschappen en netwerken. Via de virtuele ruimte zijn mensen volgens Zaphiris en Ang (2010) relatief gemakkelijk en snel te bereiken, indien zij actief zijn binnen de virtuele ruimte. Het is een toegankelijke ruimte, omdat alle mensen die beschikking hebben over internet op een 'personal computer' of mobiele telefoon kunnen toetreden tot de virtuele ruimte. Mensen hoeven elkaar niet op te zoeken om face-to-face te praten, maar kunnen elkaar bijvoorbeeld een bericht sturen. Mensen kunnen dus gemakkelijk worden gemobiliseerd en georganiseerd om bijvoorbeeld te protesteren, een voorbeeld dat op dit moment zeer actueel is.

Door middel van de virtuele ruimte kan er op elk moment van de dag met anderen worden gecommuniceerd. De mobiele telefoon met internetaansluiting zorgt er verder voor dat mensen niet meer afhankelijk zijn van hun geografische positie om te kunnen communiceren, omdat een bericht vanuit elke plek kan worden verstuurd. Mensen blijven via de virtuele ruimte op de hoogte van bezigheden en de identiteit van vrienden, bekenden en overige personen. Iedereen heeft de kans zichzelf op een identieke wijze te profileren binnen de virtuele ruimte, ook wel 'identity expression' genoemd (Zaphiris en Ang, 2010). Ook in het geval van evenementen of overige culturele activiteiten wordt de virtuele ruimte in toenemende mate gebruikt om bezoekers en belangstellenden met elkaar te laten communiceren en elkaar te 'ontmoeten' in de virtuele ruimte via sociale media. Het is in dat geval een toevoeging op het evenement of de culturele activiteit wat goed bij deze tijd past.

Verder speelt de virtuele ruimte een steeds grotere rol bij de (snelle) verspreiding van nieuws of informatie. Ingrijpende of belangrijke gebeurtenissen die zich voordoen in de wereld worden binnen enkele minuten of zelfs seconden wereldwijd voor het grote publiek bekend gemaakt door middel

van de virtuele ruimte. Dit is een belangrijk gevolg en voordeel van de virtuele ruimte. De virtuele ruimte heeft dus ook een sterke informatieve functie. Deze verspreiding van informatie kan tussen uiteenlopende groepen plaatsvinden, zoals overheden, burgers, bekendheden, bedrijven, instanties etc. Bijvoorbeeld via de hierboven besproken typen sociale media verspreiden deze groepen informatie waarvan zij denken dat het relevant is voor degenen waarmee ze in contact staan. Nieuws of informatie kan op deze manier snel en gemakkelijk naar een groot publiek worden verspreid (Butsch, 2007). Daarnaast willen burgers ook graag goed geïnformeerd zijn over wat er speelt (Van den Boomen, 2000). Voor overheden bestaat er de mogelijkheid om burgers via de virtuele ruimte te informeren over voorgenomen plannen of deze burgers te betrekken bij deze plannen.

Shields (2003) benadrukt dat de virtuele ruimte een belangrijke rol vervult op de werkvloer. Hij noemt dit 'virtual working'. De virtuele ruimte is op de meeste werkvloeren in verschillende sectoren ver doorgedrongen en vervult daarin daardoor een belangrijke functie. Shields stelt het gebruik van de virtuele ruimte via internet onmisbaar is geworden op de werkvloer. Er wordt op dagelijkse basis vaak gebruikt gemaakt van de virtuele ruimte. Voorbeelden hiervan zijn het communiceren en uitwisselen van informatie tussen de verschillende werknemers of naar zakenpartners en klanten. Deze vorm van communicatie is geïnstitutionaliseerd in de organisatie en vormt 'virtuele omgevingen' binnen de organisatie. Op deze manier vindt er data-uitwisseling plaats en hebben werknemers direct toegang tot informatie die nodig is (Shields, 2003). Organisaties stellen zich ook steeds meer in op de virtuele ruimte, waardoor zij vaak snel gebruik maken van de nieuwste technologieën die de communicatie binnen het netwerk kan versterken. Op deze manier kunnen de werknemers en de organisatie als geheel steeds beter omgaan met nieuwe technologieën, omdat ze als het ware worden gedwongen om erin mee te gaan en er vaardigheden in te ontwikkelen. De organisaties en haar werknemers zijn vandaag de dag niet meer alleen afhankelijk van de werkplek, maar er kan ook vanuit individuele woningen worden gecommuniceerd met collega's. Het zogenaamde 'thuiswerken' is als gevolg van de opkomende virtuele ruimte steeds meer in beeld gekomen. Een uitwisseling die ooit face-to-face en binnen de muren van de organisatie plaatsvond, vindt nu elektronisch plaats, bijvoorbeeld via e-mail. (Shields, 2003).

Tenslotte moet gezegd worden dat de virtuele ruimte en de sociale media daarbinnen niet altijd een expliciete functie hoeven te vervullen, maar ook gewoon handig, leuk en aantrekkelijk kunnen zijn. Vaak is het ook een kwestie van meegaan met de tijd en jezelf of een organisatie onderscheiden van anderen, zoals Molenaar (2006) al aanhaalde in paragraaf 3.2. Het heeft dus ook met het imago van mensen te maken. Mensen zijn vaak op zoek naar iets nieuws en de technologie maakt een dermate snelle ontwikkeling door dat de verschillende toepassingen steeds beter en gebruiksvriendelijker worden. Ook neemt het aantal functies dat deze toepassingen bezitten steeds meer toe.

Zojuist zijn enkele positieve aspecten van de virtuele ruimte belicht waarbij deze vorm van ruimte vandaag de dag eigenlijk onmisbaar is, maar in tegenstelling tot de publieke ruimte, komen er in de literatuur ook enkele negatieve aspecten van de virtuele ruimte naar voren. Het Sociaal en Cultureel Planbureau (2000) heeft het over een tweedeling die de virtuele ruimte zou kunnen veroorzaken tussen groepen die ICT- bezittingen en vaardigheden hebben en groepen die geen ICT- bezittingen en vaardigheden hebben. Deze tweede groep zijn vaak de kwetsbare groepen in de samenleving die niet de financiële mogelijkheden om ICT-apparatuur aan te schaffen of de vaardigheden niet hebben om hier mee om te gaan. Deze mensen worden op deze manier (deels) buitengesloten van de virtuele ruimte.

Van den Boomen (2000) stelt dat de virtuele ruimte ervoor zorgt dat mensen gemakkelijker iets zeggen wat ze face-to-face niet zouden doen. Dit heeft te maken met de zekere mate van anonimiteit die er in bepaalde virtuele omgevingen kan bestaan. De virtuele ruimte creëert een zekere mate van onzichtbaarheid en gevoel van sociale vrijheid: je bent wat je op het scherm prijsgeeft. De mate van zelfonthulling en zelfverberging is op het 'Net' meer in eigen hand te houden. Van den

Boomen stelt verder dat virtuele gemeenschappen vaak losse interne banden hebben en weinig sociale cohesie, in vergelijking met bijvoorbeeld het kleine dorp. Tenslotte stelt Van den Boomen (2000) dat internet zich ergens op de schaal tussen geïsoleerde individualisering en eenvormige massificering bevindt. De invloed van internet kan volgens Van den Boomen dus beide richtingen op gaan. Wel is het zo dat op het internet de grenzen tussen persoonlijke netwerken en publieke gemeenschappen poreuzer zijn dan in het echte leven. Internetgebruikers 'forwarden' berichten van collega's en vrienden naar virtuele bureaus en van virtuele bureaus naar vrienden en collega's (Van den Boomen, 2000).

Keith Hampton (2004) gaat in op 'networked sociability online, offline'. Hiermee stelt hij de groei van het gebruik van internet en mensen die vooral in de eigen woning gebruik maken van de computer ter discussie. Hampton bespreekt vooral de manier waarop computer-gestuurde communicatie invloed heeft op sociale relaties. Heteropianen pleiten dat in een informatie-gemeenschap waar werk, 'leisure', en sociale banden online onderhouden worden, mensen de nood voor sociale relaties op basis van een fysieke locatie kunnen afwijzen. Hiermee bedoelt Hampton dat de noodzaak om mensen face-to-face te ontmoeten kan afnemen als gevolg van online sociale relaties.

Heteropia is geïntroduceerd door Foucault en kan vertaald worden als verschillende instituties en plaatsen die de dagelijkse ruimte belemmeren. Foucault noemt deze plaatsen 'other places'. Heterotopie betekent letterlijk 'de andere (hetero) plek (topos)' (Janssen Architectuur 2011). De virtuele wereld kan volgens Foucault worden aangemerkt als een 'heterotopia', een ruimte die de dagelijkse ruimte kan belemmeren.

Hampton (2004) stelt dat online onderhouden relaties gezien worden als minder betekenisvol en volledig dan traditionele, face-to-face contacten. Een heterotopie is het tegengestelde van een utopie. Waar een utopie gezien kan worden als een onmogelijke bestemming, ziet Foucault een heterotopie juist wel als een fysieke bestemming, samengesteld uit virtuele componenten. Utopianen pleiten dat bij het creëren van nieuwe vormen van online gemeenschappen, 'de virtuele gemeenschap', internet voor een vervanging zorgt van traditionele publieke ruimten. Verder stelt Hampton (2004) dat 'the internet permits us to hide behind a screen rather than interact face to face with other humans. It is isolating individuals who forget what real community is'. Hiermee benadrukt hij een afname van face-to-face contact dat veroorzaakt wordt doordat mensen in toenemende mate achter een computerscherm zitten in plaats van dat ze zich in de fysieke buitenwereld bevinden. Dit isoleert het individu van de echte samenleving en zorgt daardoor voor fragmentatie van de samenleving. Robert Putnam (1995) bevestigt dit en stelt in 'Bowling alone: America's declining social capital' dat mensen in toenemende mate socialiseren in kleine groepen in particuliere woningen, in plaats van in grote groepen in publieke ruimten. De angst bestaat dat het internet, mobiele telefonie en andere vormen van computer-gestuurde communicatie mensen uitsluiten van de publieke gebieden en van de samenleving (Putnam, 1995).

3.5 Sociale media en democratie

Als afsluiting van dit hoofdstuk bespreekt deze paragraaf theorieën met betrekking tot de relatie van internet als onderdeel van de virtuele ruimte. Het gaat hier om de virtuele ruimte als belangrijke schakel bij het gebruik van de sociale media in relatie tot democratie. Het begrip burgerparticipatie zal in deze paragraaf worden geïntroduceerd. In de vorige paragraaf kwam naar voren dat de virtuele ruimte zowel voordelen als nadelen kent. Om alvast vooruit te lopen op de rol van burgers via sociale media in het politieke proces geeft deze paragraaf met een korte theoretische toelichting een klein voorschot op het empirische deel van het onderzoek.

In hoofdstuk 2 kwam al naar voren dat vooral publieke ruimten als pleinen, in het verleden in het geval van de Grieken en Romeinen, een grote rol speelden in het democratiseringsproces. De Griekse agora en het Romeinse forum was de plek waar de politiek zich deels afspeelde. Hier konden mensen

een stem uitbrengen over het beleid in die tijd. Ook is in het onderzoek naar voren gekomen dat pleinen recentelijk ook een grote rol spelen in het democratiseringsproces, omdat het de plek is waar mensen tegenwoordig veelal een 'statement' maken of demonstreren tegen de politieke macht, zoals in Egypte. Naast de publieke ruimten zoals pleinen, speelt ook de virtuele ruimte in de vorm van sociale media een steeds grotere rol in het democratiseringsproces.

Low et al. (2005) gaan in op burgerparticipatie in een paragraaf over 'community participation, empowerment, and citizenship'. Zij stellen dat het in een democratische samenleving ethisch is om de gemeenschap invloed te laten hebben op de omgeving waar ze direct mee te maken hebben. Daarnaast is deze invloed pragmatisch omdat mensen programma's en politiek moeten ondersteunen om hun participatie in gang te zetten. Staatsburgerschap kan volgens Low et al. (2005) worden uitgelegd als onderdeel van een land/staat, regio, buurt en gemeenschapsniveaus van individuen in een of meer gemeenschapsgroepen.

Sey & Castells (2006) gaan uitvoerig in op het internet in relatie tot het politieke proces en de bijbehorende overgang van mediapolitiek naar netwerkpolitiek. Zij stellen dat doordat internet gezien wordt als de ultieme technologie van vrijheid, de verspreiding hiervan onder burgers is omarmt als een potentiële bescherming tegen politieke 'ziektes' rondom vertegenwoordiging en participatie. Aan de andere kant is er kritiek op het feit dat elektronische democratie de potentie heeft om tot fragmentatie onder burgers te leiden en tot het op een verkeerde manier veroveren van publieke aandacht door de elite. Kortom, internet kan aan de ene kant een passend platform zijn voor geïnformeerde en interactieve politiek, omdat het burgerparticipatie kan bevorderen en dichte deuren van politieke instanties kan openen. Aan de andere is elke vorm van technologie, vooral in het geval van internet, gevormd door de inhoud en de gebruikers ervan. Hierdoor kunnen politici de neiging hebben om internet te gebruiken als een reclamebord voor eenrichtingscommunicatie (Sey & Castells, 2006).

Internet als onderdeel van sociale media in de politiek brengt dus volgens deze literatuur zowel kansen als bedreigingen. Sey & Castells (2006) benadrukken wel dat internet niet langer een exotisch politiek medium is in de eenentwintigste eeuw, doordat het al veelvuldig gebruikt wordt binnen de politiek. De verschuiving van een 'top down government'-structuur naar een 'bottom up governance'-structuur heeft hier een grote bijdrage aan gehad. De 'topdown'-structuur, die in sommige gevallen is vervaagd, staat vooral in het teken van formele en centrale sturing van bovenaf en geeft burgers weinig inspraak. De 'bottom up'-structuur staat juist meer in het teken van het besturingsproces en is gericht op de samenstelling van de interactie tussen de staat en de samenleving (Carmona et al., 2008). Dit geeft burgers meer mogelijkheden. De politiek probeert via sociale media in te spelen op deze verschuiving, maar is echter nog altijd zoekende naar de meest effectieve gebruikswijze van sociale media in het participatieproces. Net als de traditionele media, is internet een waardevol hulpmiddel om informatie te verspreiden naar de media en naar het grote publiek, maar het kan aan de andere kant minder effectief zijn in de zin van het fysiek mobiliseren van de burgers en het omarmen van interactie (Sey & Castells, 2006). Hierop inhakend stelt Castells (2004) dat democratie zich als gevolg van de vorming van de netwerksamenleving steeds meer op een elektronische manier zal afspelen, waardoor participatie van burgers tegenover bestuurders opnieuw gedefinieerd zal moeten worden.

Bekkers et al. (2009) onderzoeken de rol die de oude en nieuwe media spelen in de micromobilisatie van burgers en hun strijd om politieke aandacht. We zien, zoals in de aanleiding van het onderzoek al naar voren kwam, steeds vaker dat burgers gebruik maken van diverse media om de noodzakelijke aandacht voor hun onderwerp te krijgen. Daarbij zetten ze volgens Bekkers et al. (2009) niet alleen de klassieke media zoals kranten en televisie in. In toenemende mate gebruiken zij internet om hun standpunten duidelijk te maken. Bekkers et al. (2009) bespreken uitvoerig het Web 2.0. Dit is een nieuwe generatie van mogelijkheden die het internet heeft verkregen. 'Web 2.0-toepassingen leunen op het bestaan van digitaal gefaciliteerde sociale netwerken waarin kennis, informatie en ervaringen worden gedeeld. Het bestaan van deze netwerken kan ervoor zorgen dat burgers zich razendsnel en

via een soort 'sneeuwbaaleffect' kunnen organiseren om politieke en maatschappelijke druk uit te oefenen, wat tot allerlei strategische verrassingen kan leiden, vooral aan de zijde van openbaar bestuur en politiek' (Bekkers et al., 2009).

Internet wordt volgens Bekkers et al. (2009) momenteel met name ingezet om de informatieverstopping aan en de communicatie met burgers te verbeteren, vooral daar waar het de dienstverlening betreft. 'Kijken we echter naar het gebruik van het internet voor vormen van politieke mobilisatie en politieke participatie dan zien we tegenvallende resultaten' (Bekkers et al., 2009). Het probleem hierbij is dat internetgebruikers niet langer meer de passieve consumenten zijn die gewillig de hun aangeboden inhoud verteren: het vroegere eenrichtingsverkeer in het toegankelijk maken van specifieke informatie en kennis is deels vervangen door tweerichtingsverkeer (Bekkers et al., 2009).

Van den Boomen (2000) stelt tenslotte dat mensen via het 'community-netwerk' een sterkere politieke betrokkenheid bij hun lokale gemeenschap ontwikkelen. Het is echter vers twee of zij daadwerkelijk invloed kunnen uitoefenen. In sommige gevallen zal de lokale politiek misschien doorzichtiger worden en hier en daar interactieve beleidsdebatten en digitale inspraak organiseren, maar vaker blijkt 'de politiek' zich verre te houden van de rommelige online interactie. Elke burger roept er volgens Van den Boomen (2000) immers maar wat, in een context en een cultuur die ver af staat van hoe politici en ambtenaren hun werk ervaren en uitvoeren. Hierdoor is het voorbarig om te zeggen dat 'community-netwerken' fundamentele veranderingen in politieke participatie teweegbrengen. Dat betekent niet dat de 'community-networks' dus wel kunnen worden opgedoekt. Integendeel, ze zijn sterker nodig dan ooit. Hun sterkste troeven zijn gelegen in de lokale informatie, het interactieve podium voor het maatschappelijk middenveld, de totstandkoming van een virtuele ruimte en de educatieve functie. Dit zijn meer sociaal-culturele doelen dan politiek-economische (Van den Boomen, 2000).

