

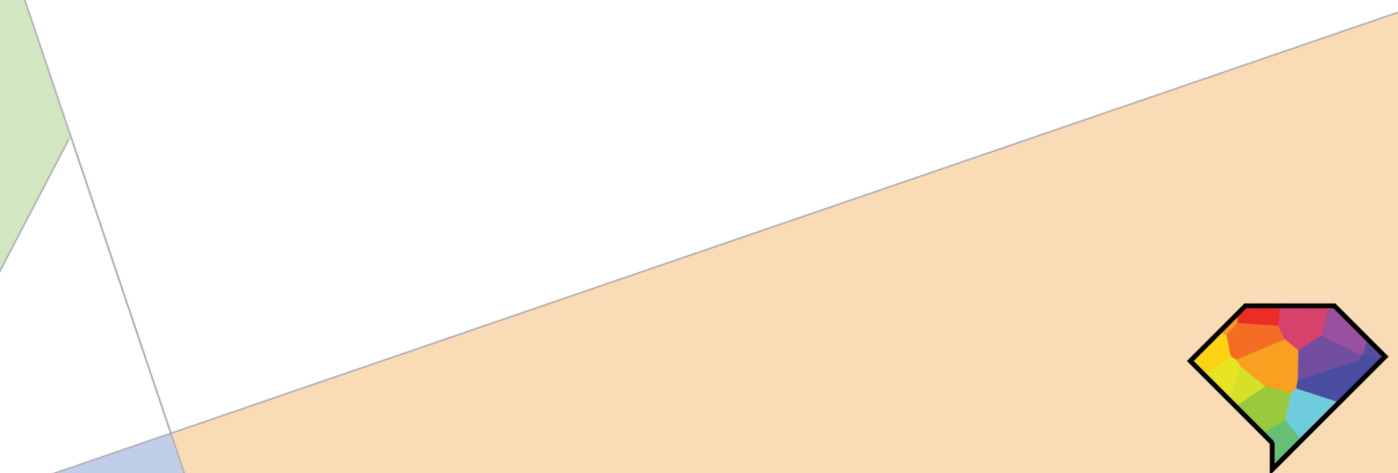
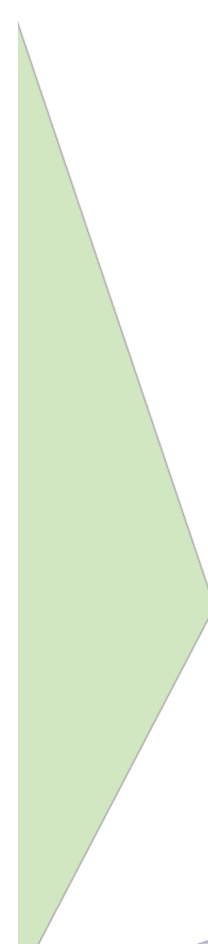
Zitwat.in

Aandacht voor toegevoegde waarde!

Andrew van Ingen

ONDERZOEKSVERSLAG

Datum:	30-06-16
Opleiding:	Communication & Multimedia Design
Organisatie:	NHL Hogeschool Leeuwarden
Studentnummer:	97567
Begeleider:	D. Kuipers
Vakdocent:	R. Heite
Afstudeerjaar:	2016



Impressum

Zitwat.in

Aandacht voor toegevoegde waarde!

Auteur: Andrew van Ingen
E-mailadres: andrew.vaningen@gmail.com
Telefoonnummer: 0619195900
Studentnummer: 97567

Opleiding: Communication & Multimedia Design
Organisatie: NHL Hogeschool Leeuwarden

Begeleider: Derek Kuipers
Vakdocent: René Heite

Afstudeerjaar: 2016

Documentdatum: 30-06-16

Heb je vragen over dit document, neem dan gerust contact met me op!



Voorwoord

Als multimedia student heb ik in de afgelopen jaren een aantal grote ontwikkelingen gezien, waaronder de opkomst van social-media en van mobiele-communicatie. Hoewel ik me tijdens mijn studie breed georiënteerd heb, heb ik de ontwikkelingen van het web het nauwlettendst in de gaten gehouden. Dit gebied boeit me, en dan niet zozeer de programmeer kant, maar vooral die van de content management en social media: hoe wordt de informatie gebracht, verspreid en gedeeld. Daarom besloot ik me hier op te richten, voor mijn afstudeerproject. Ook wilde ik mijn passie voor godsdienst/levensbeschouwing/zingeving en jongeren verwerken in het project. Zodoende heb ik nagedacht over een social media concept met betrekking tot levensbeschouwing, speciaal gericht op gebruik door smartphone bezitters.

“Wat voor app kan jongeren faciliteren om levensbeschouwelijke content die ze tegen komen te delen met anderen?” is een tijdje mijn hoofdvraag geweest. Ik realiseerde me dat een veilige community hiervoor een voorwaarde was. Om dat te bewerkstelligen zou een adequaat reactiesysteem nodig zijn. Ik merkte dat onderzoek hiernaar al een project ansich was. Dit is zodoende uiteindelijk het aandachtspunt van mijn afstudeeronderzoek geworden.

Voor mijn onderzoek heb ik gezocht naar hoe universele principes, uit onder andere de psychologie en sociologie, toegepast kunnen worden in mijn ontwerp van het online dialoogsysteem, ten behoeve van de levensbeschouwelijke app voor jongeren.

Ik dank mijn begeleidende docenten René Heite en Derek Kuipers voor hun vertrouwen in mijn onderzoek en hun interesse in het eindresultaat.



Samenvatting

Dit project bestaat uit het bedenken van een app die jongeren faciliteert om met elkaar in dialoog te gaan over levensbeschouwelijke artikelen. Het ontwerp van het dialoogsysteem heeft de focus. Het ontwerp wil zorgen dat jongeren (on)bewust constructief reageren, waardoor de dialoog gefaciliteerd wordt.

Dit onderzoek bestudeert de factoren die bepalen dat mensen sociaalwenselijker reageren. Naast een uitgebreide analyse van de leefwereld van jongeren in Nederland en van de 'spirituele trends' onder deze groep, heb ik de werken bestudeerd van toonaangevende wetenschappers zoals Robert Cialdini, Jonah Berger, Susan Weinschenk en John Suler, die elk hun strepen hebben verdiend in hun vakgebied. Hieruit kwamen boeiende ontdekkingen zoals het effect van oogcontact op sociaalwenselijk gedrag. Dat is de reden dat Spector tot leven is geroepen. Hij is een (ro)botje dat met je in gesprek gaat door begeleidende vragen te stellen, om te zorgen voor respectvolle en waardevolle bijdragen. Ondertussen kijkt hij je aan met twee duidelijk - maar niet storend - aanwezige ogen. Ook kleinere, minder bekende en moeilijk vindbare onderzoeksverslagen zijn bestudeerd en bleken van toegevoegde waarde te zijn.

Dit document geeft ook het resultaat weer van mijn meerjarige quest naar het antwoord op de vraag 'Hoe motiveer je jongeren om hun geloof te verdiepen?' Mijn antwoord is **Zitwatin**: 'een social bookmarking tool voor het verzamelen van maatschappelijke en levensbeschouwelijke content, met bijbehorend discussie platform, beschikbaar als app, waar jongeren op een constructieve manier kunnen bijdragen en reageren op elkaars zienswijze'. Hier is Spector een belangrijk bestanddeel van.



Figuur 1 - Spector verwelkomt je!



Inhoudsopgave

Samenvatting	4
Inleiding	8
Aanleiding / Probleemstelling	9
Doelstelling.....	10
Onderzoeksvraag	10
Design Gap	10
Onderzoeksmethodiek.....	11
Leeswijzer	12
Verkenning	13
Jongeren	13
Puberbrein	14
Offline versus Online?.....	15
Echte (online) vrienden	19
Identiteit, profilering & onthulling.....	20
Jongeren bereiken	21
Mediagebruik	22
Informatieverwerking en Mediawijsheid	22
In discussie met jongeren	25
Participatie in online discussies en activiteiten.....	26
Jongeren motiveren	28
Jongeren en religie.....	32
(Burgerschaps)vaardigheden.....	39
Socialere reacties.....	45
Verkenning van online reacties.....	45
'Homo Opiniens': instantmeningen en opiniedwang.....	46
Prettige reactiesystemen.....	47
Projecten ter bevordering van een socialer web	49
Zorgen: omgaan met gelijkgestemden	54
Echokamers - "Soort zoekt soort" & Echokamers.....	54
'Filter bubbles'	54
Lastig: omgaan met andersdenkenden.....	56
Eerste indrukken, vooroordelen en stereotypen	56
Liefdevol communiceren.....	57
Framing: het is maar hoe je het bekijkt	58
Het belang van de juiste context	58
Het beeld van religie.....	59
Marketing: delen is vermeerderen	60
Content: stickiness en spreadability	60
Controversiële onderwerpen	62