3.6 Conclusie

In dit hoofdstuk is naar voren gekomen dat net als in het geval van de publieke ruimte, ook het begrip virtuele ruimte complex van aard is en dat er moeilijk vat op valt te krijgen. De virtuele ruimte is een ruimte die niet tastbaar van aard is en verandert in een hoog tempo. Wel is duidelijk geworden dat de virtuele ruimte snel in opkomst is gekomen en vandaag de dag een grote invloed heeft, waardoor hier dus ook rekening mee moet worden gehouden en op moet worden ingespeeld. Het computerbezit en de tijd die mensen besteden achter de computer is de laatste twintig jaar fors toegenomen. Internet heeft een grote invloed op het dagelijkse leefgedrag en op de sociale relaties van mensen. Nieuwe sociale media zoals Hyves, Facebook, Twitter en LinkedIn werden in dit hoofdstuk besproken en zijn typen van sociale media binnen de virtuele ruimte waar elk mensenleven vaak wel gebruik van maakt, mee te maken krijgt of over hoort. Vooral in het geval van de jongere generaties, die ermee zijn opgegroeid, zijn deze sociale media eigenlijk niet meer weg te denken, maar ook de oudere generaties van kort hierna maken steeds meer gebruik van deze toepassingen. De sociale media Hyves en Facebook zijn vooral gericht op het vriendennetwerk. Mensen kunnen zichzelf via een persoonlijke pagina profileren en contacten zoeken of onderhouden. Deze twee sociale media lijken dus op elkaar. Twitter en LinkedIn zijn meer verschillend van Hyves en Facebook. Twitter is minder uitgebreid qua mogelijkheden, omdat het bestaat uit relatief korte berichten die mensen kunnen plaatsen over wat hen bezighoudt, het geven van 'links' en het 'volgen' van anderen. LinkedIn richt zich op een professionele carrière en netwerk van mensen die op zoek zijn naar werk (via een online cv), werkgevers die op zoek zijn naar werknemers of collega's uit bepaald vakgebied. Het gaat hierbij vooral om professionele netwerken die mensen in hun leven hebben opgebouwd waar ze voordeel uit kunnen halen. Ook is in dit hoofdstuk naar voren gekomen dat de virtuele ruimte zowel voor- als nadelen kent. Enkele voorbeelden van voordelen zijn het positieve effect dat de virtuele ruimte kan hebben op het onderhouden en creëren van persoonlijke relaties/vriendschappen en netwerken, de (snelle) verspreiding van nieuws of informatie omdat men

steeds minder geografisch gebonden is, dat grote groepen mensen snel en onmiddellijk bereikt en georganiseerd kunnen worden en de positieve invloed op het netwerk op de werkvloer van een organisatie. Daarnaast worden sociale media ook gewoon als handig, leuk en aantrekkelijk gezien en speelt imago een rol. Ook kan de virtuele ruimte ook een bijdrage leveren aan evenementen, door bezoekers en belangstellenden er via sociale media bij te betrekken. Enkele voorbeelden van mogelijke nadelen zijn de mogelijke tweedeling die de virtuele ruimte kan creëren tussen mensen met en zonder mogelijkheden en vaardigheden met betrekking tot ICT-toepassingen, de relatieve anonimiteit die er bestaat op het web en het kan de traditionele face-to-face contacten mogelijk belemmeren (fragmentatie in de samenleving). Tenslotte kan de virtuele ruimte ook een zowel een positieve als negatieve rol vervullen in het politieke proces, in de vorm van burgerparticipatie. Aan de ene kant kan het een passend platform zijn voor geïnformeerde en interactieve politiek, maar aan de andere kant bestaat er wel een gevaar, omdat het wel gevormd door de inhoud en de gebruikers ervan. Wel is duidelijk dat internet een steeds grotere invloed heeft op en rol begint te spelen in het politieke proces, vooral waar het gaat om de huidige Web 2.0-toepassingen.

4 Synthese: Verhouding publieke en virtuele ruimte

Nadat de publieke en virtuele ruimte in de vorige twee hoofdstukken afzonderlijk zijn behandeld, zal dit hoofdstuk de verhouding tussen beide ruimten bespreken. Beide ruimten zullen dus aan elkaar worden gerelateerd. Dit zal de synthese van het theoretische deel van het onderzoek vormen, aan de hand waarvan met het empirische deel kan worden gestart met betrekking tot de rol van de virtuele ruimte/sociale media binnen de ruimtelijke planning. In de aanleiding van het onderzoek in hoofdstuk 1 kwam al naar voren dat de publieke en virtuele ruimte op het ene moment twee uitersten kunnen zijn, maar op een ander moment juist ook heel dicht bij elkaar kunnen liggen. Dit hoofdstuk bespreekt deze complexe relatie tussen de publieke en virtuele ruimte. Paragraaf 4.1 blikt kort terug op de belangrijkste zaken die al naar voren zijn gekomen met betrekking tot de begrippen publieke en virtuele ruimte. Paragraaf 4.2 gaat in op de toenemende verweving van de publieke en virtuele ruimte. Vervolgens bespreekt paragraaf 4.3 het begrip 'hybride ruimte' als meerdere plekken waar het publieke leven zich afspeelt, waaronder de virtuele ruimte. Paragraaf 4.4 bespreekt hoe er in algemene zin met de virtuele ruimte om kan worden gegaan. Tenslotte volgt in paragraaf 4.5 een korte conclusie van dit hoofdstuk en worden de vier criteria uit het theoretisch kader met betrekking tot de publieke en virtuele ruimte uitgewerkt in de vorm van een opsomming. Deze uitwerking zal een opstap vormen naar het empirische deel van het onderzoek.

4.1 Resumé

In hoofdstuk 2 is naar voren gekomen dat het bij de publieke ruimte gaat om materiële en fysieke plaatsen waar mensen elkaar face-to-face ontmoeten en kunnen communiceren door informatie uit te wisselen. Daarnaast is de publieke functie van deze ruimte naar voren gekomen. Het is een ruimte die vrij toegankelijk (openbaar) is voor mensen. Het gaat hier om traditionele stedelijke ruimten zoals pleinen, parken, straten, markten etc. die in het theoretisch kader van paragraaf 1.5 onder 'agora' te vinden zijn. Uit de theorie is helder geworden dat het begrip publieke ruimte steeds ruimer gedefinieerd kan worden en dat ruimten die in het theoretisch kader als 'passage' en 'parochiale ruimte' zijn aangeduid ook steeds meer tot de publieke ruimte kunnen worden gerekend. Zelfs de directe woon- en leefomgeving wordt in sommige gevallen tot de publieke ruimte gerekend. Er zijn ontwikkelingen gaande rond het begrip publieke ruimte, maar ook de feitelijke publieke ruimte is aan verandering onderhevig. Hierbij kan gedacht worden aan de uitvoering van verschillende ruimtelijke plannen met betrekking tot de publieke ruimte.

In hoofdstuk 3 is naar voren gekomen dat het bij de virtuele ruimte gaat om een immateriële en onzichtbare ruimte die leunt op informatie- en communicatietechnologieën (ICT). Internet vormt een belangrijk onderdeel van de virtuele ruimte. Het is een ruimte die de laatste twintig jaar in opkomst is gekomen en het gedrag van en de patronen binnen de maatschappij in toenemende mate begint te bepalen (vooral in het geval van de jongere generaties). Er moet dus steeds meer rekening worden gehouden met de virtuele ruimte. Dit uit zich ook in het theoretisch kader van paragraaf 1.5 waar ook 'virtualiteit' in de vorm van het virtuele forum, de nieuwsgroep en het virtueel thuisadres (de mailbox) is meegenomen. Mensen kunnen als gevolg van het ontstaan van de virtuele ruimte sneller, gemakkelijker en onmiddellijker met elkaar communiceren. Er is uit de theorie naar voren gekomen dat er moeilijk grip valt te krijgen op de virtuele ruimte, omdat het een ruimte betreft die grotendeels onzichtbaar is en zich dus voor het grootste deel aan het menselijk oog onttrekt. Binnen de virtuele ruimte is in misschien nog grotere mate dan de publieke ruimte sprake van veranderingen. Technologische ontwikkelingen in de vorm van nieuwe mogelijkheden en nieuwe typen sociale media volgen elkaar in een hoog tempo op. In hoofdstuk 3 werden 'jonge' sociale media als Hyves, Facebook, Twitter en LinkedIn al besproken als zeer invloedrijke typen virtuele ruimte. Net als in het geval van de publieke ruimte gaat het bij de virtuele ruimte ook om een

complex geheel. Dit maakt het onderzoeken van de verhouding tussen beide ruimten ingewikkeld, maar zeer uitdagend en interessant.

4.2 Verweving publiek en virtueel

In paragraaf 3.1 komt een citaat naar voren van Kluitenberg (2006) waar hij stelt dat 'alle technologische trends en ontwikkelingen er op duiden dat de publieke en virtuele sferen zich toenemend met elkaar verweven'. Dit geeft in zekere zin de kern van de verhouding tussen de publieke en virtuele ruimte weer. Ook in de overige literatuur wordt nadrukkelijk gesteld dat de virtuele en publieke ruimte steeds dichterbij elkaar komen te liggen, elkaar beïnvloeden en zich met elkaar verweven. Tegenwoordig bestaan er bijvoorbeeld naast fysieke pleinen ook virtuele pleinen. Molenaar (2006) stelt dat 'wat mensen in de fysieke wereld meemaken, willen zij bediscussiëren op internet en andersom'. Hij haalt als voorbeeld de voetbalsites van supporters aan. 'Op deze site betuigt men niet alleen de onbeperkte liefde voor de eigen club, maar ook de immense haat jegens de tegenstanders. Men spreekt op internet af hoe men de tegenpartij te lijf wil gaan. Een ander voorbeeld is wanneer men een (vermeende) ziekte constateert en vervolgens op internet naar informatie over deze ziekte gaat zoeken. Men zoekt op allerlei medische sites naar de symptomen, de analyse en de mogelijke behandelingen. Sportsites geven zo informatie over blessures. Daarnaast zijn er specialistische sites die een specifiek thema behandelen, informatief, via een online consult, chatrooms en weblogs. Internet is de primaire informatiebron' (Molenaar, 2006). Ook op koopgebied is deze verandering zichtbaar volgens Molenaar (2006). Voordat de consument tot een dure aankoop overgaat, zal hij zich hebben georiënteerd op het internet. Daarna gaat hij pas naar de winkel. Hij is dus volledig geïnformeerd over de mogelijkheden van het product, kent de verschillende prijzen van de aanbieders op het internet en heeft zijn keuze eigenlijk al gemaakt. Deze omkering van aanbodgestuurd naar kopergericht is volgens Molenaar (2006) een voorbeeld van de beïnvloeding die uitgaat van de nieuwe media op het gedrag van mensen in zowel de privé- als de woonsfeer. Het individu wordt zowel door zijn fysieke als virtuele omgeving beïnvloed.

Hajer en Reijndorp (2001) stellen dat de snelle ontwikkelingen op het gebied van informatietechnologie en telematica het mogelijk maken dat men niet langer gebonden is aan bepaalde werkplekken waardoor contacten in de vrije tijd op een geheel andere manier worden georganiseerd. Door de permanente bereikbaarheid via mobiele telefoons krijgt het begrip ontmoetingsplaats een geheel andere betekenis. Deze uiteengelegde en beweeglijke stad zorgt er voor dat het ontwerp van de openbare ruimte zich hierop zal moeten aanpassen (Hajer en Reijndorp, 2001). Ook bij hedendaagse culturele evenementen, die bijvoorbeeld vaak plaatsvinden in publieke ruimten zoals een plein of een park, is de verweving van de publieke en virtuele ruimte zichtbaar. In hoofdstuk 1 werd het voorbeeld al aangehaald van een evenement op een plein in Groningen, waarbij Twitter-berichten van bezoekers en belangstellenden op een scherm zichtbaar waren. Mensen bevinden zich in dit geval in de publieke ruimte en communiceren via de virtuele ruimte.

Volgens Molenaar (2006) komt het steeds vaker voor dat groepen de fysieke wereld virtueel willen beïnvloeden. Dit is een proces dat nog maar net begonnen is, met een nog onbekende impact. Er ontstaat een groeiende irritatie over ander gedrag. 'Men gaat zich ergeren aan voetbalsupporters, moslims, aan gelovigen, aan jongeren, eigenlijk aan iedereen die niet voldoet aan de eigen normen of levensvisie'. Op zich mag dit volgens Molenaar (2006), en in een fysieke context is dit ook beheersbaar, maar nu komt de impact van de virtuele beïnvloeding. 'Men weet meer en vormt groepen, wereldwijd. Men heeft informatie en accepteert de juistheid hiervan zonder een gezonde, kritische weging. De spelregels zijn onbekend en de controlemechanismen werken nog niet. Dit zal een periode inluiden van een verdergaande toepassing van de technologie en een verdere verdieping van de invloeden van de virtuele wereld op ons gedrag in de fysieke wereld' (Molenaar, 2006). Ook het voorbeeld dat in hoofdstuk 1 in de aanleiding van het onderzoek naar voren kwam is hier een goed voorbeeld van. Via sociale media roepen mensen elkaar op en groeperen zij zich om

bijvoorbeeld gezamenlijk te demonstreren in een publieke ruimte zoals een plein. Dit is een voorbeeld van een verweving van de virtuele en publieke ruimte. De zogenaamde 'Flashmobs' zijn de laatste jaren zeer in opkomst gekomen. Dit is een grote groep mensen die bijeenkomt en vervolgens weer snel uiteenvalt, vaak om een 'statement' te maken of iets te promoten. Publieke ruimten zoals een plein zijn zeer passende ruimten waarop mensen in steden gebruik maken om zich bijvoorbeeld te verzamelen en een statement te maken, bijvoorbeeld aan de politieke macht zoals in Egypte. De openheid en bewegingsvrijheid van de publieke ruimte in tegenstelling tot de overige dichte bebouwing in de binnensteden is hier de voornaamste oorzaak van.

Door de opkomst van de digitale media is het gebruik en de betekenis van de traditionele publieke ruimte ingrijpend veranderd. De nieuwste ontwikkelingen in de informatietechnologie bedienen zich van apparatuur die zich steeds meer aan het oog onttrekt, ook wel 'het probleem van de onzichtbaarheid' genoemd. Hierdoor wordt een kritische stellingname bemoeilijkt (Kluitenberg, 2006). Via draadloze media kunnen mensen snel, onmiddellijk en gemakkelijk gemobiliseerd worden (waar, wanneer, wat). Over de traditionele ruimte zijn elektronische netwerken gelegd zoals die van mobiele telefoons en andere draadloze media. Deze stapeling vormt een ongelijkmatig, zeer instabiel en voortdurend veranderend systeem.

Het Ruimtelijk Planbureau (2003) haalt de zin 'death of distance' aan, waarmee bedoeld wordt op het feit dat virtuele communicatie en contacten het voor bedrijven niet meer noodzakelijk maakt om in elkaars nabijheid te zijn of om fysieke verplaatsingen te maken. Afstand lijkt hierdoor een minder belangrijke rol te spelen voor het hebben van contacten. Het Ruimtelijk Planbureau gaat in op de vraag of deze 'death of distance' daadwerkelijk optreedt en of ICT fysieke contacten (face-to-face) kan vervangen. Volgens het Ruimtelijk Planbureau (2003) kan de 'death of distance' worden ontkent, omdat elektronische en face-to-face contacten eerder complementair zijn aan elkaar, dan dat ze een bedreiging voor elkaar vormen door elkaar te vervangen. Infrastructuren zoals internet zorgen volgens het Ruimtelijk Planbureau (2003) juist voor een toename van communicatie die face-to-face contacten vereist waardoor nabijheid uiteindelijk toch vereist is.

Sociale relaties die ontstaan zijn op het internet kunnen volgens Hampton (2004) leiden tot offline, (fysiek) face-to-face contact en bestaande vriendschaps- en/of familierelaties kunnen online ondersteund worden. Hiermee wordt het positieve effect van internet juist benadrukt. Hampton stelt tenslotte dat het in een netwerksamenleving niet voor de hand ligt dat mensen de noodzaak tot sociale relaties gebaseerd op fysieke locaties zullen afwijzen. Dit betekent dat mensen elkaar nog altijd op fysieke locaties zullen ontmoeten, ondanks de vorming van de netwerksamenleving. Er is nog geen bewijs dat internet het belang van de bestaande publieke ruimte zal doen afnemen (Hampton, 2004).

4.3 Hybride ruimte

Kluitenberg (2006) bespreekt de zogenaamde 'hybride ruimte' als meerdere plekken waar het publieke leven zich tegelijkertijd afspeelt. Het gaat hier bijvoorbeeld om straten, pleinen, parken, massamedia zoals kranten en televisie, internet, chatrooms en nieuwsgroepen. Dit betreft dus zowel de publieke als virtuele ruimte die eerder uitvoerig besproken werden. Omdat het publieke zich in al deze verschillende ruimten tegelijkertijd afspeelt, is het publieke in die zin bij uitstek 'hybride' van aard geworden: een verstrengeling van concrete en virtuele eigenschappen, van statische en mobiele domeinen, van publieke en private sferen, van globale en lokale interesses (Kluitenberg, 2006). De hybride ruimte ondergaat momenteel volgens Kluitenberg (2006) 'een krachtige impuls van draadloze en mobiele technologieën als GSM, GPS, WI-FI en RFID, die niet alleen het fysieke en virtuele, maar ook het private en publieke verheugd in elkaar doen overlopen. En hoewel wij hier in het dagelijks leven schijnbaar soepel mee omgaan, wordt in de debatten over ruimtelijke ordening of over sociale cohesie, of in culturele analyses vaak buiten beschouwing gelaten dat het gebruik van draadloze media het statuut van het publieke verandert. Ze kunnen ingezet worden als

controlemechanismen, maar ook als alternatieve gereedschappen ter vergroting en verscherping van het publieke handelen, of het nu om feesten, evenementen of ontmoetingen gaat, of om acties, rellen en demonstraties. Draadloze media maken een letterlijke en figuurlijke 'mobilisering' mogelijk van de publieke ruimte, die niet langer statisch is en die individuen of groepen op een andere manier inzetbaar maakt' (Kluitenberg, 2006).

Marion Hamm (2006) stelt dat wetenschappers en webtheoretici al meer dan tien jaar vat proberen te krijgen op de complexe interacties tussen de digitale en de materiële wereld. Traditionele grenzen zijn vervaagd, wat dit onderzoek bemoeilijkt. Nabijheid en afstand worden niet langer uitgedrukt in mijlen en kilometers, de beschikbaarheid van vervoersmiddelen en de grenzen tussen straten. Traditionele begrenzingen in de tijd, zoals die tussen een protest en een verslag dat ervan wordt gegeven, storten ineen als gebeurtenissen 'live' in een gezamenlijk sociaal proces door de activisten zelf worden verslagen via websites, blogs en streams op internet. Hamm (2006) stelt dat in 'cyberspace' 'kenmerken als geslacht, leeftijd, klasse of etniciteit er niet zo toe doen, al zijn ze niet bepaald onbelangrijk. Via online-communicatiekanalen kunnen mensen op kantoor gewoon meedoen aan de protestacties, ook als ze vastzitten op hun werkplek. De grenzen tussen werktijd en vrije tijd kunnen worden uitgewist. Toegang tot en bekendheid met technische middelen en 'online communities' worden belangrijk voor je sociale positie, zowel online als offline. De snelheid waarmee zogenaamde 'real-time tools' werken roept een gevoel van onmiddellijkheid en urgentie op. Gedrag online wordt een kenmerk van de identiteit van mensen, omdat typisch online gedrag ook in materiële ontmoetingen een rol gaat spelen' (Hamm, 2006).