Engagement: community building	63
<i>Communityleden</i>	63
<i>Community regels</i>	64
Gamification als motivatietool	65
Bestaande sites	66
<i>Maatschappelijk dialoog</i>	66
<i>Verkenning van religieuze sites</i>	67
Conclusies om mee verder te gaan	69
<i>Stakeholders</i>	69
<i>De kansen samengevat</i>	69
Resultaten: iteraties	70
Empirisch onderzoek	70
Gebruikte onderzoeksmethoden, toegelicht	71
Diep nadenken	73
<i>Welke concepten zijn er te bedenken om online gesprekken over levensbeschouwing aan te wakkeren?</i>	73
Zit wat in	77
<i>Welke waarden moet Zitwat.in uitdragen?</i>	77
<i>Welk logo of beeldmerk straalt het gedachtegoed van Zitwat.in uit?</i>	77
<i>Wat is goede content voor op Zitwat.in?</i>	79
<i>Hoe zorg je dat er gepraat wordt over controversiële onderwerpen?</i>	79
<i>Wat zijn de community-richtlijnen?</i>	80
<i>Welke houding moeten moderators hebben?</i>	80
Open oren, ogen en houding	81
<i>Hoe ervaren (christelijke) sites de reactiemogelijkheid?</i>	81
<i>Hoe doen zij dat nou? Waar zit het 'succes' van de Correspondent?</i>	82
<i>Welke soorten commentingmogelijkheden zijn er?</i>	83
<i>Kun je de reactiemogelijkheid beter onder de eerdere reacties zetten, of erboven – als je wilt dat er op elkaar gereageerd wordt?</i>	83
Openbaringen	84
<i>Hoe zorg je dat er respectvol gereageerd wordt?</i>	84
Open ogen	87
<i>Hoe kun je ogen op een niet storende manier verwerken in het design?</i>	87
<i>Hoe design je een vriendelijke robot?</i>	88
<i>Hoe zorg je dat een "domme" robot alsnog functioneel genoeg is?</i>	89
<i>Wat moet in de tekstballon van Spector?</i>	89
Spector	90
<i>Wat kan Spector nog meer?</i>	90
Respect	91
<i>Moet er een 'stemknop' bij de reacties?</i>	91
<i>Hoe noem je de 'stemknop'?</i>	91
<i>Welke gamemechanics passen bij een reactiesysteem?</i>	92



Ontwikkeling: van concept naar prototype	93
<i>De eisen, beargumenteerd</i>	93
<i>De ontwerpen</i>	94
Spector is (a)Live!	95
<i>Hoe wordt het prototype ontvangen?</i>	95
<i>Hoeveel vragen mag Spector stellen?.....</i>	95
Toegevoegde waarde!?	96
<i>Zijn de bijdragen respectvol?.....</i>	96
<i>Zijn de bijdragen waardevol?</i>	97
<i>Wat is de invloed van Spector op participatie?</i>	98
<i>Is er metacommunicatie in de reacties?.....</i>	98
Aandacht voor Zitwat.in & Spector	99
<i>Aandacht in de media.....</i>	101
Overkoepelende conclusies	102
Overkoepelende resultaten	103
Kansen.....	103
Discussie	104
Future work.....	105
Aanbevelingen voor vervolgonderzoek	106
Nawoord	107
Alternatieve samenvatting.....	107
Er is meer!	107
Bronnen.....	108
Bijlagen	114



Inleiding

Het internet zorgt voor een berg aan informatie en dankzij social media wordt er veel gedeeld. Sinds de komst van smartphones is de vloed aan data nog overweldigender. Chiclets, zoals de facebook like button, en commentboxen bieden de consument de mogelijkheid om feedback te geven. Deze tools bieden uitkomst voor een groot verlangen van de consument: gehoord worden. Sterker nog, ze bieden ook uitkomst voor een tweede verlangen van bedrijven en individuen: feedback krijgen.

Ook nieuwsmedia zijn online aanwezig. En uiteraard wordt ook op deze platforms 'feedback' gegeven wanneer de reactiemogelijkheid aanwezig is. Hetzelfde geldt voor persoonlijke blogs.

Helaas zitten er tussen die feedbackgevers ook 'reaguurders' die bewust onzin toevoegen en ook mensen die (on)bewust weinig zinnigs toevoegen. Daardoor kom je soms op platforms waar je door de vele nutteloze reacties de constructieve bijdragen niet meer opmerkt, of door alle negativiteit zelfs besluit niet meer dat platform te bezoeken. Om te vermijden dat lezers wegblijven hebben verschillende media besloten om online geen reactiesysteem meer te bieden. Hier wil ik op inspelen!

Ik snap goed dat met het simpele reactiesysteem, wat normaal aangeboden wordt, je beter kunt kiezen om de reactiemogelijkheid te schrappen. Ik geloof echter dat je dankzij een beter ontwerp, wél de reacties kunt sturen en constructief kunt laten zijn.

Mijn doel is om een speciaal ontworpen dialoogsysteem te bouwen voor Zitwatin: een social bookmarking tool voor het verzamelen van maatschappelijke en levensbeschouwelijke content, met bijbehorend discussie platform, beschikbaar als app, waar jongeren op een constructieve manier kunnen bijdragen en reageren op elkaars zienswijze.

Binnen dit onderzoek is gekeken hoe universele principes, uit verschillende disciplines, verwerkt kunnen worden in het ontwerp van het reactiesysteem zodat een constructief dialoog online gefaciliteerd wordt.



Aanleiding / Probleemstelling

In dit afstudeerproject wordt aandacht besteed aan jongeren en hun levensbeschouwelijke ontwikkeling via online media. Hier liggen namelijk vele kansen. Jongeren zijn voortdurend bezig met hun identiteit en deels ook met zingeving (Weghorst, 2015). Ik richt me in dit afstudeerproject op de jongeren die zich minstens een beetje openstellen voor spiritualiteit. Die spiritualiteit kan vele vormen aannemen. In mijn verkenning worden deze vormen genoemd en toegelicht.

De online en offline werelden zijn voor jongeren onlosmakelijk met elkaar verbonden. Sterker nog; ik geloof dat op het gebied van levensbeschouwing en zingeving juist online media een enorm gat kunnen vullen en van grote toegevoegde waarde kunnen zijn. Jongeren zijn vaker buiten religieuze gebouwen te vinden dan daarbinnen (Berghuijs & Bernts, 2016; Groeneboer, 2010, p.14). Verschillende religieuze organisaties zoeken daarom steeds naar nieuwe vormen om jongeren te bereiken en andersom zoeken jongeren nieuwe vormen voor hun spiritualiteit. Een enorme kans is het interacteren met jongeren via hun mobiel, die ze immers altijd bij de hand hebben.

Ik wil online een veilige plek voor jongeren creëren, waar ze hun verhaal kwijt kunnen. Dit wordt lang niet altijd goed gefaciliteerd. Veel mediabedrijven zijn op het moment druk bezig met het verbeteren van hun reactiesysteem of stoppen er helemaal mee (Elles, 2015). Ze zien dat de reacties onder artikelen veel onzin en negativiteit bevatten. Hier moet wat aan gedaan worden. Enerzijds kan dat door middel van beïnvloedingstechnieken, die te ontleen zijn uit de psychologie en sociologie. Wel moet de juiste mix gevonden worden want méér 'technieken' zorgen vaak voor een verminderd effect. Anderzijds kan dat door vooroordelen weg te nemen, want deze zijn vaak het onderliggende probleem bij negatieve reacties. De oplossingen hiervoor komen in mijn concept aan bod.



Doelstelling

De doelstelling van dit onderzoek is te ontdekken hoe een reactiesysteem ontworpen dient te worden om te faciliteren dat er een constructief dialoog ontstaat. Hiervoor wordt gekeken naar principes vanuit de psychologie en sociologie. Deze principes worden vervolgens toegepast in het interactiondesign, het grafisch ontwerp en de community-formule. Verschillende prototypes zullen gebouwd worden en gebruikt worden om te ontdekken of het een positieve invloed heeft op online dialoog.

Onderzoeksvraag

Om de doelstelling te behalen is de volgende hoofdvraag gesteld:

Wat zijn de kritische succesfactoren voor een reactiesysteem op een site dat levensbeschouwelijke artikelen biedt aan jongeren?

Design Gap

Er is geen platform voor christelijke jongeren dat een reactiemogelijkheid biedt welke hen stimuleert om een dialoog te voeren over levensbeschouwelijke thema's.

De gewenste uitkomst van mijn onderzoek is een speciaal ontworpen dialoogsysteem dat jongeren faciliteert om over levensbeschouwelijke artikelen in gesprek te gaan. Het unieke dialoogsysteem is een must om 'reaguren' tegen te gaan. Daarnaast wordt aandacht besteed aan een formule om jongeren te stimuleren om deel te nemen aan de community en actief te participeren op het platform.



Onderzoeksmethodiek

Dit onderzoeksverslag is tot stand gekomen door middel van 'Design Research'. 'Design Research' richt zich op het bedenken en ontwerpen van 'artefacts' die problemen oplossen. Een artefact is in deze context een doelgericht en bewust vervaardigd product. Het uitgewerkte reactiesysteem en bijbehorende concepten zijn mijn artefacten evenals dit onderzoeksverslag.

'Design Research' begint met het definiëren van een 'design gap' (het probleem). Vervolgens wordt gezocht naar de bestaande kennis en er vindt een verkenning plaats van de context. Hierbij wordt gekeken wie de doelgroep is en wie de 'stakeholders' (belanghebbenden) zijn. Daarna wordt gekeken waar de grootste kansen liggen en geëvalueerd wat de beste initiële onderzoeksvragen zijn om te beginnen met de conceptingfase. In deze fase worden verschillende concepten bedacht en getoetst.

'Design Research' is een iteratief proces dat constant evalueert wat de reacties zijn op de tussentijdse 'vondsten' of creaties. Feedback wordt verwerkt en het onderzoek gaat verder. Er zijn vele methodes om deze onderzoeken uit te voeren. Per iteratie benoem en beschrijf ik de gebruikte methode.

Het artefact krijgt gaandeweg vorm en wordt gedurende verschillende iteraties bijgeschaafd. Het wordt geïmplementeerd in een live omgeving en er wordt gekeken wat het effect is en wat geleerd kan worden. Er worden conclusies getrokken wanneer een minimaal werkbaar product ontstaan is, die aan de gebruikersbehoefte voorziet, hoewel dit dan nog maar het begin is van het verder te vervaardigen product. Door 'Design Research' kan ook het minimaal werkbare product doorontwikkeld worden.



Leeswijzer

Dit onderzoeksverslag bevat eerst een verkenning van de leefwereld van jongeren. Er wordt uitgebreid ingegaan op hun behoeften. Daarna worden levensbeschouwelijke en maatschappelijke trends gesignaleerd. De worsteling die online met 'reaguurders' plaatsvindt wordt beschreven en er wordt gekeken naar diverse projecten die een socialer web willen creëren. Marketingtechnieken die relevant zijn voor het onder de aandacht brengen van levensbeschouwelijke content komen aan bod. Ook psychologische beïnvloedingstechnieken en communicatietheoriën worden verkend, om te ontdekken wat gebruikt kan worden om vooroordelen en sociaal onwenselijk gedrag te voorkomen.

Na de verkenning wordt stap voor stap, iteratief, gewerkt aan de vervaardiging van het te maken multimediale product. In dit deel van het verslag wordt per iteratie beschreven welke onderzoeksmethode is toegepast, gevolgd door de resultaten en de conclusies. In de zoektocht naar antwoorden op deze iteratievragen komen aanvullende psychologische inzichten aan het licht.

Aan het eind staan de overkoepelende resultaten en conclusies.



Verkenning

Om een goed beeld te krijgen van jongeren, is veel literatuur gelezen. Wat is hun leefwereld en hoe is hun 'kennis, houding en gedrag'? Waar worden ze blij van? Wat missen ze? Er is uitgebreid verkend hoe ze hun geloof beleven en specifiek gekeken naar zingeving online. Ook zijn verschillende psychologische en sociologische boeken gelezen, zodat de kennis uit deze wetenschappen toegepast kan worden in het multimediaal concept. Bovendien heb ik vele conferenties en congressen bezocht om te leren van de presentaties en van de mensen waar ik tijdens de borrels mee in gesprek kwam.

Ook is gekeken naar het huidige aanbod aan sites en apps, op alle gebieden. Er bestaan veel inspirerende concepten. Deze beschrijf ik, want door middel van kruisbestuiving levert het de nodige input voor mijn conceptfase.

Daarnaast is onderzocht welke initiatieven er zijn om online reactiesystemen te verbeteren. Vervolgens presenter ik de resultaten van mijn interviews met (eind)redacteuren van verschillende (christelijke) media in mijn verslag. En de worsteling die verschillende mediabedrijven hebben met 'reaguurders' - mensen die (on)bewust negatieve reacties achterlaten – wordt beschreven.

Tot slot verwerk ik de kennis die ik heb opgedaan uit trainingen op het gebied van communitymanagement en gamification in mijn verkenning en concept.

Jongeren

Over jongeren valt veel te vertellen. Hun 'beleefwereld' is relevant voor dit onderzoek. Wat gaat er in hun gedachten om? Als multimediaproductent zoek ik welke behoefte er nog is. Wat is iets wat een jongere nog zoekt? Eén van de behoeften van een jongere is om zich te ontwikkelen. Aan de identiteit wordt continu geschaafd. Ook de spirituele identiteit is continu in ontwikkeling. Een deel van mijn verkenning gaat over deze zaken. Het andere deel focust zich op het mediagebruik van jongeren.

In dit verslag hanteer ik de term jongere voor de leeftijdsgroep van 12 tot 25 jaar.



Puberbrein

Om te leren over wat jongeren bezighoudt heb ik het boek 'Puberbrein binnenstebuiten' van Huub Nelis en Yvonne van Sark gelezen. Zij werken voor een bureau voor jongerencommunicatie genaamd YoungWorks en hebben veel expertise opgebouwd rondom dit vakgebied. Zij zijn 'doelgroepexpert' en doen veel research en trendonderzoeken over jongeren en hun belevingswereld.

Nelis en Sark (2009) schrijven: "[Jongeren] wekken de indruk minder naïef te zijn en te weten wat er in de wereld te koop is. Ze vormen een ogenschijnlijk zelfverzekerde generatie" (p.12). Dit is echter een mythe; we overschatten ze. Zo zeker zijn ze niet van zichzelf en de dingen om hen heen. Ze hebben "structuur en kaders nodig. Meer duidelijkheid, meer grenzen" (Nelis & Sark, 2009, p.13). Dit geeft iets om over na te denken, want opvoeders hebben dit niet vaak door en de samenleving geeft ze juist meer "vrijheid, keuzemogelijkheden en complexiteit" (Nelis & Sark, 2009, p.14). Je zou zodoende denken dat 'hapklare' standpunten van volwassenen met veel blijdschap ontvangen worden. Toch werkt het niet zo. De jongeren willen juist onafhankelijkheid van de ouders en gaan op zoek naar nieuwe dingen (Nelis & Sark, 2009, p.29).

Vanaf een jaar of twaalf worden jongeren beter "in perspectief nemen: ze kunnen zich steeds beter verplaatsen in intenties en behoeften van anderen en zijn ook meer op die ander gericht." (Nelis & Sark, 2009, p.29) Nelis en Sark (2009) gaan verder en geven aan dat de jongeren tot hun zestiende "zelfs meer bezig [zijn] met wat 'de ander' vindt dan met zichzelf" (p.29). De impact van anderen is groot. Dit is zeker iets waar aandacht aan gegeven wordt in het concept.

De twee auteurs noemen dat de tieners eerst niet willen opvallen. Maar vanaf hun veertiende moet dat juist wel om erbij te horen. Zodoende gaan jongeren dan experimenteren en meer een eigen identiteit ontwikkelen. In die tijd zijn ze nog heel gevoelig. (Nelis & Sark, 2009, pp.31-35) Het kan niet vaak genoeg genoemd worden, dat sociale acceptatie en uitsluiting een enorme impact op deze jongeren hebben (Nelis & Sark, 2009, p.25).

Tussen de 16 en 22 jaar krijgen jongeren meer een eigen identiteit, "zijn [ze] steeds beter in staat tot zelfreflectie" en "eigen mening en belang" worden belangrijker dan bij de groep horen (Nelis & Sark, 2009, p.35). "Hun zelfbewustzijn groeit. Ze richten zich meer naar binnen en krijgen een



wat positiever beeld van zichzelf" (Nelis & Sark, 2009, p.36). Er zijn dus kansen voor concepten die (zelf)reflectie vereisen, vanaf zestienjarige leeftijd.

P.S: Respect!

Jongeren willen vanuit een vertrouwen benaderd worden en "respect hoef je je in hun ogen niet eigen te maken of te verwerven. Iedereen verdient respect. Je kunt het hooguit door fout gedrag verliezen" (Nelis & Sark, 2009, p.120). Ook online waarderen jongeren het als je ze het voordeel van de twijfel geeft. Je kunt hier als multimedia-ontwerper op inhaken, door bijvoorbeeld niet reacties van tevoren te controleren. Speel in op hun verlangen naar '(on)verdiend' vertrouwen en respect.