4.4 Omgang met virtuele ruimte

Carmona et al.(2008) bespreken uitvoerig hoe er om moet worden gegaan met de publieke ruimte. Daarbij halen zij ook de rol van de zogenaamde 'virtual space' aan. Ze stellen dat 'what is new is the growth of virtual spaces – chat rooms, virtual worlds, radio phone-ins, and like – that some have argued will supplant our need to meet and interact in traditional public space, and will eventually lead to new forms of urbanism'. Hier stellen Carmona et al (2008) dus heel expliciet dat de virtuele ruimte de plaats van de traditionele publieke ruimte voor een deel inneemt bij de behoefte om interactie te hebben met anderen. Dit zal volgens hen uiteindelijk leiden tot nieuwe vormen van stedelijke planning. Volgens Carmona et al. (2008) komt dit doordat computernetwerken fundamenteel worden voor het functioneren van het stedelijke leven. Ondanks bovenstaande overgang, wordt de kwaliteit van de publieke ruimte eerder belangrijker dan minder belangrijk. Ondanks dat de virtuele ruimte volgens Carmona et al. (2008) ten koste kan gaan van de publieke ruimte, is er wel voorzichtigheid geboden bij deze uitspraak. Op sommige gebieden blijft face-to-face contact voorlopig nog de manier van interactie tussen mensen die de voorkeur geniet, bijvoorbeeld in het bedrijfsleven en bij bepaalde private activiteiten. De nieuwe technologieën zullen volgens Carmona et al. (2008) dus niet een dermate groot gevaar vormen voor de publieke ruimte dan ooit gedacht werd. Een toename in het gebruik van 'third places', dit zijn plaatsen als café's, restaurants, bibliotheken, religieuze gebouwen etc., bevestigen deze stelling volgens Carmona et al. (2008).

Volgens Molenaar (2006) zullen er de komende jaren twee groepen zijn die de technologie op een geheel eigen wijze toepassen. Enerzijds is er de groep die het gehele gedrag ervan laat afhangen, die de technologie en de virtuele communicatie als een levensvoorwaarde beschouwt. Anderzijds is er de groep die de technologie als een aanvulling wil zien op het eigen leven. Beide groepen zullen een ander gedrag vertonen en op een andere wijze benaderd moeten worden. Opvallend is dat Molenaar (2006) een derde groep, de groep die in zijn geheel geen gebruik maakt van de technologie, niet benoemt. Het inspelen op deze verschillende groepen is een uitdaging voor de politiek, de gezagsdragers, maar ook voor het bedrijfsleven. Politici moeten bijvoorbeeld beseffen dat de burgers andere eisen gaan stellen aan de politiek en veelal beter geïnformeerd zijn dan zichzelf. De politiek heeft de individualiteit van de burger volgens Molenaar (2006) totaal gesmoord, zodat deze zich van

de politiek heeft afgekeerd. 'De burger eist juist steeds meer individualiteit en de regie over zijn eigen leven op. Wat vroeger collectief was, standaard en voor iedereen hetzelfde, is persoonlijk geworden, de eigen leefwereld. De techniek faciliteert en stimuleert.

De mens is regisseur van zijn leven en de anderen zijn slechts volgelingen. De wisseling van de macht (de omkering) is dan een feit, maar de weg erheen zal ons nog verbazen, verrassen en soms doen schrikken. Aanpassen is pijnlijk, want andere partijen verliezen de regie, zoals de politiek, de directies en de aandeelhouders. Zij zullen een 'struggle for life' vertonen en alleen blijven bestaan als wij dat collectief willen. Zij moeten zich aanpassen aan de wensen van het individu, aan het collectieve individualisme van de maatschappij' (Molenaar, 2006). Hier wordt dus gesteld dat de snelle ontwikkeling van de technologie een grote invloed zal hebben op de samenleving en dat verschillende partijen dit niet kunnen negeren. Sterker nog, ze zullen er volgens Molenaar (2006) rekening mee moeten houden om de burger te kunnen bedienen zoals de burger dat wenst.

4.5 Conclusie

De publieke en virtuele ruimte raken steeds meer met elkaar verweven en beïnvloeden elkaar in toenemende mate. Wat mensen in de fysieke wereld meemaken bespreken zij ook in de virtuele wereld en wat ze in de virtuele wereld meemaken bespreken zij ook in de fysieke wereld. Het woord ontmoetingsplaats in de zin van de publieke ruimte heeft een andere betekenis gekregen door de opkomst van de virtuele ruimte. Het publieke is 'hybride' geworden. Er kan niet stellig worden beweerd dat de virtuele ruimte communicatie in de publieke ruimte vervangt, omdat er geen sprake is van een afname van uitwisselingen van informatie in de publieke ruimte. Het kan wel zo zijn dat mensen die eerder face-to-face communiceerden, dit nu deels via de virtuele ruimte doen waardoor de virtuele ruimte de functie van de publieke ruimte voor een deel kan overnemen. Toch blijkt dat mensen in de praktijk nog altijd de behoefte hebben om face-to-face met elkaar te communiceren. De virtuele ruimte is in dat geval eerder complementair aan de publieke ruimte, omdat het mensen kan mobiliseren naar de publieke ruimte. Het maakt de communicatie tussen verschillende personen gemakkelijker, sneller en onmiddellijker.

De virtuele wereld is sterk in opkomst gekomen de laatste decennia, waardoor er vanuit uiteenlopende vakgebieden rekening moet worden gehouden met deze ruimte. De nieuwe sociale media hebben een grote invloed op het gedrag van het individu, maar ook op het gedrag van groepen mensen. Er zal dus ook op deze ruimte moeten worden ingespeeld vanuit deze verschillende vakgebieden. Zeker omdat de generaties die zullen volgen opgroeien met sociale media en het in toenemende mate als levensvoorwaarde gaan beschouwen. Op dit moment is er nog sprake van een tweedeling in generaties die wel en niet met de sociale media zijn opgegroeid, maar in de toekomst zal deze tweedeling steeds kleiner worden. Het inspelen op de sociale media binnen de virtuele ruimte zal dus belangrijker worden, omdat het ook zijn weerslag kent op de publieke ruimte en op de manier waarop mensen in de toekomst participeren in de lokale politiek.

Tenslotte zullen als afsluiting van dit hoofdstuk de criteria uit figuur 1.3 in het theoretisch kader van paragraaf 1.5 nog eens in het licht van de publieke en virtuele ruimte worden gezet om een opstap te vormen naar het empirische deel van het onderzoek met betrekking tot de ruimtelijke planning. Dit is uitgewerkt in de volgende opsomming:

- Op sociaal gebied leveren zowel de publieke als de virtuele ruimte een bijdrage als plek waar mensen elkaar kunnen ontmoeten en vervolgens met elkaar kunnen communiceren. Het voordeel van de publieke ruimte is dat mensen elkaar hier 'face-to-face' kunnen ontmoeten en het voordeel van de virtuele ruimte is dat mensen vanuit huis of vanuit een andere locatie via de mogelijkheden op de mobiele telefoon via sociale media onmiddellijk met elkaar kunnen communiceren. Men is dan niet meer afhankelijk van de geografische positie. Op sociaal gebied kunnen beide ruimten elkaar zowel versterken als bedreigen. In het eerste

geval spreken mensen af om elkaar te zien in de publieke ruimte via de virtuele ruimte. In het tweede geval worden ontmoetingen in de publieke ruimte vervangen door ontmoetingen in de virtuele ruimte.

- Op fysiek gebied kan gesteld worden dat zowel de publieke als de virtuele ruimte gebruikt worden omdat deze ruimten uiteenlopende voordelen kennen voor mensen om er gebruik van te maken. Het zijn dus aantrekkelijke ruimten die een toevoeging vormen op het leven van mensen. Beide ruimten lenen zich er uitstekend voor om het netwerk van mensen te benutten en uit te beiden. Mensen bevinden zich over het algemeen graag in de publieke en virtuele ruimte omdat het stedelijke leven zich hier tegenwoordig voor een groot deel afspeelt. Daarnaast maken mensen gebruik van beide ruimten omdat het gewoon leuk is. Dit in de virtuele ruimte vooral het geval bij de nieuwste sociale media. Het gaat hier om de eerder genoemde 'thrillfactor'. Iets wat nieuw is, wordt vaak interessant gevonden door mensen.
- Op politiek gebied kunnen zowel de publieke als de virtuele ruimte een grote bijdrage leveren en kunnen ze elkaar versterken. Recentelijk komt het steeds vaker voor dat mensen 'statements' maken in publieke ruimten zoals een plein, wat vaak onderdeel is van een democratiseringsproces. Deze pleinen zijn vaak open en centrale plekken in de stad. Om deze statements te maken kunnen mensen elkaar via de sociale media als onderdeel van de virtuele ruimte mobiliseren en groeperen. Op deze manier is de virtuele ruimte complementair aan de publieke ruimte. De virtuele ruimte kan tenslotte worden gebruikt binnen de ruimtelijke planning om burgers te informeren of te laten participeren. Hiermee kan snel een groot publiek worden bereikt en worden betrokken bij de beleidsvorming. Het grote voordeel is dat het publiek vanuit huis kan reageren op het gevoerde of te voeren beleid.
- Op cultureel gebied leveren ook zowel de publieke als de virtuele ruimte een grote bijdrage. Publieke ruimten zoals pleinen, parken en straten lenen zich goed voor het organiseren van evenementen en overige culturele activiteiten. Dit zijn zoals gezegd plaatsen waar ruimte is om dergelijke zaken te organiseren. De virtuele ruimte kan aan deze evenementen en overige culturele activiteiten een bijdrage leveren door mensen te informeren, ze bij het evenement te betrekken en omdat dit weer een extra dimensie aan het evenement of de activiteit kan geven. Zeker in deze tijd van steeds verdergaande technologische ontwikkelingen is dit aantrekkelijk, met name wanneer dit aansluit bij de doelgroep.

5 Sociale media in de ruimtelijke planning

Nadat de publieke en virtuele ruimte in de vorige hoofdstukken in het theoretische deel van het onderzoek uitgebreid aan bod zijn gekomen, richt dit hoofdstuk zich op de huidige en toekomstige rol van de sociale media in de ruimtelijke planning. Dit hoofdstuk vormt het empirische deel van het onderzoek en heeft een meer praktische en ook planologische invalshoek. In het empirische deel van het onderzoek zullen in de kern twee zaken aan bod komen: het gaat hierbij ten eerste om de vraag op welke manier de sociale media een bijdrage kunnen leveren aan het in gang zetten van burgerparticipatie en ten tweede aan het maken van kwalitatief hoogwaardige ruimtelijke plannen. De antwoorden op deze vragen zullen grotendeels via interviews met medewerkers van verschillende gemeenten in Noord-Nederland worden verkregen. Het overige deel zal door middel van literatuuronderzoek worden uitgewerkt. Paragraaf 5.1 bespreekt het begrip interactieve beleidsvorming in relatie tot burgerparticipatie. Hier wordt de interactie tussen de overheid en burgers besproken. Paragraaf 5.2 bespreekt de huidige rol van sociale media in de ruimtelijke planning. In paragraaf 5.3 worden de kansen besproken die uit de interviews met gemeentemedewerkers naar voren zijn gekomen met betrekking tot de rol van sociale media in deze organisaties. Paragraaf 5.4 bespreekt vervolgens op dezelfde manier de bedreigingen van sociale media in de ruimtelijke planning. Paragraaf 5.5 bespreekt de toekomst met betrekking tot de rol van sociale media in de ruimtelijke planning. Paragraaf 5.6 gaat in op de vraag of sociale media een aanvulling of bedreiging vormen binnen de gemeentelijke organisatie. Het hoofdstuk wordt afgesloten met een conclusie in paragraaf 5.7.

5.1 Interactieve beleidsvorming

Van Vliet (2010) stelt dat 'om te komen tot een goed functionerende stadsplanning er een stevige opgave ligt bij de gemeentelijke overheid om bij het ontwerpen, vaststellen en uitvoeren van haar plannen relevante partijen te betrekken. Een structuurvisie die geen draagvlak heeft bij de burgerij heeft geen enkele waarde'. Hier wordt gedoeld op het feit dat het belangrijk is dat burgers worden betrokken en participeren bij het tot stand komen van een ruimtelijk plan zoals een structuurvisie. Wanneer burgers vanaf het begin worden betrokken in het planningsproces, neemt over het algemeen de kans af dat ze later dwars gaan liggen. Burgers krijgen volgens Pröpper en Steenbeek (1999) de gelegenheid hun mening te geven over het beleid, zodat de overheid beter met hun opvattingen en wensen rekening kan houden.

Het heeft lang geduurd voordat er vanuit de ruimtelijke planning werd onderkent dat burgers betrokken moeten worden bij de beleidsvorming om het draagvlak voor een plan te vergroten. Volgens Allmendinger (2002) ervaren ruimtelijke planners op dit moment dat de samenleving zeer snel verandert, terwijl de ruimtelijke planning en het proces om te komen tot deze planning nog grotendeels rust op ideeën en procedures van een ander tijdperk. Dit systeem is vooral ingesteld op een volledige machtspositie van de overheid, maar er vindt een verschuiving plaats richting een veranderende verhouding tussen de overheid en de burger. De hedendaagse samenleving vraagt om invloed op de beleidsvorming, terwijl systeem van de ruimtelijke planning hier niet volledig op is toegerust. De mondige burgers van vandaag de dag willen graag goed geïnformeerd zijn, invloed uitoefenen en een stem hebben in zowel het gevoerde als het te voeren beleid van overheden. Vanuit overheden bestaat er het besef dat er relevante informatie uit de samenleving kan worden gehaald ten behoeve van ruimtelijke plannen en dat het belangrijk is dat burgers meedoen in de maatschappij. De vraag is alleen hoe deze informatie kan worden verkregen. Dit vergt een andere werkwijze dan die van de traditionele inspraakprocedures of informatieavonden, waarbij de burger in een later stadium in het beleidsproces mag reageren op of wordt geïnformeerd over plannen die de gemeentelijke overheid al heeft uitgewerkt. De ruimtelijke planning is momenteel zoekende naar

de invulling van deze werkwijze waarbij het beleid op een interactieve wijze wordt gevormd door de overheid in samenwerking met burgers en overige actoren.

Van Vliet (2010) bespreekt het begrip interactieve beleidsvorming, wat een zinvolle werkwijze is waar het gaat om het laten participeren van burgers in de ruimtelijke planning. Ook liggen er mogelijkheden en misschien wel de toekomst bij de sociale media om interactieve beleidsvorming te laten plaatsvinden in de huidige netwerksamenleving die in de vorige hoofdstukken naar voren is gekomen. Daarom zal het begrip interactieve beleidsvorming in deze paragraaf worden toegelicht. In een interactief planningsproces wordt er tot op zekere hoogte geluisterd naar de meningen van burgers, waardoor zij het gevoel kunnen krijgen dat hun mening telt en dat er iets mee gedaan wordt. Toch moet deze laatste zin met voorzichtigheid worden behandeld, omdat er verschillende vormen van burgerparticipatie kunnen worden toegepast door het gemeentebestuur. Dit kan variëren van informeren, adviseren of zelfs het laten meebeslissen van burgers. Hier zal later in dit hoofdstuk op terug worden gekomen met behulp van de zogenaamde 'participatieladder'.

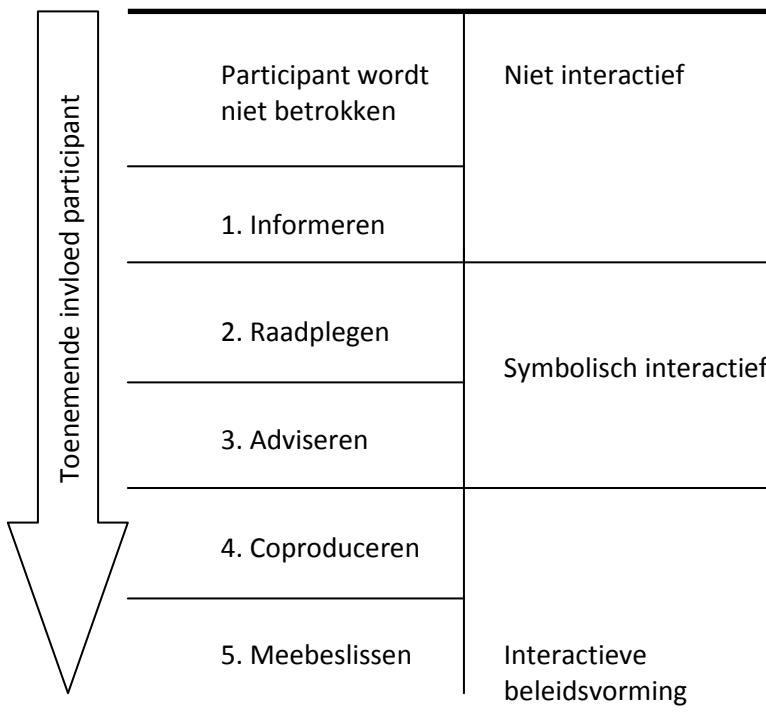
Burgerparticipatie heeft volgens Edelenbos et al. (2006) de laatste dertig jaar een ontwikkeling doorgemaakt van alleen vormen van indirecte participatie naar een diversiteit aan vormen van indirecte en directe participatie. Tot de jaren zeventig was de participatie van burgers en maatschappelijke organisaties alleen geregeld volgens regels van representatieve democratie. Kenmerkend voor vormen van indirecte participatie, zoals stemrecht, petitierecht en inspraak is dat burgers achteraf kenbaar kunnen maken wat men van overheidsplannen vindt. Sinds de jaren zeventig is de roep om meer directe invloed op beleid toegenomen, wat resulteerde in andere vormen van burgerparticipatie waarbij burgers ook vooraf of tussentijds kenbaar kunnen maken wat zij van bepaalde overheidsplannen vinden of verwachten (Edelenbos et al., 2006). Pröpper en Steenbeek (1999) bevestigen dit en stellen dat de overheid steeds meer midden in de samenleving staat en partners zoekt voor het te vormen beleid. Waar de overheid tot de jaren zeventig vooral overleg voerde met bestuurders, vertegenwoordigers of officiële woordvoerders van bedrijven, maatschappelijke organisaties of groepen, wordt er na de jaren zeventig steeds meer gesproken met ongebonden belanghebbenden en maatschappelijke geïnteresseerden. Het overleg wordt verbreed en vindt meer in openheid plaats, vooral onder de toenemende invloed van de media (Pröpper en Steenbeek, 1999).

Interactief beleid wil zeggen dat er sprake is van een wisselwerking tussen burger en overheid bij het maken van beleid en niet alleen eenrichtingsverkeer zoals in een groot gedeelte van de twintigste eeuw het geval was. Het verschil met vroeger is dat de overheid tegenwoordig bereid is om meer macht af te staan aan de burger. Dit betekent dat burgers, maatschappelijke organisaties en bedrijven actief kunnen participeren en het beleid in hoge mate kunnen beïnvloeden (Van Vliet 2010). De grote groei in het aantal interactieve planningsprocessen sinds de jaren negentig kan verklaard worden door de toegenomen democratisering in Nederland. De steeds mondiger wordende burger, in combinatie met de vooruitgang in communicatiemiddelen, hebben er voor gezorgd dat de overheid meer transparant moest gaan werken (Van Vliet, 2010).

Dit sluit aan op hetgeen wat in het theoretische deel van het onderzoek naar voren is gekomen. Van Vliet (2010) haalt een citaat aan van Pröpper en Steenbeek (1999) waar het gaat over de definitie van interactieve beleidsvorming, deze luidt: 'Een wijze van beleid voeren waarbij een overheid in een zo vroeg mogelijk stadium burgers, maatschappelijke organisaties, bedrijven en/of andere overheden bij het beleid betreft om in open wisselwerking en/of samenwerking met hen tot de voorbereiding, bepaling, de uitvoering en/of de evaluatie van beleid te komen'. Zaken als openheid, gelijkwaardigheid, debat, onderhandeling en invloed zijn belangrijke begrippen waar het gaat om interactieve beleidsvorming. Zoals eerder in deze paragraaf al naar voren kwam kent de mate van participatie van de burger in het overheidsbeleid verschillende gradaties.

In figuur 5.1 worden door Edelenbos et al. (2006) vijf verschillende niveaus van participatie onderscheiden. Deze zijn hier uitgewerkt vanuit het oogpunt van de gemeentelijke overheid. Het betreft de volgende vijf niveaus:

1. Informeren: de overheid informeert de betrokkenen alleen over de beleidsvoering. De betrokkenen participeren niet in de beleidsvoering, de overheid voert zelfstandig beleid.
2. Raadplegen: de overheid bepaalt het beleid en geeft de mogelijkheid tot commentaar, maar hoeft daaraan geen consequenties te verbinden.
3. Adviseren: de overheid wint adviezen in bij de participanten voor de beleidsvorming. De overheid bepaalt het beleid, maar staat open voor anderen ideeën en oplossingen.
4. Coproduceren: het bestuur besluit over het beleid met inachtneming van de voorafgestelde randvoorwaarden. Besluiten worden genomen op basis van gelijkwaardigheid met de participant samen.
5. Meebeslissen: de overheid laat de beleidsvorming over aan de participanten en biedt Ondersteuning



Figuur 5.1 De participatieladder (Bron: Edelenbos, 2006)

Daarnaast deelt de participatieladder de verschillende vormen van participatie in op een glijdende schaal van 'niet interactief' via 'symbolisch interactief' naar 'interactieve beleidsvorming'. Er is geen sprake van participatie wanneer de overheid de betrokkenen alleen maar informeert over besluiten en het voor deze betrokkenen niet mogelijk is om hierop invloed uit te oefenen. De tweede en derde stap worden in de literatuur 'symbolische interactie' genoemd. Hierbij wordt er wel naar de burgers en belanghebbenden geluisterd, maar deze kunnen geen invloed uitoefenen op de daadwerkelijke beleidsvoering. De overheid mag adviezen naast zich neerleggen zonder daarover verantwoording te hoeven afleggen. Bij coproduceren en meebeslissen is er wel sprake van volledig interactieve beleidsvorming. Hierbij is de macht van de overheid klein en hebben de betrokkenen een grote mate van invloed binnen de door de gemeentelijke overheid gestelde randvoorwaarden (Van Vliet, 2010). De doelstellingen van dit interactieve beleid kunnen uiteenlopen, van bijvoorbeeld inhoudelijke verrijking van het beleid tot het verbeteren van het proces en het vergroten van draagvlak of steun

voor het beleid tot het verbeteren van de democratie (Pröpper en Steenbeek, 1999). Het is duidelijk geworden dat er verschillende gradaties van invloed bestaan waarbij burgers kunnen participeren in overheidsplannen. Ook zijn er verschillende wijzen waarop de burger kan participeren in het beleid. Waar dit zoals gezegd voorheen alleen achteraf via 'face-to-face' inspraak- en informatieavonden plaatsvond, komt inspraak vooraf of tussentijds steeds meer in beeld bij gemeentelijke overheden. Daarbij is het belangrijk te weten dat dit afhankelijk is van de situatie. Pröpper en Steenbeek (1999) stellen dan ook dat er bij participatie maatwerk vereist is. Elke situatie is anders en vergt een passende en eigen aanpak. Als gevolg van de snelle vooruitgang in communicatiemiddelen en het toenemende gebruik daarvan, zijn gemeenten op dit moment aan het overwegen of en hoe de sociale media kunnen worden gebruikt bij de beleidsvorming. De volgende paragraaf zal dan ook ingaan op de huidige rol van sociale media in de ruimtelijke planning.

5.2 Huidige rol sociale media in de ruimtelijke planning

In het kader van het onderzoek zijn er een reeks interviews gehouden met medewerkers van vooral de grote gemeenten in Noord-Nederland (zie bijlage 1). Het doel van deze interviews was een algemeen beeld krijgen hoe de situatie van deze gemeenten er momenteel voor staat met betrekking tot het gebruik van sociale media en hoe de ondervraagde gemeenten aan kijken tegen het gebruik van sociale media in de organisatie. De ondervraagde gemeenten zullen dus niet kwantitatief tegen elkaar worden opgewogen.

In deze interviews is onder andere de huidige rol van de sociale media binnen gemeenten uitvoerig aan bod gekomen, waardoor er een goed beeld is verkregen of en hoe deze ondervraagde gemeenten sociale media gebruiken bij het laten participeren van burgers en het maken van ruimtelijke plannen. Zoals eerder in het onderzoek al naar voren kwam is het gebruik van sociale media een zeer actueel onderwerp in de huidige netwerksamenleving. Een logisch gevolg hiervan is dat deze ontwikkeling ook bij gemeenten merkbaar is, omdat zij ten dienste staan van de burger en de sociale media kunnen inzetten om de burger te bereiken. Uiteraard kan ook het omgekeerde gelden; dat de burger de gemeente kan bereiken. Deze ontwikkeling rondom het gebruik van sociale media komt ook naar voren bij de ondervraagde gemeenten. De ondervraagde gemeenten overwegen momenteel bijvoorbeeld in welke mate en op welke manier de sociale media kunnen of moeten worden ingezet en hebben ook het besef dat er rekening moet worden gehouden met de virtuele ruimte. Het is voor gemeenten onmogelijk om de ogen te sluiten voor de ontwikkelingen die er in de samenleving gaande zijn op het gebied van communicatietechnologieën. Wel zijn er tussen de ondervraagde gemeenten verschillen te herkennen waar het gaat om de mate van gebruik van de sociale media en de typen van sociale media die er momenteel ingezet worden in de gemeentelijke organisaties.

Uit de interviews met de ondervraagde gemeenten is naar voren gekomen dat er nog altijd veel gebruik wordt gemaakt van de klassieke manier van 'face-to-face' participatie waar het gaat om ruimtelijke plannen. Ten eerste hebben de burgers mogelijkheden om te participeren door middel van de wettelijk verplichte inspraakprocedures met betrekking tot ruimtelijke plannen. Over het algemeen is dit een vorm van participatie die achteraf plaatsvindt. Een conceptueel ruimtelijk plan, dat in hoofdlijnen al is uitgewerkt, ligt dan ter inzage en burgers hebben de kans om op dit plan te reageren met bijbehorende argumentatie. Naast deze wettelijk verplichte procedure organiseren de ondervraagde gemeenten geregeld informatieavonden, waar burgers de kans hebben te reageren op ruimtelijke plannen of overige zaken die er spelen binnen de gemeentegrenzen. Ook kunnen gemeenten gedurende deze avonden peilen wat er leeft onder de burgers en aan welke onderwerpen bijvoorbeeld extra aandacht moet worden gegeven.

Op de participatieladder van Edelenbos (2006) gaat het bij deze informatieavonden vooral om de trappen 'informer' en 'raadplegen'. Er kan dus nog niet worden gesproken van interactieve beleidsvorming, omdat de ondervraagde gemeenten de macht nog grotendeels zelf in handen houden. Deze informatieavonden hebben bij de ondervraagde gemeenten dus over het algemeen

geen directe gevolgen voor de beleidsvorming. Enkele ondervraagde gemeentemedewerkers halen aan dat het belangrijk is dat de gemeente hierdoor aan een intensief verwachtingsmanagement doet. Het is voor de burger en uiteindelijk ook voor de gemeente, belangrijk om te weten wanneer er daadwerkelijk invloed kan worden uitgeoefend en wanneer de burger alleen wordt geïnformeerd. Verkeerde verwachtingen vanuit de bevolking of verwachtingen die de gemeente niet kan waarmaken moeten zoveel mogelijk uit de weg worden geruimd in het proces.

Bij de ondervraagde gemeenten kwam verder naar voren dat het wijkniveau, dus de directe woonomgeving van burgers, de schaal is waar de participatie zich grotendeels op richt. De plannen die betrekking hebben op de directe woonomgeving van mensen, waar zij dus persoonlijk belang bij hebben, roepen vaak de meeste reacties op. De gemeentelijke overheid krijgt als gevolg van informatieavonden op de schaal van de wijk een goed beeld van wat er speelt in deze afgebakende gebieden, kan de discussie aangaan en toelichting geven op specifieke vragen van de bewoners in deze wijken. De burger krijgt hier de kans om mee te denken over of te reageren op concrete plannen in de wijk. Tenslotte kwam er bij de ondervraagde gemeenten naar voren dat de opkomst van deze 'face-to-face' participatie zeer verschillend kan zijn. Dit is bijvoorbeeld afhankelijk van hoe gevoelig een bepaald ruimtelijk plan ligt bij de burgers en het onderwerp waarop een ruimtelijk plan betrekking heeft.

Hoewel een groot deel van de participatie van burgers bij de ondervraagde gemeenten achteraf plaatsvindt, worden er bij enkele gemeenten wel experimenten georganiseerd waarbij burgers vooraf of tussentijds een directe invloed kunnen uitoefenen op ruimtelijke plannen. Zo hanteert de gemeente Smalingerland een werkwijze die bij uitstek valt onder interactieve beleidsvorming, bij het realiseren van een nieuwbouwwijk in de gemeente. Er is een website opgezet waarop omwonenden en geïnteresseerde burgers in samenwerking met deskundigen een nieuwe woonwijk ontwerpen (Zie figuur 5.2). Aan de hand van deze interactieve werkwijze is een jaar geleden een vlekkenplan gemaakt voor deze nog te realiseren nieuwbouwwijk in Opeinde.

The image is a screenshot of a website titled 'wij bouwen een wijk'. At the top, there is a navigation menu with links: Home, Atelier Opeinde, De innovatieve wijk, Huis van de toekomst, Mogelijk maken, Ontdek de wijk, and Inspiratie. Below the menu is a header banner with silhouettes of people and the text 'wij bouwen een wijk'. To the right of the banner is a blue box with the text 'Opeinde De Pein' and a lightbulb icon with 'snel naar de ideeënbus'. The main content area features a section titled 'Bouw met ons mee!' with a sub-header 'Een community waarin omwonenden, geïnteresseerden en deskundigen samen een nieuwe woonwijk ontwerpen waarbij innovatie en duurzaamheid voorop staan. Lees meer...'. Below this text are two buttons: 'bouw met ons mee!' and 'wij bouwen een wijk'. To the right of the text is a diagram showing a site plan with green areas and buildings, with arrows pointing to two smaller diagrams labeled 'MODEL 3'. At the bottom of the page, there are three green boxes: 'Presentatie DUTCH' (with subtext 'Bekijk hier de presentatie die DUTCH op 28 juni 2010 gaf in Opeinde'), 'Vlekkenplan' (with subtext 'Laatste fase: vlekkenplan'), and another 'Vlekkenplan' (with subtext 'Laatste fase: vlekkenplan').

Figuur 5.2 'Wij bouwen een wijk' van de gemeente Smalingerland (bron: www.wijbouweneenwijk.nl)

De gemeente Groningen heeft op haar beurt bijvoorbeeld informatieavonden georganiseerd waarbij burgers konden meedenken over plannen in verschillende wijken, zoals Paddepoel en de Oosterparkwijk. Het initiatief werd dan gedeeltelijk bij de burger neergelegd. Op deze manier kon de gemeente Groningen een goed beeld krijgen wat er zoal leeft in deze wijken en werd relevante informatie verzameld die meegenomen kon worden in de nog te realiseren ruimtelijke plannen in deze wijken. Daarnaast was dit voor de wijkbewoners een les om te zien hoe ingewikkeld het voor de gemeente vaak is om een plan te maken die aan alle eisen voldoet en waarvoor voldoende draagvlak is gerealiseerd om het plan ook daadwerkelijk te kunnen uitvoeren.

De mate waarin sociale media worden ingezet bij het laten participeren van burgers in het maken van ruimtelijke plannen is bij de ondervraagde gemeenten gering. Zoals eerder in deze paragraaf al gezegd werd, vindt de participatie vooral op de klassieke wijze plaats. Dit kan volgens enkele ondervraagde gemeenten gedeeltelijk te maken hebben met het feit dat het voor gemeenten lastig is om in de besluitvorming direct iets te kunnen doen met reacties die via sociale media binnen komen. Deze media hebben binnen gemeenten geen juridische status, wat bijvoorbeeld wel het geval is bij inspraakprocedures. De hoofdreden hiervoor is dat bijvoorbeeld een zienswijze naar aanleiding van een ruimtelijk plan schriftelijk moet worden ingediend, omdat het anders niet rechtsgeldig is. Een zienswijze van burgers die via sociale media bij de gemeente binnen zou komen is niet rechtsgeldig en zou mogelijk kunnen leiden tot verwachtingen bij burgers die uiteindelijk niet kunnen of hoeven worden waargemaakt. De gemeente hoeft namelijk niet verplicht iets te doen met de informatie die binnenkomt via sociale media, terwijl de burger deze verwachting wel kan hebben. Wel kunnen gemeenten sociale media gebruiken als aanvullend middel bij participatie.

Een tweede reden die enkele gemeenten aandragen is het feit dat het op grote schaal gebruiken van sociale media opgevangen moet kunnen worden door de organisatie in het geheel. Zeker bij gemeenten met weinig middelen en capaciteit ligt het gebruik van sociale media en de gevolgen die deze verandering in de organisatie met zich mee brengt, ingewikkeld. Wel komt bij de verschillende gemeenten naar voren dat de website steeds meer een rol van een sociaal medium begint aan te nemen. Zo is het bij enkele gemeenten mogelijk voor burgers om via de website van de gemeente te reageren op bepaalde ruimtelijke plannen of overige activiteiten, naast de informerende rol die deze gemeentewebsites hebben. Dit betreft nog geen directe invloed van de burger, maar is wel een kleine stap in deze richting.

Verder komt naar voren dat sociale media worden ingezet door een groot deel van de bestuurders van de gemeenten als vertegenwoordigers van de desbetreffende gemeente. De redenen hiervoor zijn vooral herkenbaarheid en zichtbaarheid van deze bestuurders in de desbetreffende gemeente. Twitter is hier het type sociale media dat het meest gebruikt wordt bij de ondervraagde gemeenten. Ook zijn er binnen een deel van de ondervraagde gemeenten kleinschalige experimenten met sociale media gaande, maar er is nog geen sprake van het direct participeren in ruimtelijke plannen door de burgers.

Een deel van de ondervraagde gemeenten is momenteel wel aan het overwegen hoe sociale media meer kunnen worden ingezet in het beleidsproces. Dit is een gevolg van het grote gebruik van sociale media in de Nederlandse samenleving. Er ontstaat dus ook een vraag naar het gebruik van sociale media door gemeenten vanuit de samenleving. Volgens de ondervraagde gemeenten moeten de gemeenten zich daar bevinden waar de burger te bereiken is en zeker in deze tijd kunnen sociale media niet worden genegeerd. Daarnaast zien gemeenten ook in overige vakgebieden en bij andere gemeenten dat het gebruik van sociale media is toegenomen in de afgelopen jaren. Dit is ook een reden dat gemeenten momenteel nadenken over het gebruik van sociale media. Omdat het gebruik van deze sociale media momenteel hoog ligt onder de burgers, kan het gebruik van sociale media het communiceren naar de burger een nieuwe dimensie geven. De voordelen van het gebruik van sociale media worden binnen de verschillende gemeenten momenteel opgewogen tegen de nadelen.

Niet alleen het gebruik van sociale media in het algemeen wordt momenteel overwogen door de ondervraagde gemeenten, daarnaast buigen de verschillende gemeenten zich over de vraag welk type sociale media het meest geschikt is. In de interviews zijn voornamelijk Hyves, Facebook, Twitter en LinkedIn besproken, omdat dit onderzoek ook is afgebakend tot deze vier typen. Uit de interviews is naar voren gekomen dat de meningen verdeeld zijn en er niet één type van sociale media kan worden aangewezen die volgens de ondervraagde gemeenten het meest geschikt is om burgers te laten participeren in ruimtelijke plannen. De geschiktheid is volgens de ondervraagde gemeenten vooral afhankelijk van de doelstelling bij een bepaalde activiteit van de gemeentelijke organisatie. Zo kan Twitter volgens enkele ondervraagde gemeenten een geschikt type sociale media zijn wanneer er een korte aankondiging plaatsvindt van activiteiten van de gemeente of bijvoorbeeld evenementen in de gemeente. Ook kan er via Twitter bijvoorbeeld goed een link worden gegeven naar de website van de gemeente, naar andere relevante websites of van visuele informatie. Aan de andere kant is Twitter juist minder geschikt wanneer het als discussieplatform zou moeten dienen. Het aantal tekens is volgens de ondervraagde gemeenten te weinig om een discussie met bijbehorende standpunten en argumentatie te voeren.