Offline versus Online?

Jongeren hebben contact met jongeren: op school, op (sport)clubs en uiteraard ook online. Dit contact met leeftijdsgenoten is enorm belangrijk. Daarbij is er voor jongeren geen onderscheid tussen online en offline contact, althans als het gaat om de contacten. Serieuze zaken bespreken ze namelijk liever niet face to face, meldt het marktonderzoeksbureau Qrius dat in 2011 een grootschalig onderzoek over jongeren gepubliceerd heeft. In het boek 'Kinderen en jongeren: positieve kracht', geschreven door marktonderzoeker Paul Sikkema, wordt veel aandacht besteed aan mediagebruik. Hij schrijft, aangaande serieuze zaken:

Die serieuze dingen bespreken ze liever niet in openbare ruimtes (zoals de school of een pleintje in de buurt) en ze voelen zich vaak ook niet gemakkelijk als ze daarover face to face met vrienden praten. Intensief en intiem communiceren, zonder dat je elkaar kunt zien, dat willen deze jongeren graag. (Sikkema, 2012, p.25)

Dit is eigenaardig aangezien je elkaars lichaamstaal dan niet ziet, wat juist enorm belangrijk is bij communicatie. Daarnaast blijkt uit het recente onderzoek 'Jongeren over sociale media' van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) dat 96 procent van de jongeren elkaar liever face to face ontmoet dan online (Kloosterman & Beuning, 2015). Dan verwacht je misschien niet dat er kansen zijn voor online dialoog over 'serieuze zaken'. Toch is die er wel, want de bevinding van Sikkema wordt bevestigd door andere onderzoeken.



In het kader van het Europese project 'Dynamic Identity' zeggen veel jongeren moeite te hebben met contact offline. Online hebben jongeren meer tijd om te reageren: dan kunnen ze eerst nog nadenken en de reactie bijschaven voordat ze het publiceren (Hansen, 2015b). Zo hebben ze zelf meer controle.

Onno Hansen-Staszynski, die meewerkte aan het project 'Dynamic Identity', houdt zich onder andere bezig met onderwijs, jongeren en digitale identiteiten. Hij heeft veel onderzoek gedaan naar asynchrone communicatie onder jongeren. Hij benoemt dat jongeren niet een voorkeur hebben voor het 'online contact' ansich, maar voor het 'asynchrone contact' (Hansen & Staszynska, 2016, p.10).

Kennisnet noemt statistieken over het mediagebruik van jongeren in 'Monitor Jeugd en Media 2015'. Op de vraag waaróm jongeren communiceren via media, zegt 56% dat ze het handiger vinden dan face to face contact; 38% vindt het gemakkelijker; 15% durft meer te zeggen; 13% voelt zich minder verlegen en 10% zegt dat het leuker is (Kennisnet & Mediawijzer, 2015, p.49).

In een artikel op Frankwatching schrijft Hansen (2015b):

Online durven zij meer van zichzelf bloot te geven en durven zij mensen aan te spreken die zij offline niet zouden durven te benaderen. Gevraagd naar wat er voor nodig is om anderen online te vertrouwen, antwoorden veel jongeren: een app en een online verbinding. Wordt hen hetzelfde gevraagd maar dan offline dan komen zij met een waslijst voorwaarden waaraan voldaan moet worden. (Multitasken én tijdelijk houdbare chats, par.2)

Dit toont de grote kansen die er voor online media liggen, betreffende het faciliteren van gesprekken over 'serieuze zaken'.

Ook in de context van hulpverlening wordt gesignaleerd dat mensen online veel opener zijn. Niet alleen wanneer de deelnemer anoniem is, maar zelfs wanneer die bekend is. Op de site van het Nederlands Jeugdinstituut (NJI) staat:

Het online aanbod is vooral interessant . . . bij maatschappelijk beladen onderwerpen. Uit schaamte of angst om met een vreemde over persoonlijke problemen te praten zijn mensen niet snel geneigd om hulp te zoeken. Door de fysieke afstand van de hulpverlener of de



mogelijkheid om zich te verschuilen achter een virtuele avatar wordt online hulp door veel mensen als anoniem ervaren. Hierdoor zijn zij meer open in het bespreken van hun gevoelens en situatie. . . .
Ervaringsdeskundigen beschrijven dat ook bij online behandelingen waarbij de deelnemers bekend zijn, mensen hun gevoelens en ervaringen gemakkelijker uiten dan in face-to-face gesprekken (Congres online hulpverlening 2011). (z.d., Ervaren anonimiteit draagt bij aan laagdrempeligheid)

Je zou denken dat de afwezigheid van non-verbale communicatie nadelig is, maar op de site van het NJI wordt genoemd dat juist hierdoor de deelnemer soms ongegeneerd kan huilen, wat als prettig wordt ervaren. Dit wordt ook beschreven door Jorne Grolleman (2014), eHealth adviseur, die blogt op smarthealth.nl – een site met veel informatie over ‘digitale gezondheid’. Hier zie ik een kans voor mijn concept, want ook bij beladen levensbeschouwelijke thema’s kunnen mensen emotioneel raken. Doordat ze online zijn en niet face to face een ander zien, hebben ze hier dan de ruimte voor.

Digital disinhibition

In zijn blogbericht noemt Grolleman dat dit ‘fenomeen’ hoort bij “digital disinhibition”. Dat is “online ontremming” en het “kenmerkt zich door gedrag dat afwijkt van de sociale omgangsvormen die we hebben geleerd in onze opvoeding” (Grolleman, 2014, Digital disinhibition). Het voordeel, zegt hij, is dat we “eerlijker, opener en vriendelijker” zijn. Het nadeel is echter dat we “genadeloze lastpakken” worden. Hij schrijft:

Lees een artikel op Nu.nl over een omstreden onderwerp en de onderbuik van de samenleving trekt in ongenueanceerde meningen aan je voorbij. Vaak ontaardt het in onderling geruzie en een stroom aan reacties die door de redactie wordt verwijderd. Stel je ‘ns een situatie voor waarin ontremde reaguurders zich ook in het dagelijkse leven niets aantrekken van sociale omgangsvormen. ‘Doe eens normaal!’, is het eerst wat je zou willen roepen. (Grolleman, 2014, Digital disinhibition)

Grolleman haalt vervolgens het onderzoek ‘The Online Disinhibition Effect’ aan, uit 2004, van hoogleraar psychologie John Suler die zes oorzaken voor dit gedrag noemt: anonimiteit, onzichtbaarheid, asynchroniciteit, ‘veréénzelviging’, dissociatieve verbeelding en gebrek aan autoriteit. (Suler,



2004) Dit wil ik nader toelichten, want deze woorden zijn zonder context en uitleg onbegrijpelijk.

Als je je anoniem voelt, kun je en ga je extremer gedrag vertonen, omdat je toch niet te identificeren bent. Aangezien je anderen niet face to face ziet, durf je meer. Dit zagen we eerder in deze verkenning. De grootste oorzaak voor 'toxic inhibition' is gebrek aan oogcontact, blijkt uit een experiment in 2012 van Lapidot-Lefler en Barak, dat voortborduurde op het werk van Suler. De waarde van ogen voor sociaalwenselijk gedrag wordt ook benadrukt door de psychologen Noah J. Goldstein, Steve J. Martin en Robert B. Cialdini in hun boek 'Overtuigingskracht'. Hier kom ik later in dit onderzoeksverslag nog op terug. Eerst ga ik nog verder met het rijtje van Suler (2004).

Asynchroniciteit, wat we al tegen zijn gekomen als een positief iets voor jongeren omdat ze dan kunnen nadenken over wat ze typen, heeft als keerzijde dat je een reactie kunt plaatsen en er dan vandoor kunt gaan. Je krijgt niet gelijk feedback.

Wat ik 'veréenzelviging' heb genoemd, noemt Suler (2004) "*solipsistic introjection*". We horen vaak de tekst die we online lezen in gedachten, en kiezen meestal zelf een stem en persoonlijkheid daarbij wanneer je de auteur niet kent. Hierdoor denken we dat het gesprek in ons hoofd plaatsvindt, waardoor het voelt alsof we tegen onszelf praten. Zodoende voel je je vrijer om eerlijker te zijn.

Nog zo'n moeilijke terminologie is 'dissociatieve verbeelding'. Dit houdt in dat je iets als onecht waarneemt. Online gedrag zou als een spel worden beschouwd, iets om mee te experimenteren, waar je zelf de regels en normen bedenkt en bepaalt. (Suler, 2004) Uit recente onderzoeken blijkt dat jongeren experimenteren met hun online identiteit (YoungWorks, z.d.), maar zelf vraag ik me af of je dit kunt scharen onder 'dissociatieve verbeelding' aangezien jongeren geen groot verschil maken tussen offline en online; en zeker niet als het gaat om vriendschappen (Vugt, 2005). De laatste oorzaak die Suler (2004) noemt voor online ontremming is het gebrek aan signalen van autoriteit en status. Online straalt degene 'tegenover' je geen autoriteit uit, ook al zou je kennis hebben van diens offline machtspositie. Er is een soort net-equality. Je oefent online met name invloed op anderen uit door je communicatietalenten, je doorzettingsvermogen en de kwaliteit van je ideeën. (Suler, 2004) Deze informatie is waardevol bij het zoeken naar oplossingen voor het 'reaguurdersproblematiek'.



Echte (online) vrienden

In 'Puberbrein binnenstebuiten' wordt aandacht besteed aan de invloed van de 'peer group' en van echt goede vrienden. Nelis en Sark (2009) gebruiken de omschrijving die internetgoeroe Boyd heeft voor vriendschap: "[vriendschap is] een buitengewoon sterke relatie met een bepaalde mate van wederzijdse liefde, exclusiviteit, intimiteit en verwachtingen van emotionele en praktische steun" (p.92). Ze geven vervolgens aan wat die relatie verder inhoudt:

Bij hun boezemvrienden of hartsvriendinnen kunnen jongeren zichzelf zijn, geheimen en problemen delen en zich gelijkwaardig aan elkaar spiegelen – een unieke context om jezelf te ontwikkelen. . . . Bij hun vrienden zoeken ze steeds weer het referentiepunt voor sociale normen en zo ontwikkelen ze hun inlevingsvermogen en andere sociale vaardigheden. Op internet, aan de telefoon en in hun tienerkamer bespreken ze urenlang wat er in hun wereld gebeurt en welke betekenis ze daaraan moeten geven. (Nelis & Sark, 2009, p.92)

Het is met vrienden dat bedacht wordt hoe de 'wereldgebeurtenissen' geïnterpreteerd moeten worden. Meestal zijn deze besproken 'wereldgebeurtenissen' gewoon alledaagse zaken, maar je zou als jongerenwerker een schat aan inzichten kunnen krijgen, als jongeren hun commentaar en interpretatie op de 'heftige gebeurtenissen' op een online platform zouden posten.

De pedagogen Pedro De Bruyckere en Bert Smits zoomen specifiek in op online vriendschappen in hun boek 'De Jeugd is tegenwoordig'. Ze schrijven:

Digitaal antropologe Stefana Broadbent onderzocht de kwaliteit van online vriendschap. . . . Gemiddeld heb je als Facebookgebruiker zes echte vrienden online. . . . Dit zijn mensen waar je zeer intensieve contacten mee hebt, echt lief en leed mee deelt. Volgens haar is de kwaliteit van deze vriendschappen in vergelijking met de periode voor de sociale media sterk verbeterd. Je ontvangt meer steun, je hebt meer contact. (Broadbent in Bruyckere en Smits, 2011, p.84)

Ander onderzoek toont ook aan dat jongeren doorgaans zes à zeven echt goede vrienden hebben (Nelis & Sark, 2009, p.92). En Nelis en Sark (2009) geven aan dat de online gesprekken met name met offline-bekende



vrienden zijn (p.101). Vriendengroepen zijn meestal clubjes van niet meer dan zeven vrienden. (Nelis & Sark, 2009, p.93) Voor een multimediaconcept betekent dit dat je de jongeren zou moeten faciliteren om kleine groepjes aan te maken, die kwalitatief zijn. Ik onderscheid twee soorten groepen:

- een distributiegroep met de hechtste vrienden van een persoon om gevoelige informatie/berichtjes naar toe te zenden
- verschillende gespreksgroepen met bijbehorende (chat)locatie die dienen voor de verschillende clubjes waar een jongere in kan zitten.

Voor controversiële onderwerpen zou een dergelijke distributiegroep kunnen zorgen dat informatie hierover alsnog gedeeld en verspreid wordt. Dit voorstel is gebaseerd op een onderzoeksartikel van marketingprofessoren Jonah Berger en Zoey Chen getiteld 'When, Why, and How Controversy Causes Conversation' die in 2013 gepubliceerd is. Hun bevindingen en wat we er verder van kunnen leren voor onlinetoepassingen staan onder het kopje 'Marketing: delen is vermeerderen'.

Identiteit, profilering & onthulling

Jongeren willen bij een groep horen. Belonging, zoals dat in de psychologie heet, is cruciaal. Daarnaast hebben ze de behoefte om zich te profileren. Nelis en Sark (2009) zeggen erover dat het een manier is om de identiteit vorm te geven. Ze bouwen aan status. (p.104) Profielsites zijn hierdoor populair.

De profielen zijn een manier om constant feedback van vrienden te krijgen. Daarnaast is de online wereld voor hun een veilige plek om meer "informatie over zichzelf te onthullen" (Nelis & Sark, 2009, p.102). Indien je wilt dat jongeren zich meer (figuurlijk) bloot geven, dan is online een geschikte plek om verdiepingsvragen te stellen.

Het is bij het creëren van een online platform voor jongeren zeer relevant om rekening te houden met de verschillende vriendschapsbanden die bestaan. Nelis en Sark (2009) geven aan:

Bij hun goede vrienden, de strong ties, kunnen jongeren hun kwetsbare kanten laten zien en meer zichzelf zijn. Bij al die kennissen in hun sociale netwerk, de weak ties – zowel in de klas als op een profielensite op internet – moeten ze zich juist sterk en zelfverzekerd voordoen. (p.96)



Geef in een online omgeving jongeren de mogelijkheid om bepaalde delen van hun 'profiel' af te schermen. Alleen de 'inner-circle' mag dan bij de 'gevoelige' informatie.

Wat op internet goed kan, en wat jongeren graag doen bij het vormen van hun identiteit, is *"afstropen wat je niet wilt zijn"* (Nelis & Sark, 2009, p.96). Dat is namelijk *"makkelijker dan bepalen wie je wél bent"* (Nelis & Sark, 2009, p.96). In mijn conceptingfase neem ik dit mee.

Een interessant aanknopingspunt voor online media is dat jongeren proberen de eerste te zijn met het vinden en delen van interessante content, omdat ze daarmee status verwerven. (Nelis & Sark, 2009, p.105) Bij een gamification concept moet dit zeker meegenomen worden. Dit is een 'badge' die in real life zeer gewaardeerd wordt en online dus ook niet moet ontbreken.

Het internet is zeer geschikt om jongeren een 'podium' of 'prijzenkast' te bieden. Ze willen graag mogelijkheden hebben om trots te zijn (Nelis & Sark, 2009, p.87). Etaleer de verdiende badges prominent en zorg voor leaderboards.

Voor meer informatie over online profilering is het onderzoeksartikel 'Extended Self in a Digital World' van professor Russell W. Belk (2013) aan te bevelen. Hierin schrijft hij over avatars, online identiteiten, online 'biechten', digitaal nalatenschap, "ego searching", "autobiographical memory", digitale verzamelingen, "gift-giving" en meer. Zijn onderzoek laat duidelijk zien dat er online grote kansen zijn voor identiteitsontwikkeling en met een jongerenapp kun je hier zeker op inspelen.

Jongeren bereiken

"Wie jongeren echt wil bereiken, moet de boodschap zo relevant maken dat ze er onderling over gaan praten" (Nelis & Sark, 2009, p.133). Relevantie is van groot belang. Wereldproblemen zijn minder interessant en moeilijk, omdat het niet tastbaar is. Wel zijn ze bereid iets te doen voor een goed doel, als het maar leuk is. Als je wilt dat informatie blijft hangen, moet het kort, krachtig en simpel zijn. (Nelis & Sark, 2009, p.134)

Het thema informatieverbreiding komt verder aan bod onder het kopje 'Marketing: delen is vermeerderen'.



Mediagebruik

De huidige generatie jongeren is continu online en heeft altijd zijn mobiel binnen handbereik. Echter gebruikt niet iedereen de media op dezelfde manier.