Ook is het gebruik van sociale media afhankelijk van de fase waarin een participatieproces zich bevindt volgens een ondervraagde gemeente. In de beginfase kan Twitter bijvoorbeeld nuttig zijn om te peilen wat er leeft onder de bevolking en de hoofdlijnen van een plan te bepalen. Wanneer de hoofdlijnen van een plan al bekend zijn, is Twitter vervolgens minder geschikt. Twitter is zoals gezegd minder geschikt als discussieplatform. Facebook en Hyves zouden zich in vergelijking met Twitter beter kunnen lenen als discussieplatform, al zijn een deel van de ondervraagde gemeentemedewerkers van mening dat dit meer vriendennetwerken zijn. LinkedIn wordt bij de ondervraagde gemeenten als ongeschikt aangemerkt als middel om burgers te laten participeren, omdat dit meer een platform is voor collega's en professionals in het vakgebied.

Het gebruik van bovenstaande typen sociale media om burgers daadwerkelijk te laten participeren in ruimtelijke plannen is dus twijfelachtig volgens de ondervraagde gemeentemedewerkers, omdat er teveel nadelen aan zitten. Toch vinden de ondervraagde gemeenten het belangrijk dat de gemeente zich daar bevindt waar de burger is, waardoor deze sociale media wel een aanvulling kunnen zijn op de dienstverlening die de gemeente traditioneel al verleent. De ondervraagde gemeenten zijn het er over eens dat het belangrijk is dat er sprake moet zijn van een overzichtelijk en professioneel discussieplatform waarop de burgers op een goede manier kunnen participeren en waar de essentie van daadwerkelijke participatie wordt bereikt: tweerichtingsverkeer. Dit wil zeggen dat dit een platform moet zijn waar ruimte is voor zowel burgers, de gemeente, deskundigen en overige geïnteresseerden om hun mening of feiten te kunnen geven en deze te kunnen onderbouwen. Vooral op het niveau van de directe woon- en leefomgeving van mensen, de wijk of de buurt, werkt een werkwijze als deze over het algemeen goed. De burgers zijn dan vaak meer betrokken, omdat het hen zelf aan gaat. Hierbij zou het doel moeten zijn dat de gemeente via deze discussieplatformen een realistisch en representatief beeld krijgt van meningen vanuit de burgers en overige belanghebbenden. De gemeente is hierbij afhankelijk van de opkomst op een platform als deze, om daadwerkelijk iets te kunnen zeggen over en te doen met de informatie die binnen komt.

5.3 Kansen van sociale media in de ruimtelijke planning

In de interviews met de verschillende ondervraagde gemeenten zijn de kansen die sociale media kunnen bieden voor de gemeentelijke organisatie besproken. Het gaat hier zowel om algemene kansen, als de kansen op het gebied van het maken van ruimtelijke plannen en het laten participeren van burgers in deze plannen. Zoals eerder al werd gezegd is hier het doel niet geweest om de ondervraagde gemeenten van elkaar te onderscheiden op het gebied van kansen, maar juist een algemeen beeld te krijgen van de kansen die worden genoemd. De tabel in figuur 5.3 geeft een overzicht van de kansen die werden genoemd door de verschillende geïnterviewden:

Kans	Korte toelichting
Aankondiging	Aankondiging van activiteiten van de gemeente, evenementen in de gemeente, achtergrondinformatie etc.
Imagoversterking	Met de tijd mee gaan
Laagdrempelig	Snel, constant en vanuit elke geografische positie kunnen communiceren
Mogelijkheden/vaardigheden	Bijna iedereen kan er gebruik van maken
Bereik	Grote hoeveelheid mensen te bereiken
Creativiteit	Instellen op uiteenlopende doelgroepen
Alternatieven	Verschillende typen sociale media voor handen
Transparantie	'Open' werkwijze
Signalering	Wat speelt/leeft er onder de burgers?
Draagvlak	Burgers mee nemen in het proces en daarmee draagvlak voor het plan vergroten
Legitimatie	Rol gemeente wordt gelegitimeerd wanneer burgers mogen participeren
Nieuwe vorm van democratie	Burgers kunnen op een andere manier dan voorheen invloed uitoefenen

Figuur 5.3 Kansen sociale media in de ruimtelijke planning (Bron: interviews)

In bovenstaande figuur is zichtbaar dat de ondervraagde gemeentemedewerkers uiteenlopende kansen zien in het gebruik van sociale media in de gemeentelijke organisatie. Deze kansen uit figuur 5.3 zullen in onderstaand verhaal worden toegelicht.

Gemeenten kunnen de sociale media, zeker in deze tijd, niet links laten liggen. In het algemeen zullen gemeenten het als kans moeten zien en er proberen zoveel mogelijk hun kracht van te maken. Volgens alle ondervraagde gemeentemedewerkers kan het gebruik van sociale media een welkome

'nieuwe' aanvulling zijn op de dienstverlening die gemeenten op dit moment al hebben. Het is een extra mogelijkheid om de burger te bereiken die goed past bij deze tijd van de netwerksamenleving. Zo kunnen burgers via sociale media bijvoorbeeld worden gewezen op fysieke contactmomenten of kunnen er relevante aankondigingen worden gedaan met betrekking tot bezigheden van de gemeente of bijvoorbeeld evenementen. Ook kan er achtergrondinformatie worden gegeven via sociale media. Dit gebruik van sociale media als aanvulling kan vervolgens leiden tot imagoversterking van gemeenten, omdat zij met de tijd mee gaan.

Een andere kans die vaak naar voren is gekomen bij de ondervraagde gemeenten is de laagdrempeligheid van sociale media. Mensen kunnen vanuit huis of vanaf een mobiele telefoon met internet op ieder moment en op een snelle manier communiceren met de gemeente. Vooral het feit dat de burger niet afhankelijk is van de geografische positie doordat er via sociale media gecommuniceerd kan worden, maakt sociale media tot een laagdrempelig middel. De burger is dan niet afhankelijk van de locatie en het tijdstip waarop bijvoorbeeld een informatieavond wordt gehouden, maar kan op elk moment van de dag reageren. Daarbij komt dat tegenwoordig een groot deel van de burgers de mogelijkheden en vaardigheden heeft om gebruik te maken van sociale media. Als gevolg van het gebruik van sociale media kunnen gemeenten daarom ook buiten kantooruren vanuit het perspectief van de burger bereikbaar zijn. Andersom kost het voor de gemeente minder tijd om de burger te bereiken, omdat door middel van het gebruik van sociale media snel een grote en brede groep mensen kan worden bereikt. Mensen die nu niet kunnen worden bereikt doordat zij om welke reden dan ook niet op inspraak- of informatiemomenten actief zijn, kunnen via sociale media eventueel wel worden bereikt. Het feit dat de drempel lager ligt om te reageren via sociale media kan hier de hoofdoorzaak van zijn.

Verder kwam in een interview naar voren dat het grote bereik van sociale media een bijdrage kan leveren aan een toename van creativiteit. Het ligt voor gebruikers van sociale media niet voor de hand om zich op één doelgroep te richten, omdat er verschillende organisaties en mensen kunnen reageren. Hierbij kan gedacht worden aan burgers, collega's, ondernemers, deskundigen, mensen uit andere vakgebieden etc. De gebruiker van sociale media zal zich hier op moeten instellen en moet dus creatief zijn met het geven van informatie. Alle verschillende doelgroepen moeten namelijk bereikt kunnen worden. Het feit dat er verschillende typen sociale media zijn kan hier een belangrijk hulpmiddel bij zijn; wanneer het ene type sociale media niet blijkt te werken, zijn er altijd nog alternatieven voor handen.

Daarnaast is het gebruik van sociale media volgens de ondervraagde gemeenten een transparante werkwijze, omdat zowel de burgers, gemeentemedewerkers en welke geïnteresseerden dan ook kunnen volgen wat er gaande is. De informatie die via sociale media naar de omgeving gecommuniceerd wordt, is vaak niet afgeschermd en dus voor een groot publiek zichtbaar.

Verder kwam in het onderzoek onder de ondervraagde gemeenten naar voren dat met behulp van sociale media snel gepeild kan worden wat er in de wijken speelt. Zo kan het een goed medium zijn om er achter te komen welke onderwerpen gevoelig liggen of wat er beter zou kunnen in de verschillende wijken of buurten in de gemeente. Tegengeluiden kunnen via sociale media eerder in het proces in beeld worden gebracht, zodat de kans afneemt dat gemeenten in een later stadium worden verrast door standpunten van burgers of overige belanghebbenden. Deze tegengeluiden kunnen al eerder in het proces (gedeeltelijk) tegengegaan worden, wat vervolgens kan zorgen voor een groter draagvlak ten opzichte van een ruimtelijk plan. Dit draagvlak kan worden vergroot door burgers te laten meedenken over ruimtelijke plannen met behulp van sociale media. De gemeente kan de burgers er bewust van maken dat het lastig kan zijn om een plan te maken waarvoor voldoende draagvlak is, wat aan alle eisen voldoet en dat financieel haalbaar is.

Verder kwam in enkele interviews naar voren dat het gebruik van sociale media in het beleidsproces in de beginfase meer tijd kost in vergelijking met klassieke face-to-face participatie, maar in de

eindfase meer tijd oplevert. Wanneer sociale media vroeg in het proces worden gebruikt om burgers te betrekken bij ruimtelijke plannen, is er namelijk richting het einde van het proces vaak al meer draagvlak voor gemeentelijke plannen dan wanneer burgers op een klassieke manier achteraf participeren. Via het gebruik van sociale media kunnen verschillende partijen zich in elkaar verdiepen en kan kennis verkregen worden met betrekking tot de wensen van de burger en mogelijkheden vanuit de gemeente. Bij een traditioneel inspraak- of informatiemoment is vaak nog minder duidelijk wat er gaat komen, omdat de burgers achteraf reageren op een ruimtelijk plan.

Ook kwam naar voren dat het door middel van sociale media laten participeren van burgers de rol van de gemeente legitimeert. Elke vorm van inspraak door de burger legitimeert de rol van de gemeente in de zin dat het de burgers de kans geeft een mening te geven of mee te denken. Dit wordt in deze tijd maatschappelijk als positief ervaren.

Een andere kans van sociale media die werd genoemd is het feit dat mensen in alle rust iets op papier kunnen zetten en er vooraf goed over kunnen nadenken in plaats van dat ze direct mondeling op iets moeten reageren in een bepaalde setting.

Tenslotte kwam in enkele interviews naar voren dat als gevolg van een toename in het gebruik van sociale media er een nieuwe vorm van democratie zou kunnen ontstaan waarbij de burger op een andere manier dan voorheen kan participeren in het gemeentelijke beleid. Sociale media zijn momenteel nog een middel die nog niet volledig erkend is als middel in het democratiseringsproces, maar er zijn momenteel (vooral in het buitenland) al ontwikkelingen zichtbaar die de mogelijkheden laten zien van het gebruik van sociale media in relatie tot democratie.

Om de bovenstaande kansen te kunnen benutten is het volgens enkele ondervraagde gemeenten belangrijk dat gemeenten het lef hebben en de mogelijkheden krijgen om op een verantwoorde wijze te experimenteren met sociale media binnen de organisatie. Hierbij werd vaak genoemd dat het belangrijk is dat gemeenten de beoogde doelen helder voor ogen moeten hebben, waardoor vervolgens beter kan worden bepaald welke bijdrage de sociale media aan dit doel kunnen leveren.

5.4 Bedreigingen van sociale media in de ruimtelijke planning

In de interviews met de verschillende ondervraagde gemeenten zijn ook de bedreigingen die sociale media kunnen bieden voor de gemeentelijke organisatie besproken. Het gaat hier zowel om algemene bedreigingen, als de bedreigingen op het gebied van het maken van ruimtelijke plannen en het laten participeren van burgers in deze plannen. Zoals eerder al werd gezegd is hier het doel niet geweest om de ondervraagde gemeenten van elkaar te onderscheiden op het gebied van bedreigingen, maar juist een algemeen beeld te krijgen van de bedreigingen die worden genoemd en de argumentaties te achterhalen. De tabel in figuur 5.4 geeft een overzicht van de kansen die werden genoemd door de verschillende geïnterviewden:

Bedreiging	Korte toelichting
Besluitvorming	Ingewikkeld om direct iets te doen met informatie via sociale media in de besluitvorming
Anonimiteit	Onzichtbaarheid en individualisme van de burger
Verlies macht en controle	Meer invloed door de burger kan minder regie vanuit de overheid betekenen
Discussie en argumentatie	Discussiëren met bijbehorende argumentatie via sociale media ligt ingewikkeld
Persoonlijke relatie opbouwen	Via het beeldscherm is het lastiger om een persoonlijke relatie op te bouwen met de burger
Verwerking informatie	Grote hoeveelheid informatie moet de organisatie kunnen opvangen
Aanpassing beleidsproces	Het beleidsproces moet worden aangepast als sociale media meer worden toegelaten
Onzinnige informatie	Er komt informatie binnen waar de gemeente niets aan heeft en er zitten 'grapjassen' tussen
Intonatie/nuance	Woorden op een scherm kunnen lastiger worden voorzien van intonatie of nuance
Representativiteit	Is de groep die reageert een goede afspiegeling van de gehele bevolking?
Angst	Angst voor het nieuwe
Rol ambtenaar	Grens ambtenaar – privé, verantwoordelijkheid

Figuur 5.4 Bedreigingen sociale media in de ruimtelijke planning (Bron: interviews)

In bovenstaande figuur is zichtbaar dat de ondervraagde gemeentemedewerkers uiteenlopende bedreigingen zien bij het gebruik van sociale media in de gemeentelijke organisatie. De bedreigingen uit figuur 5.4 zullen in onderstaand verhaal worden toegelicht.

De meest genoemde bedreiging kwam in paragraaf 5.2 al naar voren. Het ligt voor gemeenten zoals gezegd ingewikkeld om direct iets te kunnen doen in de besluitvorming als gevolg van informatie die binnenkomt via sociale media. Deze informatie is zoals gezegd niet rechtsgeldig.

Verder kwamen er algemene bedreigingen van het gebruik van sociale media naar voren bij de ondervraagde gemeentemedewerkers. Zo kwam de bedreiging van de anonimiteit of onzichtbaarheid van het gebruik van sociale media aan het licht. Je weet niet wie je voor je hebt en mensen kunnen zich via internet anders profileren dan ze in werkelijkheid zijn. Bij 'face-to-face' participatie doet dit probleem zich minder voor. Naast anonimiteit kunnen sociale media volgens enkele ondervraagde gemeenten ook bijdragen aan individualisme, omdat elke burger vanuit de eigen individuele woning kan communiceren met externen. Sociale media zouden daarom ook kunnen leiden tot minder sociale cohesie onder burgers in hun directe woon- en leefomgeving.

Het in grote mate communiceren via sociale media in deze tijd zou volgens enkele ondervraagde gemeenten op termijn zelfs kunnen leiden tot een afname van sociale communicatievaardigheden, vooral bij de jongere generaties die er bijna niet meer zonder lijken te kunnen. Er liggen grote verschillen in het communiceren in de virtuele wereld en in de werkelijkheid, maar deze grens lijkt steeds meer te vervagen als gevolg van het toenemende gebruik van sociale media.

Verder kwam bij verschillende ondervraagde gemeenten een mogelijk verlies aan macht en controle vanuit de gemeente als bedreiging naar voren. Wanneer burgers kunnen participeren via sociale media, bestaat de kans dat de regie vanuit de overheid een verschuiving maakt. Deze ontwikkeling is de afgelopen jaren ook steeds zichtbaarder geworden met een grotere invloed en toenemende mondigheid van de burger in het algemeen.

Daarnaast kwam bij de ondervraagde gemeenten naar voren dat het lastig is om via sociale media in discussie te gaan en argumenten te geven. Via Twitter kunnen bijvoorbeeld alleen korte en gerichte berichten worden verzonden en is het lastig om uitvoerige argumenten te geven, deze toe te lichten en ter plaatse met elkaar in discussie te gaan. Sociale media kunnen dus de schijn wekken dat er daadwerkelijk gecommuniceerd wordt, terwijl het lastig is argumentaties en beredeneringen te achterhalen die bij de standpunten van burgers horen. Het hanteren van zogenaamde 'polls' is dan bijvoorbeeld geschikter volgens enkele ondervraagde ambtenaren.

In de interviews met de ondervraagde gemeenten kwam naar voren dat 'face-to-face' participatie nog altijd als belangrijk en onmisbaar wordt aangemerkt. Dit is een belangrijke en goed werkende wijze van interactie met de burger. Op deze manier kan goed een relatie met de burgers worden opgebouwd, omdat medewerkers van de gemeentelijke organisatie een herkenbaar en zichtbaar gezicht hebben. Deze herkenbaarheid kan gedurende het proces zorgen voor draagvlak met betrekking tot gemeentelijke plannen. Het opbouwen van dergelijke relatie ligt ingewikkelder bij het gebruik van sociale media, omdat burgers de informatie dan op hun beeldscherm te zien krijgen.

Een andere bedreiging van sociale media voor de ruimtelijke planning die naar voren is gekomen, heeft te maken met het verwerken van informatie. Omdat de drempel voor mensen laag is om te reageren via sociale media, bestaat de kans dat er zoveel mensen reageren, en via verschillende media, dat niet alle informatie verwerkt kan worden en dat er moet worden geselecteerd wat relevant is of waar de gemeente iets aan kan doen. Bepaalde informatie wordt in dat geval buiten beschouwing gelaten.

Ook kwam bij een ondervraagde gemeente naar voren dat gemeenten hun eigen weerstand kunnen creëren als gevolg van een intensief gebruik van sociale media om burgers te betrekken. Juist omdat het gebruik van sociale media laagdrempelig is, kan het voor burgers gemakkelijker worden om tegengeluiden te geven. Het gebruik van sociale media in de ruimtelijke planning moet verder wel

intern kunnen worden opgevangen. De organisatie en het proces zal dus (deels) moeten worden aangepast op de sociale media.

Verder is in de interviews naar voren gekomen dat men bij het gebruik van sociale media te maken krijgt met mensen die het niet serieus, maar uit de grap gebruiken. Via internet zal de burger vaak sneller iets roepen dan bij 'face-to-face' participatie, omdat het reageren via internet 'veiliger' is. Er bestaat dus een mogelijkheid dat er onzinnige informatie bij de gemeente binnenkomt, die niet serieus kan worden genomen.

Daarnaast kunnen er hierbij problemen ontstaan op het gebied van intonatie. Er kan een verschil liggen in de manier waarop een mening over komt op de gemeente wanneer een burger iets zegt met een bepaalde intonatie of wanneer het via sociale media wordt getypt. Een zin kan bijvoorbeeld op twee manieren worden opgevat, terwijl bij face-to-face participatie beter nuances kunnen worden aangebracht.

Een andere bedreiging die naar voren kwam bij alle ondervraagde gemeentemedewerkers is het probleem van de representativiteit. In de praktijk blijkt dat de mensen die het er niet mee eens zijn vaak het hardst schreeuwen en mensen die het niet interesseert, of die het er wel mee eens zijn en niet reageren, kunnen overschreeuwen. De uitkomsten geven in dat geval geen goede weerspiegeling van de bevolking in de gemeente. De vraag is of een gemeente haar keuze af laat hangen van dat deel dat het er niet mee eens is. Er moet ook altijd worden achterhaald welke groep het er wel mee eens is en waarom. Verder zijn het aantal reacties van burgers belangrijk voor de representativiteit. Er ligt een verschil in representativiteit wanneer er twintig of duizend mensen via sociale media reageren op een bepaald ruimtelijk plan. Het slagen van burgerparticipatie bij een ruimtelijke plan is dan afhankelijk van de opkomst. Wanneer er via sociale media bijvoorbeeld een poll gehouden wordt, is het altijd belangrijk om te achterhalen welke groep mensen het wel of niet met een plan eens is en wat de argumenten daarvoor zijn.

De jongere generatie maakt momenteel meer gebruik van sociale media dan de oudere generatie, waardoor de kans groter is dat er vooral jonge mensen reageren. Ook hier komt het probleem van de representativiteit om de hoek kijken.

Ook angst voor het nieuwe kan volgens enkele ondervraagde gemeenten een bedreiging zijn, waardoor er te voorzichtig wordt omgesprongen met de sociale media. Er is niks mis met het experimenteren met sociale media, zolang dit maar verantwoord plaatsvindt.

Tenslotte kwam het probleem van de rol van de ambtenaar vaak bij de ondervraagde gemeenten naar voren. Het kan voor gemeenteambtenaren gevaarlijk zijn om reacties via internet te plaatsen. Een kenmerk van internet is dat de informatie er voor langere tijd of zelfs permanent op blijft staan en later tegen een gemeenteambtenaar kan werken. Daarnaast heb je te maken met verantwoordelijkheid. Gemeentemedewerkers moeten zich er goed van bewust zijn dat er niet iets wordt gezegd over zaken waar zij geen verantwoordelijkheid voor dragen of in naam van de gemeente in het algemeen of een collega met een andere functie praten. Hier kunnen problemen uit ontstaan, omdat ook de pers hier bovenop zit en reacties of personen in een verkeerd daglicht kunnen worden gezet.

Verder kunnen zich problemen voordoen met de grens tussen mens en ambtenaar. Wanneer een ambtenaar iets in zijn eigen tijd zegt via sociale media, dan kan dit opgevat worden vanuit zijn rol als ambtenaar en het blijft zoals gezegd lang op het internet staan. Volgens de ondervraagde gemeentemedewerkers moeten ambtenaren heel bewust zijn vanuit welke rol er informatie op internet wordt geplaatst.

5.5 Sociale media: Aanvulling of bedreiging?

Bovenstaand zijn de kansen en bedreigingen van sociale media vanuit het perspectief van ruimtelijke planning uitvoerig besproken. Deze paragraaf geeft een beeld van de wijze waarop sociale media vanuit het perspectief van een gemeentelijke overheid worden beoordeeld. Kortom, hoe wegen de voor- en nadelen van het gebruik van sociale media in de gemeentelijke organisatie tegen elkaar op? Deze paragraaf gaat kortweg in op de vraag of sociale media een aanvulling op de 'face-to-face' interactie tussen gemeenten en burger vormen of dat de sociale media hier juist een bedreiging op zijn.

Uit de interviews is gebleken dat alle ondervraagde gemeentemedewerkers de sociale media als een aanvulling zien op het fysieke contact dat er al is met de burger. De ondervraagde gemeenten stellen dus dat sociale media eerder een aanvulling zijn binnen de organisatie en in het beleidsproces dan een bedreiging. Het kan volgens de ondervraagde gemeentemedewerkers een extra hulpmiddel zijn om de burger te kunnen bereiken. Sociale media kunnen zich, zoals eerder gezegd, goed lenen voor het aankondigen van fysieke contactmomenten vanuit de gemeente, waaraan burgers kunnen deelnemen, en bijvoorbeeld het geven van achtergrondinformatie met betrekking tot ruimtelijke plannen. Virtueel contact kan fysiek contact in werking zetten, maar andersom kunnen fysieke contactmomenten volgens enkele ondervraagde gemeentemedewerkers ook een vervolg worden gegeven door middel van virtuele interactie. Beide vormen van communicatie versterken elkaar in dit geval.

Ook kunnen sociale media een aanvulling zijn op face-to-face interactie in de zin van het eerder betrekken van de burgers bij de planvorming en het opbouwen van een band met de burgers. De bestaande kloof tussen overheid en burger kan hiermee worden verkleind.

Verder kunnen sociale media volgens een aanzienlijk deel van de ondervraagde gemeentemedewerkers een aanvulling zijn op fysieke contacten op het gebied van het bereiken van meerdere uiteenlopende doelgroepen. De groepen burgers die het bezoeken van de fysieke informatie- en inspraakmomenten te hoogdrempelig vinden of er simpelweg niet in geïnteresseerd zijn, kunnen via sociale media eventueel wel worden bereikt. Zeker wanneer de burger via sociale media kleinere hoeveelheden, concrete en begrijpbare informatie krijgt dat betrekking heeft op relevante onderwerpen waarop eventueel kan worden gereageerd. Ambtelijke, schriftelijke stukken zijn voor de burger niet altijd begrijpbaar of behapbaar, de burger heeft de tijd niet om dit door te nemen of neemt er de moeite niet voor. Via sociale media kunnen de burgers door middel van 'hapklare brokken' worden betrokken bij het beleidsproces.

Daarnaast kunnen sociale media er voor zorgen dat gemeentelijke bestuurders de burgers op de hoogte houden en de burgers kunnen deze bestuurder op hun beurt volgen. Dit zou ook de herkenbaarheid van de bestuurders onder de burgers kunnen vergroten.

De hoofdreden voor het feit dat de ondervraagde gemeentemedewerkers het er over eens zijn dat de sociale media een aanvulling vormen op het fysieke contact tussen gemeente en burger, kan worden verklaard vanuit het standpunt dat er altijd een minimum zal blijven bestaan aan face-to-face interactie. Deze manier van communiceren heeft momenteel nog vaak de voorkeur bij gemeenten, waarbij de sociale media zoals gezegd een goede aanvulling kunnen zijn. Per situatie en activiteit kan worden bepaald welke vorm van communicatie, of een combinatie, wordt gehanteerd.

Wel is er een bedreiging die bij verschillende gemeentemedewerkers genoemd werd met betrekking tot de grens tussen het fysiek en virtueel communiceren. Deze grens lijkt meer te vervagen, waardoor mensen de taal, gewoonten en gebruiken die zij virtueel gebruiken, ook in de werkelijke wereld (kunnen) gaan gebruiken. Dit kan leiden tot een afname van de sociale vaardigheden. Ondanks dit, zien de ondervraagde gemeentemedewerkers de sociale media vooral als aanvulling op

het fysieke contact tussen gemeente en burger. De volgende paragraaf zal de toekomstige rol van sociale media in de ruimtelijke planning bespreken.

5.6 De toekomstige rol van sociale media in de ruimtelijke planning

De laatste paragraaf van dit hoofdstuk bespreekt de toekomstige rol van sociale media vanuit het perspectief van de ruimtelijke planning. In de interviews met de ondervraagde gemeentemedewerkers is ook de toekomst van het gebruik van sociale media in de gemeentelijke organisatie en daarbuiten aan bod gekomen. Aangezien de technologie en dus ook de communicatiemiddelen de afgelopen decennia een stormachtige ontwikkeling hebben doorgemaakt, is het interessant en gewenst om de toekomst met betrekking tot de rol van sociale media te bespreken. Uiteraard kunnen er met betrekking tot de toekomst geen zekerheden worden gegeven of uitsluitingen worden gedaan, maar de discussie is de moeite waard. Het heeft namelijk betrekking op een situatie waar de gehele samenleving, dus ook de gemeentelijke organisaties, mee te maken gaan krijgen. Het, zoveel als mogelijk, inspelen op deze toekomstige situatie is essentieel voor gemeenten. Het is onvermijdelijk dat de beleidsvorming en het beleidsproces van gemeenten in de toekomst de invloed gaan waarnemen van deze ontwikkelingen in de technologie en de samenleving.

In de interviews met de verschillende gemeentemedewerkers is naar voren gekomen dat gemeenten de ontwikkelingen in de samenleving niet kunnen beïnvloeden of sturen. Hierdoor is het belangrijk dat gemeenten zich instellen op de ontwikkelingen die er op het gebied van technologie en het gebruik van communicatiemiddelen hierbinnen gaande zijn en deze serieus nemen. Wat er in de samenleving gebeurt op dit gebied, kunnen de gemeenten benutten om een steeds groter wordende groep burgers snel, goedkoop en gemakkelijk te kunnen bereiken. Gemeenten moeten zich volgens de ondervraagde gemeentemedewerkers ook daar bevinden waar de doelgroep te bereiken is en de sociale media zijn hier zeker in deze tijd een goed voorbeeld van. Sociale media zijn een actuele en populaire wijze van communicatie. Daarbij kunnen sociale media zoals eerder gezegd de bestaande kloof tussen de gemeente en de burger verkleinen, omdat de burgers op een laagdrempelige wijze kunnen worden bereikt via de media die de burger gebruikt.

Het is belangrijk dat gemeenten zoveel als mogelijk proberen te sturen op relevantie informatie vanuit haar doelgroepen, ook al ligt dit over het algemeen ingewikkeld bij het gebruik van sociale media. Uiteraard moet er altijd afgewacht worden hoe deze sociale media zich in de toekomst ontwikkelen en of zij aanblijven. Wanneer burgers meer gebruik maken van sociale media op een manier die past bij een professionele organisatie als een gemeente en waarbij de gemeentelijke organisatie de burger goed kan bereiken of kan peilen wat er leeft onder de bevolking, kan het gebruik van sociale media een toevoeging betekenen op de dienstverlening van de gemeente. Sociale media zullen volgens de ondervraagde gemeentemedewerkers een toevoeging zijn op de communicatiemix die gemeenten traditioneel al gebruiken, bijvoorbeeld de balie in het gemeentehuis, telefonie, de post, de website etc.

Ook zullen deze verschillende communicatiemiddelen die de gemeente ter beschikking staan volgens enkele ondervraagde gemeentemedewerkers steeds meer geïntegreerd worden, zodat informatie sneller verwerkt kan worden of de juiste persoon met de verantwoordelijkheid voor het desbetreffende onderwerp snel kan worden benaderd. Deze integratie heeft verder te maken met het feit dat in 2015 een aanzienlijk percentage van de dienstverlening van gemeenten digitaal moet plaatsvinden.

Volgens de ondervraagde gemeentemedewerkers zal het gebruik van sociale media en overige webtoepassingen in de toekomst nog meer toenemen en komen er geschiktere typen van sociale media op de markt. Hierdoor wordt het voor gemeentelijke organisaties nog belangrijker om in te spelen op deze ontwikkelingen. Het is voor gemeenten essentieel om actief te blijven volgen welke richting de ontwikkelingen op het gebied van sociale media en overige webtoepassingen op gaan.

Vooraf de sociale media en webtoepassingen die blijken te werken zullen volgens enkele ondervraagde gemeentemedewerkers verder worden uitgebreid en intensiever worden ingezet. Dit zal zich volgens enkele ondervraagde gemeentemedewerkers vooral uiten in het feit dat er op de website van de gemeente steeds meer webtoepassingen in de vorm van 'links' zichtbaar zijn, onder andere in relatie tot sociale media.

Op het gebied van het gebruik van sociale media door gemeentelijke organisaties kwam in de interviews met de verschillende gemeentemedewerkers naar voren dat gemeenten het lef moeten hebben om te gaan experimenteren met sociale media. Wanneer er niet wordt geëxperimenteerd met deze communicatiemiddelen, is het voor de gemeenten ook lastiger om te ervaren welke typen sociale media aanslaan en welke werkwijze daarbij bruikbaar is bij het maken van ruimtelijke plannen of het laten participeren van burgers. Uiteraard kunnen er ook vergelijkingen worden gemaakt of ervaringen worden gedeeld met andere gemeenten, maar omdat elke gemeente te maken heeft met locatiespecifieke omstandigheden, hoeft dit niet altijd een goede indicatie te zijn voor het functioneren van sociale media in de gemeentelijke organisatie.

Het is verder essentieel dat gemeenten op een verantwoorde wijze omgaan met deze sociale media. Dit betekent dat gemeenten in beeld zouden moeten brengen welke mogelijkheden sociale media bieden en welke beperkingen sociale media hebben in bepaalde situaties. De mogelijkheden moeten zoveel mogelijk worden benut en de beperkingen moeten zoveel mogelijk worden ingedamd. Wanneer de mogelijkheden niet opwegen tegen de beperkingen bij het gebruik van een bepaald type sociale media, moet het gebruik ervan goed overwogen worden.

Het is volgens enkele ondervraagde gemeentemedewerkers essentieel dat gemeenten het juiste moment kiezen om sociale media in te zetten. In de ene situatie en bij het ene doel kunnen sociale media zeer bruikbaar zijn, en in een andere situatie en bij een ander doel juist minder. Dit is vaak afhankelijk van het onderwerp waarop een situatie betrekking heeft en de rol die de gemeente daarin speelt. Wanneer er bijvoorbeeld niets te participeren valt voor burgers, moeten sociale media vervolgens niet worden ingezet om burgers te laten mee denken. Dit kan zoals eerder gezegd valse verwachtingen scheppen onder de burgers.

Het is volgens enkele ondervraagde gemeentemedewerkers belangrijk dat gemeenten sociale media niet alleen inzetten omdat deze hip, aantrekkelijk en leuk zijn. Sociale media moeten vooral worden ingezet wanneer deze ook een toegevoegde waarde hebben. Sociale media kunnen bijvoorbeeld een geschikt middel zijn om de omgeving, vooral op het niveau van de wijk of de buurt, in beeld te brengen. Dit kan door via sociale media te peilen wat er leeft onder de burgers in dit afgebakende gebied. Daarbij verschilt de bruikbaarheid zoals eerder gezegd wel per type sociale media. Tenslotte is het, zoals in de vorige paragrafen al werd genoemd, essentieel dat gemeenten de sociale media in de toekomst kunnen inpassen in de organisatie, het beleidsproces en de techniek in de gemeentelijke organisatie. Wanneer dit niet op elkaar aansluit, zullen de beperkingen van sociale media vroeg of laat worden ondervonden. Het monitoren van de informatie die bij de gemeente binnen komt is hierbij essentieel. De gemeente moet gedurende lange tijd analyseren wat voor informatie er bijvoorbeeld binnen komt, wat de gemeente hiermee kan doen of het proces functioneert etc.

Bij de interviews met de ondervraagde gemeentemedewerkers kwam naar voren dat de sociale media in de toekomst een goede combinatie kunnen gaan vormen met de fysieke contacten tussen de gemeenten en haar burgers. Deze combinatie kan de gemeente en de burger in wezen vierentwintig uur per dag bereikbaar maken, waardoor beide communicatievormen elkaar kunnen aanvullen. Vooral wanneer gemeenten zoals eerder gezegd het lef hebben om met sociale media te gaan experimenteren.

De verschuiving van de controlerende naar de faciliterende rol van gemeenten zal volgens enkele ondervraagde gemeentemedewerkers duidelijker zichtbaar worden. De gemeente moet meer dan

oort rekening houden met het gedrag en de wensen van de steeds mondiger wordende burger. Om sociale media volledig te kunnen inpassen en gebruiken in de gemeentelijke organisatie in relatie tot de burger zal de verschuiving moeten worden ingezet of doorgezet van zendergericht en eenrichtingsverkeer, richting ontvangergericht en tweerichtingsverkeer. Wanneer deze verschuiving zal plaatsvinden, neemt volgens de ondervraagde gemeentemedewerkers de kans op relevante informatie uit de omgeving en een groter draagvlak voor ruimtelijke plannen toe.

5.7 Conclusie

In het onderzoek dat door middel van interviews gehouden is onder verschillende gemeentemedewerkers, is naar voren gekomen dat de ondervraagde gemeenten nog grotendeels gebruik maken van de traditionele inspraak- en informatiemomenten waarbij de burger, vaak achteraf, kan participeren. Op de participatieladder wordt hier geen interactieve beleidsvorming bereikt, waarbij de burger direct invloed kan uitoefenen. De ondervraagde gemeenten gebruiken vooral de trappen 'informer' en 'raadplegen' van de participatieladder. Wel is er een kleine verschuiving zichtbaar richting interactieve beleidsvorming, waarbij de steeds mondiger wordende burger meer invloed dan voorheen heeft op de beleidsvorming.

De ondervraagde gemeenten zetten de sociale media niet of nauwelijks in bij het maken van of laten participeren van burgers in ruimtelijke plannen, maar zijn momenteel wel aan het overwegen wat de rol van deze sociale media zou kunnen of moeten zijn in de beleidsvorming en bij de communicatie naar de burger toe. De ondervraagde gemeenten beseffen dat er moet worden ingespeeld op het toenemende gebruik van sociale media onder burgers. Zo worden er bijvoorbeeld verschillende sociale media, en overige experimenten met webtoepassingen, in toenemende mate gebruikt in de organisatie in het algemeen of op de website van de gemeenten.