De publicatie 'Jongeren en interactieve media – diversiteit in gebruik interactieve media onder jongeren' van Kennisnet, uit 2009, onderscheidt vier gebruikersgroepen onder jongeren, namelijk:

- Traditionalisten, die vooral consumeren
- Gamers, die consumeren en spelen
- Netwerkers, die consumeren en uitwisselen (verbinding leggen met anderen en informatie delen)
- Producenten, die consumeren, spelen, uitwisselen en creëren. (p.9)

De meesten gebruiken media vooral voor communicatie en niet voor creatie, want de statistieken wijzen uit dat 42% van de jongeren Netwerker is, 40% Traditionalist, 9% Gamer en maar 9% Producent (Kennisnet, 2009, p.13). Een concept dat inhaakt op 'User Generated Content', oftewel zelfgemaakte media, activeert zodoende maar een kleine groep jongeren. Een 'User Curated Content' concept, waarbij de jongere media verzameld, filtert en deelt, activeert een grotere doelgroep (51%), waarbij uiteraard ook de Traditionalist en Gamer aanhaken als consument van de media. Pinterest is een bekend 'user curated content' platform, waar 21% van alle Nederlandse scholieren gebruik van maakt (Newcom, 2016, p.17). Zoals eerder genoemd, is het als eerste vinden en delen van relevante informatie een manier om status te verkrijgen binnen de groep. Hier ligt dus een grote kans.

Informatieverwerking en Mediawijsheid

Jongeren gebruiken het internet om zich te verbinden met anderen en om informatie te zoeken. In die zoektocht naar informatie hebben ze echter nog niet altijd de vaardigheden om in te schatten of de gevonden informatie ook betrouwbaar is (Koning, 2015, p.7; Nelis & Sark, 2009, p.183). Daarnaast krijgen ze teveel informatie om te verwerken, wat leidt tot 'infobesitas'.



Infobesitas en FOMO

Het 'Algemeen Nederlands Woordenboek' (z.d.) definieert infobesitas als:

het overstelpt worden door allerlei soorten informatie en vervolgens ook voortdurend naar nieuwe informatie op zoek zijn, vooral veroorzaakt en ingegeven door de opkomst van allerlei nieuwe media; informatieovervloed.

Jongeren hebben ook last van FOMO – Fear Of Missing Out. Ze zijn bang om zaken te missen. Stel je voor dat ze niet op de hoogte zijn van de nieuwtjes waar de andere peers het later over zullen hebben! Dan vallen ze buiten de boot. Relevante en interessante, snelle en korte nieuwtjes zijn geliefd.

Mediawijsheid

De trend dat media steeds meer invloed uitoefent op de samenleving en met name op jongeren werd in ieder geval al in 2005 gesignaleerd door de Raad voor Cultuur, die toen in het document 'Mediawijsheid de ontwikkeling van nieuw burgerschap' aan de Staatssecretaris van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap voorstelde om een verbreding te maken van media-educatie naar mediawijsheid (p.2). De Raad voor Cultuur (2005) schreef:

Mediawijsheid duidt op het geheel van kennis, vaardigheden en mentaliteit waarmee burgers zich bewust, kritisch en actief kunnen bewegen in een complexe, veranderlijke en fundamenteel gemedialiseerde wereld (p.18).

In het boek 'Mediawijsheid in de klas', zegt docent Patrick Koning (2015): *"Mediawijsheid is alles wat je nodig hebt om te kunnen (over)leven in een wereld vol media"* (p.37). Koning (2015) geeft aan:

"Iemand beheerst deze vaardigheid als hij kan consumeren (competenties: zoeken, filteren en beoordelen), participeren (competenties: verbinden, benutten en bewaken) en produceren (competenties: publiceren, evalueren en reflecteren)" (p.23).





Figuur 2 - Model Mediawijsheid in de klas (Koning, 2015, p.38)

Hij merkt in zijn boek op dat jongeren zichzelf mediawijs vinden, terwijl ze meestal onbekwaam zijn. Hij wil ze het inzicht geven dat ze onbewust onbekwaam zijn. Om jongeren aan de competenties te laten werken, moeten ze allereerst wel gemotiveerd zijn. (Koning, 2015, pp.58-59) Hij zegt: *“Om effectief te kunnen leren, heeft iemand motivatie en aandacht nodig en moet hij in staat zijn om nieuwe kennis aan voorkennis te koppelen”* (Koning, 2015, p.59). Dit is een inzicht uit het cognitivisme. Koning kijkt naar het ‘Self Determination Theory’ model van Edward L. Deci en Richard Ryan om motivatie bij jongeren aan te wakkeren (Koning, 2015, p.59). Onder het kopje ‘Jongeren motiveren’ ga ik hier verder op in.

Patrick Koning (2015) geeft in zijn boek voorbeelden van oefeningen die docenten kunnen doen met jongeren. Een interessante methode die hij gebruikt is het afwisselen tussen ‘matchen en stretchen’. ‘Matchen en stretchen’ is geïntroduceerd door onderwijspedagoog Spencer Kagan. Koning past het toe door geregeld af te wisselen tussen internetapplicaties die geliefd en bekend zijn bij de leerlingen (matchen) en minder geliefde (stretchen), want *“dan stimuleer je jongeren om buiten hun eigen interessegebieden onbekend terrein te betreden en nieuwe competenties te ontwikkelen”* (2015, p.68). Zo worden de jongeren bekwaamer en help je ze



in hun ontwikkeling. Hij zegt: *“Door te matchen laat je de jongeren op vertrouwd terrein beginnen, maar door vervolgens te stretchen lok je ze steeds verder uit hun comfortzone”* (Koning, 2015, p.70). Dit is niet alléén relevant voor mediawijsheid maar ook voor e-learning of serious gaming.

Patrick Koning noemt in zijn boek ‘Mediawijsheid in de klas’, uit 2015, nog een aantal interessante zaken voor dit onderzoek:

- content om mee te oefenen *“selecteer je op onderwerpen die dicht bij de jongeren staan”* (p.73).
- *“Jongeren ontwikkelen hun eigen identiteit door hun positie in de groep te bepalen en af te kijken van rolmodellen”* (p.171).

In discussie met jongeren

In de adolescentie kunnen jongeren steeds beter redeneren en gaan ze graag in discussie.

In het boek ‘Puberbrein binnenstebuiten’ van Huub Nelis en Yvonne van Sark, wordt in het hoofdstuk over opvoeding gesproken over praten met jongeren over ethische dilemma’s. De auteurs schrijven: *“De puberteit is eigenlijk de ideale periode. . . . Hoe concreter [je praat], hoe beter. Het is belangrijk om dat vanuit je eigen perspectief te doen: wat vind je zelf wat kan en niet kan, waar voel jij je soms schuldig over?”* (Nelis & Sark, 2009, p.61)

In het boek ‘De jeugd is tegenwoordig’ schrijven Pedro de Bruyckere en Bert Smits: *“Een van onze persoonlijke favoriete benamingen voor de huidige groep jongeren, is ‘generation why’”* (2011, p.48). Dat is omdat jongeren continu ‘waarom vragen’ stellen. Dit is niet beledigend bedoeld, maar om te kunnen duiden waarom de gegeven informatie van belang is. (Bruyckere & Smits, 2011, p.48) Jongeren houden van relevantie.

Als je in gesprek wilt met jongeren, krijg je niet altijd de gehoopte respons. De communicatie loopt niet altijd soepel. Een manier om wel tot een goed gesprek te komen, is door het stellen van ‘Echte Vragen’.



Echte Vragen

De hoofdredacteur van 'Ouders Online' en 'Mediaopvoeding.nl', Justine Pardoën, schreef het boek 'Focus' waarin ze tips geeft aan ouders om met pubers in gesprek te gaan. Zij stelt, als Socratisch gespreksleidster, voor om 'Echte Vragen' te stellen. Pardoën (2012) schrijft:

Een vraag is pas een Echte Vraag als hij voldoet aan de volgende voorwaarden:

- *als je het antwoord niet kunt opzoeken via Google;*
- *als jij zelf het antwoord niet weet;*
- *als het geen verwijt is, verpakt in de vorm van een vraag;*
- *als je kind bij zichzelf te rade moet gaan: wat denkt, voelt of vindt hij zelf?*
- *als er geen 'goed' of 'fout' antwoord is;*
- *als het een vraag is die niet alléén met 'ja' of 'nee' beantwoord kan worden;*
- *als je zelf geïnteresseerd bent in het antwoord. (p.23)*

Pubers zijn niet geoefend in het krijgen van dit soort vragen, dus geef ze de ruimte om eraan te wennen. Ze vinden het leuk dit soort vragen te krijgen aangaande hun interessegebieden en over zaken die ertoe doen. (Pardoën, 2012, pp.24-25) Dan komt het gesprek op gang.