Uit de typen sociale media Hyves, Facebook, Twitter en LinkedIn kunnen de ondervraagde gemeentemedewerkers niet een type noemen die het meest bruikbaar is. Elk van deze sociale media heeft zowel voor- als nadelen en de inzet van deze middelen is afhankelijk van de situatie en de doelstellingen van de gemeente. Wel is duidelijk dat dit enkele mediums zijn waar een groot deel van de burgers zich tegenwoordig bevindt en waar de burger dus (gemakkelijk) te bereiken is. Ook is duidelijk geworden uit de interviews dat de ondervraagde gemeentemedewerkers zowel uiteenlopende kansen als bedreigingen zien in het gebruik van sociale media in de gemeentelijke organisatie. De ondervraagde gemeentemedewerkers zien de sociale media wel vooral als een aanvulling op de fysieke face-to-face contacten die het met de burger heeft, omdat er altijd een minimum aan face-to-face contact blijft. De sociale media zullen volgens de ondervraagde gemeentemedewerkers dus niet in de plaats komen van de fysieke contacten met de burger, maar er juist een combinatie mee vormen. De ondervraagde gemeentemedewerkers verwachten tenslotte dat het gebruik van sociale media zowel in de samenleving als bij gemeentelijke organisaties in de toekomst verder zal toenemen. Als gevolg hiervan zal ook de verschuiving van zendergericht en eenrichtingsverkeer richting ontvangergericht en tweerichtingsverkeer, zich verder doorzetten. Bij gemeenten ligt nu de taak om in de toekomst op een verantwoorde wijze in te spelen op deze verschuiving.

6 Conclusies en aanbevelingen

Dit hoofdstuk bespreekt de belangrijkste conclusies die zijn voortgekomen uit het onderzoek en geeft enkele aanbevelingen voor de ruimtelijke planning. Paragraaf 6.1 bespreekt de belangrijkste conclusies die zijn voortgekomen uit het onderzoek. Het theoretische en empirische deel van het onderzoek zijn in deze paragraaf vervlochten. Paragraaf 6.2 geeft een terugkoppeling naar de centrale vraagstelling die de basis vormt van het onderzoek. Tenslotte geeft paragraaf 6.3 een toekomstperspectief met betrekking tot het gebruik van sociale media in de ruimtelijke planning

6.1 Conclusies

‘Virtualiteit’ is een begrip die de ruimtelijke planning van dit moment en in de toekomst voor een ingewikkelde, uitdagende en blijvende opgave stelt. De virtuele ruimte bestaat uit een onzichtbare, immateriële en dus ‘onwerkelijke’ ruimte. Het is dus een ruimte die zich grotendeels aan het menselijk oog onttrekt. Tegenover de virtuele ruimte staat de fysieke ruimte. In tegenstelling tot de virtuele ruimte is de fysieke ruimte juist een zichtbare, materiële en werkelijke ruimte. Dit maakt duidelijk dat beide ruimten een geheel verschillende verschijningsvorm hebben. In die zin zijn de virtuele en fysieke ruimte twee uitersten. Toch kunnen de virtuele en fysieke ruimte ook dicht bij elkaar liggen, elkaar beïnvloeden en zich zelfs met elkaar verweven. Wanneer we bijvoorbeeld kijken naar een fysieke ruimte zoals de publieke ruimte in steden, zijn er overeenkomsten te herkennen. Zowel de virtuele als de publieke ruimte hebben een vergelijkbare functie als ontmoetingsplaats waar mensen met elkaar kunnen communiceren. Beide ruimten hebben dus een publieke functie, waardoor beide ruimten onderdeel uitmaken van het zogenaamde publieke domein. Ook kunnen beide ruimten gebruikt worden in het politieke proces. Zo zijn er recente voorbeelden waarbij burgers zich in het democratiseringsproces via de virtuele ruimte groeperen en organiseren en vervolgens in de fysieke publieke ruimte protesteren of een ‘statement’ maken. Daarnaast kunnen beide ruimte op het gebied van cultuur vandaag de dag een bijdrage leveren. Sociale media als onderdeel van de virtuele ruimte worden in toenemende mate verbonden aan culturele evenementen of overige activiteiten in publieke ruimten zoals pleinen en parken. Tenslotte worden beide ruimten gewoonweg gebruikt omdat mensen het aantrekkelijk vinden om er gebruik van te maken en zich graag in deze ruimten bevinden.

De ruimte om ons heen is in toenemende mate ‘hybride’ van aard geworden, omdat er meerdere plekken bestaan waar het publieke leven zich tegelijkertijd afspeelt. Het gaat hier bijvoorbeeld om straten, pleinen, parken, massamedia zoals kranten en televisie, internet, chatrooms en nieuwsgroepen. Dit betreft dus zowel de publieke als virtuele ruimte, waarbij de grenzen tussen beide ruimten in toenemende mate vervagen. De virtuele ruimte staat dus in een complexe verhouding tot de fysieke ruimte, omdat beide ruimten in bepaalde zin zowel uitersten kunnen zijn, maar zich ook in toenemende mate met elkaar verweven en elkaar kunnen beïnvloeden. Zowel de fysieke als de virtuele ruimte speelt vandaag de dag een grote rol in de ruimtelijke planning. Beide ruimten zijn aan constante veranderingen onderhevig en bevinden in zich in een spectrum tussen de samenleving als geheel en het individu. Dit maakt het inspelen op de ontwikkelingen in beide ruimten ingewikkeld, maar uitdagend maakt binnen de ruimtelijke planning. De ruimtelijke planning heeft al eeuwen te maken met de inrichting van de fysieke ruimte, maar de virtuele ruimte is een relatief ‘nieuwe’ ruimte die zich in een relatief korte tijd heeft aangediend. De technologie heeft zich de afgelopen decennia razendsnel ontwikkeld en verschillende uiteenlopende communicatiemiddelen, die lopen via het internet, volgen elkaar in een hoog tempo op. Recente sociale media zoals Hyves, Facebook, Twitter en LinkedIn zijn hier bekende voorbeelden van. De virtuele ruimte is een ruimte die in de huidige netwerksamenleving niet meer is weg te denken, omdat het gebruik van deze virtuele ruimte in de Nederlandse samenleving en daarbuiten, toeneemt en ook in toenemende mate de gedragspatronen van burgers begint te bepalen. Het is een ruimte

die zeker in deze tijd niet kan worden genegeerd en waar dus in alle opzichten rekening mee moet worden gehouden vanuit de ruimtelijke planning.

Er kan niet stellig worden beweerd dat de virtuele ruimte communicatie in de fysieke ruimte vervangt, omdat er geen sprake is van een afname van uitwisselingen van informatie in de fysieke ruimte, zoals publieke ruimten als pleinen, parken en straten. In de praktijk blijkt dat mensen ondanks het bestaan van de virtuele ruimte, nog altijd een grote behoefte hebben om face-to-face met elkaar te communiceren. Het kan wel zo zijn dat mensen die eerder face-to-face communiceerden, dit nu gedeeltelijk via de virtuele ruimte doen. De virtuele ruimte is op dat moment vaak geen bedreiging voor de fysieke ruimte, maar werkt juist complementair ten opzichte van de fysieke ruimte. De virtuele ruimte heeft de potentie om een aanvulling te zijn op de fysieke ruimte, omdat het mensen snel, gemakkelijk en op elk moment kan mobiliseren naar de fysieke ruimte om ons heen. Deze potentie is ook in de ruimtelijke planning zichtbaar, waar de virtuele ruimte als een aanvulling wordt gezien op de fysieke ruimte. Uit interviews met verschillende gemeenten in Noord-Nederland is gebleken dat sociale media als onderdeel van de virtuele ruimte als aanvulling worden gezien op de dienstverlening die gemeenten op dit moment al gebruiken richting de burger. Het kan een extra mogelijkheid zijn voor gemeentelijke organisaties om de burger te bereiken, of andersom, dat de burger de gemeente kan bereiken. Sociale media kunnen een nieuwe dimensie geven aan het maken van ruimtelijke plannen door bijvoorbeeld burgers via deze sociale media te laten participeren in ruimtelijke plannen. Het is hierbij wel belangrijk om in ogenschouw te nemen dat we op dit moment te maken hebben met een tweedeling in generaties die wel en niet met de sociale media zijn opgegroeid, maar deze tweedeling wordt momenteel en dus ook in de toekomst steeds kleiner. Het inspelen op deze virtuele ruimte zal in de toekomst dus alleen maar belangrijker worden binnen de ruimtelijke planning.

In het algemeen wordt er momenteel wel gebruik gemaakt van sociale media bij de ondervraagde gemeenten, maar er is nauwelijks een rol weggelegd voor sociale media bij het maken van ruimtelijke plannen of het laten participeren van burgers in deze plannen. Er wordt nog in grote mate gebruik gemaakt van de fysieke wettelijk verplichte inspraakprocedures en traditionele informatieavonden bij het laten participeren van burgers in ruimtelijke plannen. Op de participatieladder gaat het hier vooral om de trappen 'informereren' en 'raadplegen', waardoor de burgers over het algemeen geen directe invloed kunnen uitoefenen bij de ondervraagde gemeenten. Deze participatie vindt voornamelijk achteraf plaats, waarbij een ruimtelijk plan vaak al in hoofdlijnen vaststaat en de burgers alleen nog invloed kunnen uitoefenen op details van het desbetreffende plan. Er is dus momenteel nog niet of nauwelijks sprake van echte interactieve beleidsvorming, waarbij de burger in samenwerking met de gemeente en overige belanghebbenden ruimtelijke plannen samenstelt. Wel krijgt de website van verschillende gemeenten steeds meer een rol als platform waar de burger over steeds meer uiteenlopende zaken wordt geïnformeerd, bijvoorbeeld via sociale media en overige webtoepassingen, en in het geval van enkele gemeenten daadwerkelijk kan reageren op relevante zaken. Verder worden er bij enkele ondervraagde gemeenten experimenten georganiseerd die de essentie van interactieve beleidsvorming raken. Bij deze experimenten heeft de burger een directe invloed op de invulling van een nog te realiseren ruimtelijk plan, waardoor er in plaats van achteraf, vooraf of tussentijds invloed kan worden uitgeoefend door de burger.

Of sociale media een bruikbaar middel zijn bij het laten participeren van burgers in ruimtelijke plannen is momenteel nog twijfelachtig. Het feit dat informatie die vanuit burgers bij de gemeente binnenkomt geen juridische status heeft en dus geen rechtsgeldige waarde heeft, is hier een belangrijke reden voor. De gemeente hoeft dus met betrekking tot de beleidsvorming niet direct consequenties te verbinden aan de informatie die vanuit burgers of overige belanghebbenden via sociale media binnenkomt. Dit is bijvoorbeeld wel het geval bij schriftelijke zienswijzen die door burgers worden ingediend naar aanleiding van ruimtelijke plannen. Een tweede reden is het feit dat

het beleidsproces en de gehele gemeentelijke organisatie aangepast moet worden op de sociale media, wanneer er voor wordt gekozen om deze sociale media meer of zelfs volledig te integreren bij gemeenten. Dit betreft een ingrijpende verandering in de gemeentelijke organisatie en vooral voor gemeenten met relatief weinig middelen en capaciteit blijkt deze verandering nauwelijks op te vangen. De voor- en nadelen van het gebruik van sociale media worden bij gemeenten momenteel tegen elkaar opgewogen. Het gebruik van de sociale media Hyves, Facebook, Twitter en LinkedIn bij het laten participeren van burgers in ruimtelijke plannen is volgens een groot deel van de ondervraagde gemeentemedewerkers twijfelachtig. Elk medium kent zowel voor- als nadelen.

Er kan niet één van deze typen sociale media worden aangewezen die het meest geschikt is om burgers te laten participeren in ruimtelijke plannen. De geschiktheid van elke van deze typen sociale media is afhankelijk van het doel dat de gemeente voor ogen heeft, de situatie, het onderwerp en de fase waarin het participatieproces zich bevindt. De ondervraagde gemeenten zijn het er over eens dat het belangrijk is dat er sprake moet zijn van een overzichtelijk en professioneel discussieplatform, gericht op een afgebakend gebied zoals een wijk of een buurt, waarop de burgers op een goede manier kunnen participeren en waar de essentie van daadwerkelijke participatie wordt bereikt: tweerichtingsverkeer. Dit wil zeggen dat dit een platform moet zijn waar ruimte is voor zowel burgers, de gemeente, deskundigen en overige geïnteresseerden om hun mening geven, deze te onderbouwen en waar ruimte is voor bijvoorbeeld gemeenten, projectontwikkelaars en woningcorporaties om antwoorden te kunnen geven op vragen en onjuiste informatie met feiten te kunnen weerleggen. Geen van de vier bovenstaande sociale media kunnen deze rol op dit moment volledig vervullen.

Sociale media bieden gemeenten kansen, maar hier staan minstens zoveel bedreigingen tegenover. Sociale media worden momenteel vooral gezien als een aanvulling op de traditionele fysieke 'face-to-face' participatie bij gemeenten. Het gebruik van sociale media kan een extra hulpmiddel zijn om een grotere en bredere (doel)groep burgers te kunnen bereiken. Sociale media kunnen zich goed lenen voor het aankondigen en uitwerken van fysieke contactmomenten vanuit de gemeente waaraan burgers kunnen deelnemen, en bijvoorbeeld het geven van achtergrondinformatie met betrekking tot ruimtelijke plannen. Virtueel contact tussen gemeente en burger kan fysiek contact in werking zetten, maar andersom kunnen fysieke contactmomenten ook een vervolg worden gegeven door middel van virtuele interactie. Beide vormen van communicatie versterken elkaar in dit geval. De hoofdreden voor het feit dat de sociale media een aanvulling vormen op het fysieke contact tussen gemeente en burger, kan worden verklaard vanuit het standpunt dat er bij gemeenten altijd een minimum zal blijven bestaan aan face-to-face interactie. Gemeenten gebruiken vooral een combinatie van beide communicatiemethoden, een combinatie die tot nu toe goed blijkt te werken.

6.2 Terugkoppeling naar centrale vraagstelling

Sociale media kunnen worden gebruikt in de ruimtelijke planning, maar het wel of niet slagen van deze werkwijze is afhankelijk van een aantal doorslaggevende factoren. Het doel dat de gemeente voor ogen heeft, de situatie, het onderwerp en de fase waarin het proces zich bevindt zijn voorbeelden van enkele belangrijke factoren die de bruikbaarheid van sociale media bij gemeenten kunnen bepalen. Ook de middelen en capaciteit van gemeenten vormen een doorslaggevende factor in de mogelijkheden om sociale media te kunnen gebruiken. Het is essentieel dat de organisatie is toegerust op het gebruik van sociale media. Afhankelijk van deze factoren moeten gemeenten de keuze maken of en in welke mate bepaalde typen sociale media of overige webtoepassingen kunnen worden ingezet. De voor- en nadelen van het gebruik van bepaalde typen sociale media of overige webtoepassingen moeten per situatie goed tegen elkaar worden afgewogen. De kansen moeten zoveel mogelijk worden benut en de nadelen zoveel mogelijk worden geminimaliseerd. Sociale media kunnen gemeenten de mogelijkheid bieden om op veel verschillende manieren een grote en uiteenlopende groep mensen op een laagdrempelige manier te bereiken. Dit is een werkwijze die zeker in deze tijd de potentie heeft om tot het gewenste resultaat te leiden, mits de sociale media op

een goede manier worden gebruikt en vooral op het juiste moment worden ingezet. De sociale media kunnen worden gebruikt als een communicatiemiddel, naast de traditionele communicatiemiddelen, om de burger te bereiken of relevante informatie van burgers in te winnen. In die zin hebben sociale media de potentie om een aanvulling te zijn op het fysieke contact tussen gemeente en burgers. Er kunnen bijvoorbeeld aankondigingen worden gedaan via sociale media, er kan achtergrondinformatie worden gegeven en via sociale media kunnen 'links' worden gegeven naar relevante websites, kaarten, illustraties, visuele animaties etc.

Het daadwerkelijk laten participeren van burgers in ruimtelijke plannen is een stap verder. Het is belangrijk dat er een passend en overzichtelijk platform wordt gebruikt die bijdraagt aan de doelstellingen van de gemeente, die burgers en overige belanghebbenden de kans geeft om daadwerkelijk invloed uit te kunnen oefenen, die past bij het onderwerp en de locatiespecifieke situatie en die de gemeente intern kan opvangen. Daarnaast moet dit communicatieplatform voldoende worden toegesneden op de burgers en overige belanghebbenden. Het is belangrijk dat de participanten serieus worden genomen en dat het duidelijk is wanneer er daadwerkelijk sprake is van interactieve beleidsvorming tussen gemeente, burgers en overige belanghebbenden of geïnteresseerden. Het besef moet er zijn dat er door gemeenten vanuit de burgers en overige belanghebbenden relevante informatie kan worden gehaald ten behoeve van uiteindelijk te realiseren ruimtelijke plannen. Wanneer het van toegevoegde waarde is voor gemeenten om input te krijgen vanuit de burgers, deskundigen en/of overige belanghebbenden of om draagvlak te krijgen voor ruimtelijke plannen, kunnen sociale media of overige webtoepassingen bijvoorbeeld een belangrijke bijdrage leveren aan het maken van ruimtelijke plannen.

Afhankelijk van experimenten die op verantwoorde wijze moeten worden uitgevoerd, zal er binnen de ruimtelijke planning moeten worden ervaren welke werkwijzen op welk moment blijken te werken en welke niet. Het experimenteren met sociale media is noodzakelijk, omdat er nog weinig ervaringen zijn in de ruimtelijke planning die als voorbeeld kunnen dienen. Deze ervaringen moet de ruimtelijke planning in de toekomst zelf gaan opdoen, waarbij een verantwoorde werkwijze en daadkracht essentieel is.

6.3 Toekomstperspectief

De kans is aanwezig dat de invloed van de virtuele ruimte op de ruimtelijke planning verder zal toenemen. De middelen binnen de virtuele ruimte hebben zich de afgelopen decennia stormachtig ontwikkeld en er lijkt voorlopig geen einde aan deze ontwikkeling te komen. Informatie kan zich via steeds meer middelen binnen de virtuele ruimte, bijvoorbeeld via sociale media, op een snelle manier verplaatsen tussen mensen en instanties. Dit is misschien wel het grootste voordeel ten opzichte van het fysiek verplaatsen van informatie in de ruimtelijke planning. Het is essentieel dat de invloed van de snelle ontwikkeling van deze virtuele ruimte serieus wordt genomen binnen de ruimtelijke planning. Onderschatting van de invloed van de virtuele ruimte kan in de toekomst een valkuil zijn. Om verrassingen te voorkomen zal er binnen de ruimtelijke planning, in welke mate dan ook, moeten worden ingespeeld op de veranderingen en mogelijkheden in de virtuele ruimte. Met betrekking tot de toekomst is het daarom belangrijk dat gemeenten zich instellen op de ontwikkelingen die er op het gebied van technologie en het gebruik van communicatiemiddelen hierbinnen gaande zijn en deze serieus nemen. Wat er in de samenleving gebeurt, kunnen de gemeenten benutten om een steeds groter wordende en bredere (doel)groep burgers snel, goedkoop en gemakkelijk te kunnen bereiken. Gemeenten zullen zich daar moeten bevinden waar de doelgroep te bereiken is en de sociale media zijn hier zeker in deze tijd een goed voorbeeld van. Het is dus belangrijk dat de virtuele ruimte en de sociale media hierbinnen vooral vanuit het perspectief van kansen wordt gezien in plaats van de nadruk te leggen op de bedreigingen.