Participatie in online discussies en activiteiten

Recentelijk heeft sociologe Marjon Schols een proefschrift geschreven over de impact van het dagelijks internetgebruik van jongeren op hun sociale cohesie. In 'Young, online and connected' schrijft Schols (2015) dat de online participatie bijdraagt aan de offline sociale insluiting. Jongeren die online meer tijd besteden aan sociale activiteiten, participeren meer in de samenleving. Het sociale netwerk mobiliseert jongeren tot online en offline participatie. (Schols, 2015, p.185) *"Jongeren gebruiken het internet vooral voor activiteiten die aansluiten bij hun persoonlijke interesses en voorkeuren"* (Schols, 2015, p.187). Jongeren participeren dus niet snel in online activiteiten waarin zij ook offline weinig interesse tonen. Wel neigen ze er naar om ook mee te doen met de online activiteiten die aansluiten bij de interesses van hun vrienden (Schols, 2015, p.185). Dit betekent voor mediamakers dat het van groot belang is om te weten welke interesses



hun doelgroep heeft. Ze moeten de doelgroep niet zien als mensen van een bepaalde leeftijd maar als mensen met een bepaalde interesse. Enerzijds bevestigen de jongerenexperts van YoungWorks dat netwerken zich vormen rond interesses (Nelis & Sark, 2009, p.97). Anderzijds merken ze op dat online netwerken voornamelijk georganiseerd zijn rond mensen (Nelis & Sark, 2009, p.101). Mijn interpretatie hiervan is:

- online groepen met reallifebekenden zijn mensgericht en bevatten mensen met heterogene interesses
- online groepen van mensen die elkaar in real life niet kennen bevatten mensen met een zelfde interesse.

Wat ik in andere onderzoeken niet heb gehoord en waar Schols wel aandacht aan besteedt, is het verschil in online participatie tussen extraverte en introverte jongeren. Extraverte jongeren zijn zowel offline als online actief. Daarentegen participeren introverte jongeren eerder online; wellicht omdat ze daar minder 'social skills' nodig hebben. (Schols, 2015, pp.140-141) Er liggen online dus kansen om introverte jongeren aan te spreken, die wel interesse hebben om te participeren in levensbeschouwelijke activiteiten maar dit offline niet doen.



Jongeren motiveren

Ik vind het relevant om in deze verkenning aandacht te besteden aan het motiveren van jongeren, want ten slotte is mijn product voor hen! Als het een goed product is dan zijn ze toch automatisch gemotiveerd, zou je denken? Al helemaal als ze er op zitten te wachten, toch? Enerzijds wil ik een multimediaal product aanbieden, wat de bewuste behoeften van jongeren vervult. Anderzijds wil ik er een schepje bovenop doen en ook enkele latente behoeften van jongeren vervullen.

In 'Puberbrein binnenstebuiten' geven Nelis en Sark (2009) aan dat motivatie in de hersenen door drie hormonen wordt getriggerd en dat als die er in voldoende mate zijn de jongere zin heeft in het leven, bereid is zich samen met anderen in te zetten en doelen en successen wil nastreven. Ze schrijven aanvullend: *"Onderzoeken laten zien dat interesse, sociale acceptatie en persoonlijke waardering positief doorwerken op de spiegel van deze drie hormonen. . . . Interessant is dat ook alleen al het vooruitzicht op erkenning en waardering deze processen activeert"* (Nelis & Sark, 2009, p.80-81). (Schwartz, z.d.) (Deci & Ryan, 2008)

Je kunt jongeren dus al motiveren door ze van tevoren te vertellen dat ze 'likes' en 'respect' kunnen krijgen op je online platform.

Dit is een redelijke biologische kijk op motivatie van de auteurs maar samen schreven ze, in 2014, ook 'Motivatie binnenstebuiten – het geheim achter gemotiveerde pubers, enthousiaste leerlingen en gedreven studenten' waarin verschillende basisprincipes voor motivatie aan de orde komen.

Het schrijversduo beschrijft de adolescentie als een overgangsfase:

"Jongeren zijn immers op weg om een volwassen persoon te worden die zelfstandig keuzes maakt en verantwoordelijkheden op zich neemt, gerelateerd aan werk, identiteit, vrienden, partnerkeuze, familie, gemeenschap en religieuze en filosofische overtuigingen" (Nelis & Sark, 2014, p.21).

Hierbij noemen ze dat dit veel van jongeren vraagt, waaronder het werken aan doelen en om dit te kunnen heb je motivatie nodig (Nelis & Sark, 2014, p.21). Jongeren zijn dus onderweg en je ziet hier dat er nog op veel gebieden, waaronder levensbeschouwing, keuzes gemaakt zullen worden.

Ook voor het motiveren van jongeren is bij de groep willen horen weer van



essentieel belang, maar ook het triggeren van nieuwsgierigheid en het hangt nauw samen met de doelen die ze zichzelf stellen, waarbij vergelijking een belangrijke rol speelt (Nelis & Sark, 2014, pp.25-35). Er zijn twee vormen van vergelijking, namelijk de 'interne' waarbij de jongere zijn eigen prestaties vergelijkt en *"plezier heeft in het uitvoeren van de taak"* (Nelis & Sark, 2014, p.35) en de 'sociale' waarbij de jongere zijn prestatie vergelijkt met die van anderen en veelal *"plezier heeft in het resultaat"* (Nelis & Sark, 2014, p.36). Erg interessant voor mijn verkenning is een rijtje overwegingen van Nelis en Sark (2014):

De groep [jongeren] met een prestatiebenadering wil graag uitblinken; zij willen graag aan anderen bewijzen dat zij de beste zijn. Vanuit die drijfveren kunnen ze heel gemotiveerd zijn en goed presteren. . . . Als de sociale waardering voor hun prestaties [echter] om wat voor reden ook afneemt, zullen ze eerder gedemotiveerd raken en opgeven. (p.39)

En ze merken op dat *"de meeste jongeren actief zijn op social media, waar profileren en feedback krijgen van anderen voortdurend een rol spelen"* (Nelis & Sark, 2014, p.39). Dus als een jongere online veel positieve feedback krijgt, zal deze zeer gemotiveerd zijn. Krijgt die jongere negatieve feedback of vermindert de waardering, dan kan deze een golf aan ongewenste gevoelens krijgen. Het is dus essentieel dat hier goed rekening mee wordt gehouden. Online omgevingen moeten een veilige plek zijn voor jongeren, omdat ze zich er kwetsbaar opstellen en er veel emotionele schade kan ontstaan bij negatieve waardering.

Iedereen is nieuwsgierig en wil graag met interessante zaken bezig zijn (Nelis & Sark, 2014, p.58). In 'Motivatatie binnenstebuiten' (2014) spreken Nelis en Sark over de zelfdeterminatietheorie van Ryan en Deci. Intrinsieke motivatie heeft drie randvoorwaarden volgens hen: *"mensen willen zich competent voelen, autonoom en verbonden met anderen"* (Nelis & Sark, 2014, p.58) Dit zijn interessante aspecten voor mijn concept. Competentie houdt in dat je *"steeds weer nieuwe dingen leert en creëert"* en steeds ervaart dat je groeit (Nelis & Sark, 2014, p.58). Autonomie houdt in dat je zelf beslissingen maakt, eigen keuzes mag maken. Verbondenheid betekent dat je ergens bij hoort en zaken kunt uitwisselen met anderen. (Nelis & Sark, 2014, p.59). In zijn lessen Mediawijsheid past Patrick Koning dit model toe, om de jongeren te motiveren (Koning, 2015, p.59). Een multimediaal product moet zorgen dat stapsgewijs vaardigheden worden ontwikkeld. Dit moet voor de gebruiker ook inzichtelijk zijn. Daarnaast moet de gebruiker de gelegenheid hebben om te kiezen uit verschillende



ontwikkeltrajecten en ondertussen via het platform contact kunnen onderhouden met medegebruikers.

Bij het begeleiden van jongeren is het misschien wel het moeilijkst *“de balans te vinden tussen autonomie en kaders”* want het is goed om ze ruimte te geven, maar te veel ruimte heeft ook weer zijn keerzijde (Nelis & Sark, 2014, p.64). Psycholoog Barry Schwartz beschrijft in zijn boek ‘The Paradox of Choice – Why More is Less’ dat een toename aan keuzemogelijkheden zorgt voor verlamming en ontevredenheid (Schwartz, z.d.). In mijn ‘format’ moet ik dus wel opties geven, maar ook niet te veel.

Voor mijn onderzoek zijn de bevindingen uit diverse studies over ‘autonome motivatie’ zeer interessant. Zo leidt ‘autonome motivatie’ onder andere tot een hoger niveau van psychologisch welzijn en meer controle over vooroordelen (Deci & Ryan, 2007, p.17).