De rol van de burger in het politieke proces, die de laatste decennia al aan het verschuiven is, zal in toenemende mate veranderen. De invloed van de burger zal vermoedelijk verder toenemen als gevolg van deze machtsverschuiving en ook door de ontwikkelingen in de virtuele ruimte. De kans is groot dat deze ontwikkeling invloed zal hebben op het proces om te komen tot ruimtelijke plannen en de uiteindelijke inrichting van deze plannen. Ook het denken over ruimtelijke ontwikkeling in het algemeen zal veranderen als gevolg van een toenemende invloed en gebruik van de virtuele ruimte bij het samenstellen van plannen van gemeenten in samenwerking met burgers, belanghebbenden en geïnteresseerden. De verschuiving van zendergericht en eenrichtingsverkeer, richting ontvangergericht en tweerichtingsverkeer zal zich vermoedelijk verder doorzetten. Dit geeft de ruimtelijke planning in de toekomst een andere dimensie.

Of de huidige sociale media zoals Hyves, Facebook, Twitter en LinkedIn de toekomst vormen valt nog af te wachten. Het gebruik van enkele van deze middelen binnen de virtuele ruimte lijkt momenteel vooral geschikt als aanvulling op de gemeentelijke organisatie in het algemeen en het informeren van alle belanghebbenden. Een doorslaggevende rol is er voor deze sociale media in het proces om te komen tot ruimtelijke plannen momenteel nog niet weggelegd. Het is wachten op een passend en overzichtelijk platform dat geschikt is om daadwerkelijke interactieve beleidsvorming te kunnen bereiken. Dit platform moet alle belanghebbenden voldoende handreikingen geven om daadwerkelijk op een interactieve manier te kunnen participeren. Dit platform zal overzichtelijk moeten zijn en moet daarom niet bestaan uit lange teksten. De participant moet begrijpbare, concrete en duidelijke informatie te zien krijgen en moet gemakkelijk kunnen schakelen van het ene naar het andere onderwerp of visuele informatie op dit platform. Uiteindelijk is het essentieel dat alle belanghebbenden resultaten te zien krijgen van de inspanningen. Aan de ene kant kunnen de burgers en overige belanghebbenden invloed uitoefenen op een ruimtelijk plan en aan de andere kant kan de gemeente relevante informatie uit de omgeving halen en het draagvlak voor ruimtelijke plannen vergroten. In die zin ontstaat er een 'win-win' situatie voor alle partijen en is de essentie van interactieve beleidsvorming bereikt. Of dit geschikte platform zich zal aandienen zal de toekomst moeten uitwijzen.

Begrippenlijst

Openbare ruimte

Een ruimte die openbaar, vrij toegankelijk en dus niet privé is. Deze ruimte is in de meeste gevallen in handen van de overheid.

Publiek domein

Plaatsen waar een uitwisseling tussen verschillende maatschappelijke groepen kan plaatsvinden en ook daadwerkelijk plaatsvindt.

Publieke ruimte

Een vrij toegankelijke en materiële ruimte met een publieke functie waar mensen elkaar fysiek (face-to-face) kunnen ontmoeten en met elkaar kunnen communiceren. Deze ruimte kan zowel in publieke als private handen zijn, zolang het een publieke functie heeft.

Ruimtelijke planning

De planning die betrekking heeft op de inrichting van de ruimte. Het gaat hier om plannen die gemaakt worden door overheden, in dit geval gemeenten.

Sociale media

Middelen binnen de informatie- en communicatietechnologie (ICT) waarmee mensen en/of organisaties door middel van internet met elkaar kunnen communiceren, bijvoorbeeld Hyves, Facebook, Twitter en LinkedIn.

Sociaal kapitaal

Alle soorten sociale netwerken die van waarde zijn voor het individu en de samenleving als geheel. Sociaal kapitaal bestaat uit eigenschappen van een sociaal netwerk die er voor zorgen dat het netwerk een bepaalde waarde (kapitaal dus) kan creëren voor mensen binnen dat netwerk.

Virtuele ruimte

De onzichtbare en immateriële ruimte binnen informatie- en communicatietechnologie (ICT) waarin mensen met elkaar communiceren via het web/internet. Dit kan variëren van een gemeenschappelijk digitaal forum tot de individuele mailbox.

Literatuurlijst

De literatuurlijst geeft een overzicht van de nationale en internationale literatuur die zijn gebruikt bij de totstandkoming van deze scriptie. Deze lijst bevat onder andere publicaties, beleidsnota's en elektronische documenten. Ook zijn in de literatuurlijst internetbronnen opgenomen.

- Allmendinger, P. (2002) *Planning Theory*, reeks 'Planning, Environment, Cities', Palgrave, Hampshire and New York.
- Beckers, D en Besselaar, P. van den (1998) *Sociale interactie in een digitale omgeving: De digitale stad*, Universiteit van Amsterdam (UvA), Amsterdam. Online beschikbaar op: <http://hcs.science.uva.nl/usr/peter/publications/1998lenl.pdf>
- Beckers, V., Beunders, H., Edwards, A., Moody, R., m.m.v. Buljac, J. (2009) *De virtuele lont in het kruitvat. Welke rol spelen de oude en nieuwe media in de micromobilisatie van burgers en hun strijd om politieke aandacht*, Uitgeverij Lemma, Den Haag.
- Boomen, M. van den (2000) *Leven op het net, de sociale betekenis van virtuele gemeenschappen*, Instituut voor Publiek en Politiek, Amsterdam.
- Butsch, R. (2007) *Media and public spheres*, Rider University, Palgrave Macmillan, New York (VS).
- Carmona, M., Magalhães, C. De en Hammond, L. (2008) *Public space, the management dimension*, Routledge, Londen.
- Castells, Manuel (2004) *The network society, a cross-cultural perspective*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham (GB) en Northampton (VS).
- Cate, S. ten (2010) *Sociaal kapitaal binnen online communities*. Artikel op www.frankwatching.com, een online magazine over o.a. digitale trends.
- Corbusier, Le (1929) *A contemporary city*, in: LeGates en Stout, *The city reader*, fourth edition, Routledge, Londen en New York.
- Dehaene, M. & Cauter, M. de (2008) *Heterotopia and the city, public space in a postcivil society*, introduction, Routledge, Londen en New York.
- Edelenbos, J., Domingo, A., Klok, P. en Tatenhove, J. van (2006) *Burgers als beleidsadviseurs, een vergelijkend onderzoek naar acht projecten van interactieve beleidsvorming van drie departementen*. Instituut voor Publiek en Politiek, Amsterdam.
- Hajer, M. en Reijndorp, A.(2001) *Op zoek naar nieuw publiek domein*, NAI uitgevers, Rotterdam.
- Hamm, M. (2006) *Herovering van virtuele en fysieke ruimten*, in: Kluitenberg (2006) *Hoe draadloze media de publieke ruimte mobiliseren*, NAI uitgevers, Rotterdam.
- Hampton, K. (2004) *Networked sociability online, offline*, in: Castells, *The Network Society, a Cross-cultural perspective*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham (GB) en Northampton (VS).

- Joosen, G. (2003) Openbare ruimte in het informatietijdperk, Een reactie op “Het Verglaasde Leven”, Technische Universiteit Eindhoven (TU/e), Eindhoven. Online beschikbaar op: http://www.gais.nl/TUE/7x271/7x271_s420206.pdf
- Kluitenberg, E. (2006) Netwerk van golven, leven en handelen in een hybride ruimte, in: Hybride ruimte, hoe draadloze media de publieke ruimte mobiliseren, NAI uitgevers, Rotterdam.
- Low, S., Taplin, D. en Scheld, S. (2005) Rethinking urban parks, public space and cultural diversity, University of Texas press.
- Mitchell, W.J. (2001) E-topia: Urban life, Jim- but not as we know it, in: LeGates en Stout, The city reader, fourth edition, Roudlegde, Londen en New York.
- Molenaar, C. (2006) Wisseling van de macht, Pearson Education Benelux.
- Pröpper, I. en Steenbeek, D. (1999) De aanpak van interactief beleid: elke situatie is anders, Uitgeverij Coutinho, Bussum.
- Putnam, R. (1995) Bowling alone: America’s declining social capital, journal of democracy, in: LeGates en Stout, The city reader, fourth edition, Roudlegde, Londen en New York.
- Putnam, R. (2000) Bowling alone: the collapse and revival of American community, Simon & Schuster, New York.
- Raesens, J. (2007) De virtuele ruimte, Computergames: interface van de eenentwintigste eeuw, Universiteit Utrecht (UU), Utrecht. Online beschikbaar op: <http://igitur-archive.library.uu.nl/sg/2007-1210-202156/c4.pdf>
- Ruimtelijk Planbureau (2003) De ruimtelijke effecten van ICT, samengesteld door van Oort, F., Raspe, O., Snellen, D., Den Haag, NAI uitgevers, Rotterdam.
- Sey, A. en Castells, M. (2006) From media politics to networked politics: the Internet and the political process, in: Castells, The Network Society, a Cross-cultural perspective, Edward Elgar Publishing, Cheltenham (GB) en Northampton (VS).
- Shields, R. (2003) The virtual, Routledge, Taylor and Francis Group, Londen and New York.
- Sociaal en Cultureel Planbureau (2000) Digitalisering van de leefwereld, een onderzoek naar informatie- en communicatietechnologie en sociale ongelijkheid, Den Haag.
- Vincent, A. & Valkenburg, J. (2009) Career management via LinkedIn, Using your online network to find new work or challenging assignments, Translation, Spectrum, Houten.
- Vries, de B. (1990) Pleinen van Nederland, Een typologische analyse van het Nederlandse stadsplein, Stichting Matrijs, Utrecht.
- Vliet, R. van (2010) Stadsplanning in Nederland, Reader stadsplanning t.b.v. college stadsplanning 2010-2011.

- VROM, ministerie van (2007) Winkelstraten en pleinen, motor van herstructurering, Den Haag.
- VROM-raad (2009) Publieke ruimte, Naar een nieuwe balans tussen beeld, belang en beheer, Den Haag.
- Wouden, R. van der (2002) Publiek domein en maatschappelijke integratie, in: Musterd en Ottens, Strijd om de stad, Koninklijke van Gorcum, Assen.
- Zaphiris, P. en Ang, C.S. (2010) Social computing and virtual communities, Chapman & Hall/CRC Press, Taylor and Francis Group, Boca Raton, United States.

Internetbronnen

- Dale, V. (2011) Van Dale online woordenboek <http://www.vandale.nl/vandale>
- Facebook (2011) Hoofdpagina, online beschikbaar op <http://www.facebook.com>
- Hyves (2011) Hoofdpagina, online beschikbaar op <http://www.hyves.nl>
- Janssen Architectuur (2011) <http://www.janssenarchitectuur.nl/herarchitectuura.html>
- LinkedIn (2011) Hoofdpagina, online beschikbaar op <http://www.linkedin.com>
- Twitter (2011) Hoofdpagina, online beschikbaar op: <http://www.twitter.com>

Figuren:

Voorblad

- <http://reno.punt.nl/upload/het-nut-van-social-media-marketing.jpg>
- <http://www.metaaladvies.nl/xIntcms/user/ro.jpg>
- <http://www.sportintwente.nl/image/Sporten/algemeen/35-social-media.jpg>
- <https://www.topshelfmedia.nl/wp-content/uploads/2010/12/Twitter-Facebook-LinkedIn-Hyves-300x88.jpg>

Fig 3.1 Griekse Agora

- <http://www.joostdevree.nl/shtmls/agora.shtml>

Fig 3.2 Romeis Forum

- <http://home.planet.nl/~vink0077/bloeirr.html>

Bijlagen

Bijlage 1: Lijst van geïnterviewde personen

In het kader van het empirische deel van het onderzoek zijn er interviews afgenomen met medewerkers van verschillende gemeenten in Noord-Nederland, met als doel kwalitatieve praktijkinformatie in te winnen. De geïnterviewde personen zijn in onderstaand schema weergegeven.

Naam	Functie	Gemeente	Datum
Mw. T. Smit	Communicatieadviseur	Delfzijl	06-06-2011
Dhr. G. Sewnandan	Projectleider Nieuwe Media	Groningen	10-06-2011
Mw. A. Oomkens	Coördinator Communicatie	Hoogezand-Sappemeer	10-06-2011
Dhr. J. de Jong	Communicatieadviseur	Leeuwarden	17-06-2011
Dhr. A. Glas	Communicatieadviseur	Heerenveen	20-06-2011
Mw. M. van der Linden	Communicatieadviseur	O.a. Heerenveen	20-06-2011
Mw. R. Bloemsma	Communicatie medewerker/ Secretariële ondersteuning (juridisch) planologen	Heerenveen	20-06-2011
Mw. E. Oosterbaan	Communicatieadviseur	Smallingerland	23-06-2011
Mw. I. Scheper	Communicatieadviseur	Veendam/De Kompanjie	24-06-2011

Bijlage 2: Interviewvragen

1. In welke mate kunnen burgers participeren bij het maken van ruimtelijke plannen door uw gemeente?

(Doel van deze vraag is er achter komen in welke mate burgers in het algemeen invloed kunnen uitoefenen op ruimtelijke plannen in de desbetreffende gemeente)

2. In welke mate maakt uw gemeente daarbij gebruik van participatie door middel van inspraak- of informatieavonden waarbij 'face-to-face' interactie plaatsvindt met de burgers?

(Doel van deze vraag is er achter komen in welke mate er nog veel gebruik wordt gemaakt van face-to-face contact met de burgers of dat de opkomst van sociale media al zichtbaar is)

3. In welke mate maakt uw gemeente gebruik van sociale media bij het laten participeren van burgers in het maken van ruimtelijke plannen?

(Doel van deze vraag is er achter komen in welke mate bij de desbetreffende gemeente gebruikt wordt gemaakt van sociale media bij burgerparticipatie voor het maken van ruimtelijke plannen)

4. Welke sociale media worden er zoal gebruikt binnen uw gemeente bij het maken van ruimtelijke plannen?

(Doel van deze vraag is een overzicht te krijgen welke sociale media veel worden gebruikt binnen de verschillende gemeenten)

5. Welk type van sociale media is volgens u het meest bruikbaar binnen uw gemeente bij het laten participeren van burgers in ruimtelijke plannen? Waarom?

(Doel van deze vraag is achterhalen welk type van sociale media door de verschillende gemeenten als het meest van toegevoegde waarde wordt gezien)

6. Welk type van sociale media is volgens u het minst bruikbaar binnen uw gemeente bij het laten participeren van burgers in ruimtelijke plannen? Waarom?

(Doel van deze vraag is achterhalen welk type van sociale media door de verschillende gemeenten als het minst van toegevoegde waarde wordt gezien)

7. Is de opkomst van sociale media in de loop der jaren zichtbaar geworden binnen uw gemeente? Zo ja, op welke manier?

(Doel van deze vraag is inzicht krijgen in welke mate en op welke wijze de opkomst van de virtuele ruimte/sociale media zichtbaar is geworden binnen gemeenten)

8. Welke kansen biedt het gebruik van sociale media volgens u bij het laten participeren van burgers bij het maken van ruimtelijke plannen? (beter bereikbaar, sneller etc.)

(Doel van deze vraag is achterhalen welke voordelen de verschillende gemeenten zien in het gebruik van sociale media bij burgerparticipatie met betrekking tot ruimtelijke plannen)

9. Welke bedreigingen biedt het gebruik van sociale media volgens u bij het laten participeren van burgers bij het maken van ruimtelijke plannen? (individualisering, geen face-to-face contact etc.)

(Doel van deze vraag is achterhalen welke nadelen de verschillende gemeenten zien in het gebruik van sociale media bij burgerparticipatie met betrekking tot ruimtelijke plannen)

10. In welke mate denkt u dat sociale media ervoor zorgen dat de burgers verder van de gemeentelijke overheid af komen te staan? Wat zijn de gevolgen hiervan?
(Doel van deze vraag is achterhalen hoe de verschillende gemeenten denken over het contact met de burgers als gevolg van het gebruik van sociale media)

11. Op welke manier denkt u dat de sociale media een aanvulling kunnen zijn op de klassieke 'face-to-face'- participatie?
(Doel van deze vraag is achterhalen of de sociale media ook kunnen bijdragen aan het mobiliseren van burgers naar inspraak- of informatieavonden)

12. Op welke manier denkt u dat de sociale media een bedreiging vormen voor de klassieke 'face-to-face'- participatie?
(Doel van deze vraag is inzicht krijgen in welke mate de verschillende gemeenten van mening zijn dat het gebruik van sociale media ten koste gaat van face-to-face contact met burgers)

13. Wat is uw persoonlijke voorkeur bij burgerparticipatie met betrekking tot ruimtelijke plannen, 'face-to-face'-participatie of participatie door middel van sociale media? Waarom?
(Doel van deze vraag is achterhalen welke wijze van het laten participeren van burgers in ruimtelijke plannen het meest gewenst is in deze tijd door gemeenteambtenaren en wat de redenen hiervoor zijn)

14. In Alphen aan de Rijn konden burgers door middel van Twitter invloed uitoefenen op de plaatselijke structuurvisie van 2010. Wat is uw mening ten opzichte van deze werkwijze?
(Doel van deze vraag is doormiddel van een concrete case een voorbeeld geven hoe sociale media gebruikt zouden kunnen worden binnen gemeenten en hoe de desbetreffende gemeenteambtenaar hier tegenover staat)

15. In welke mate en op welke manier denkt u dat de sociale media moeten worden gebruikt door gemeenten in de toekomst?
(Doel van deze vraag is achterhalen of en hoe de verschillende gemeenteambtenaren denken dat de sociale media optimaal kunnen worden benut)

16. Hoe ziet u de toekomst met betrekking tot het gebruik van sociale media in uw gemeente in relatie tot burgerparticipatie bij ruimtelijke plannen?
(Doel van deze vraag is achterhalen in welke mate de verschillende gemeenteambtenaren verwachten dat de sociale media in de toekomst een grote stempel zullen drukken op het maken van ruimtelijke plannen door middel van burgerparticipatie)