De competentie die ik in mijn concept waarschijnlijk uitwerk is mediawijsheid. Hoe kan ik jongeren stimuleren om mediawijzer te worden? De YoungWorks experts zeggen:

Alle kleine stapjes waarin je ervaart dat je ergens beter in wordt, zijn succeservaringen die ervoor zorgen dat je inspanningen worden beloond en je motivatie vergroot. . . . In het leerproces is het vervolgens belangrijk dat taken interessant en uitdagend zijn. . . . Dit vereist dat taken zich binnen je zone van naaste ontwikkeling bevinden. . . . [wat] betekent dat je iemand aanspreekt op een niveau dat nog net een beetje buiten zijn bereik is. . . . De motivatie loopt hard achteruit als iemand zich niet uitgedaagd en niet serieus genomen voelt. (Nelis & Sark, 2014, pp.68-73)

Obstakels, mits niet te groot, zijn een manier om voor uitdaging te zorgen (Nelis & Sark, 2014, p.68). Als er *“een optimale balans is tussen iemands kunnen en dat wat er van die persoon verwacht wordt”* ervaart deze persoon ‘flow’ – een staat van opperste concentratie (Nelis & Sark, 2014, p.74). Dit is intrinsiek motiverend (Nelis & Sark, 2014, p.75). Dat is wat ik wil. Daarnaast zorgt die opperste concentratie ervoor dat diegene minder afgeleid wordt en doorgaat met de activiteit. Deze kennis kan van waarde zijn om te zorgen dat iemand niet tussentijds afhaakt. Dit gebeurt anders al snel in deze vluchtige tijd. Gamification concepten kunnen ook zorgen voor flow. Daarom wordt er aandacht aan besteed onder het kopje ‘Gamification – Motivatie tool’.



Motiverend coachen

Jongeren hebben meestal een begeleider nodig om hun inzicht te geven in hun leerproces. Die kan vragen stellen waardoor ze gaan reflecteren op de aanpak. *“Zodra iemand overzicht heeft en weet waar hij naar toe gaat, neemt de motivatie toe”* schrijven Nelis en Sark (2014, p.89). Bij het coachen is het goed om naast complimenten geven ook groeimogelijkheden te benoemen (Nelis & Sark, 2014, p.94) en de toonzetting is enorm belangrijk als je jongeren wilt motiveren (Nelis & Sark, 2014, p.103).

In ‘Puberbrein binnenstebuiten’ schrijven Nelis en Sark (2009): *“Bottomline blijft dat jongeren als individu gezien en begeleid willen worden en niet als nummer. Ze willen aandacht voor hun unieke talenten en mogelijkheden”* (p.86). Het is van essentieel belang dat de gebruikers van de mediatoeepassing niet ‘bezoeker zoveel’ zijn, maar bij naam gekend worden en dat er aandacht wordt besteed aan de eerdere bijdragen.



Jongeren en religie

Het 'Handboek – Jongeren en Religie', onder redactie van godsdienstsociologe Monique van Dijk-Groeneboer (2010), geeft een duidelijk beeld van de huidige stand van zaken rondom jongeren en religie:

Van de jongeren heeft 63% geen institutionele of denominationele binding. Het is echter niet het geval dat deze jongeren helemaal niets met religie hebben. Ook deze groep ontplooit, hoe summier dan ook, religieuze activiteiten. . . . Er lijkt een interesse te blijven voor religie, ook onder [die] jongeren. (p.72) "In het huidige religieuze landschap gonst het van nieuwe vormen van religiositeit die hun plek veroveren." (Groeneboer, 2010, p.33)

De meeste jongeren worden niet meer bereikt en beïnvloed door de instituten, maar geven nu zelf vorm aan hun religie. Groeneboer (2010) merkt op:

Uit het onderzoek van De Koning (2008a, 2008b) blijkt dat het bij uitstek zelfgecreëerde netwerken zijn, die van invloed zijn op de religieuze vorming van jongeren en die in belangrijke mate bepalend zijn voor de plausibiliteit en legitimiteit van religieuze overtuigingen en praktijken. In het bijzonder de nieuwe media (msn, internet, etc.) lijken hierin een belangrijke rol te spelen. (p.48)

Online media zijn een catalysator voor religieuze verkenning.

Online zinzoeken

Internet socioloog Albert Benschop (2011), bevestigt in het boek 'Zinzoekers op het web' dat het internet momenteel een belangrijke rol speelt in de spirituele vorming:

De invloed van internet en sociale media op het gebied van zingeving en religie is onmiskenbaar en groeit nog steeds. Op alle domeinen van de virtuele wereld manifesteren zich religieuze, spirituele en levensbeschouwelijke zinzoekers. Zij dragen hun eigen visies en overtuigingen uit en proberen om deze met anderen te delen. . . . [en ze] proberen elkaar te vinden op de gemeenschappelijke normen voor hun individuele en maatschappelijke handelen. (Benschop & Menting, p.144)



Hij vult aan: “Via internet beschikken zinzoekers tegenwoordig over het grootst mogelijke aanbod van heilige geschriften, geloofsartikelen, duidingen, zingevingen, spirituele methodieken en religieuze systemen” (Benschop & Menting, 2011, p.147). Er is een overvloed aan levensbeschouwelijke content op het internet, dus het aanbod van een mediaproductent is als een zandkorrel op het strand. Hoe zorg je er dan voor dat je toch nog opgemerkt wordt? Daar is marketing bij nodig. Onder het kopje ‘Marketing: delen is vermeerderen’ noem ik verschillende trends. Eerst wil ik kort de invloed van zinzoekers op elkaar behandelen.

Theoloog Stefan Paas beschrijft vanuit een sociologisch oogpunt hoe mensen elkaar spiritueel beïnvloeden:

De sociale wetenschappen laten zien hoezeer onze overtuigingen, inclusief onze religieuze overtuigingen, afhankelijk zijn van onze omgeving, van opvoeding en ‘plausibiliteitsstructuren’ (Peter Berger). . . . [Soms] konden we ons nog redden met goede argumenten. Vaak werd daarbij uit het oog verloren dat argumenten alleen geloofwaardig zijn voor mensen die ze willen geloven. En dit ‘willen’ geloven heeft veel te maken met de sociale omgeving waarin we verkeren, met de vraag bij wie we horen. . . . Sociaal-wetenschappers wijzen op de rol van ‘convictional communities’. Om onze standpunten overeind te kunnen houden, moeten wij ons omringen met mensen die min of meer hetzelfde denken. Dat geldt voor gelovigen, maar uiteraard ook voor andere mensen. (Paas, 2013, pp.8-9)

Het is dus verleidelijk vooral contact te hebben met mensen die hetzelfde denken, als we niet van overtuiging willen veranderen of te gaan denken zoals de mensen waar we contact mee (willen) hebben. De mensen om je heen beïnvloeden je overtuigingen. Online zie je dit ook gebeuren: gelijkgestemden vinden elkaar op niche platforms.

De betrokkenen bij ‘Zinzoekers op het web’ zeggen:

*[We zien] een verschuiving van relatief gesloten religieuze gemeenschappen, waarvan de dogmatische grenzen door poortwachters worden bewaakt, naar meer **open gemeenschappen van zinzoekers**. Online zinzoekers koesteren zich niet alleen in de warmte van de contacten met gelijkgelovigen, maar interacteren ook regelmatig met andersgelovigen. Zinzoekers verbreden hun geloofsbeleving met*



informatie over andere religies en levensbeschouwingen die zij op internet hebben gevonden en via discussies met andere zinzoekers. (Benschop & Menting, 2011, p.148)

De virtuele grenzen staan open, waardoor zinzoekers nog makkelijker kunnen 'patchen'. Het beeld van een lapjesdeken staat symbool voor het zelf samenstellen van je geloof. Anderen noemen het 'lego-geloof' of bricolage. In 'Bricolage en bezieling' zegt Eduard Groen: "[Jongeren] pikken uit de godsdienst wat ze nodig hebben of waarvan zij denken dat ze er wat mee kunnen. Ze handelen vanuit gevoel, emotie en vanuit de concrete situatie" (in Zondervan, 2008, p.136). Jongeren schaven hun geloof per moment bij. In het 'Handboek jongeren en religie' zegt Groeneboer (2011) ook: "Religieuze betekenissen worden . . . ter plekke ontwikkeld" (p.52). Het geloof is niet meer een 'vaststaand iets'. De meeste jongeren aanvaarden ook niet meer een vaststaand wereldbeeld dat voor hen bepaalt hoe ze gebeurtenissen en het leven moeten interpreteren (Zondervan, 2008, p.156). Er is geen algemene waarheid meer, maar "alleen verschillende perspectieven en gezichtspunten" (Zondervan, 2008, p.162). Het 'spelen' met perspectieven is interessant voor een multimediaalconcept.

De godsdienstpsychologische term 'quest-religiositeit', die "verwijst naar mensen zonder een absoluut geloof, vaak zoekende zijn en vragen stellen over geloofszaken" (Boer, 2006, p.161) spreekt ook tot de multimediale verbeelding, aangezien de term 'quest' vaak in games voorkomt. Het kan interessant zijn om hier een multimediaalconcept omheen te ontwikkelen.

Vast- en zekerheid in religies & fundamentalisme

Hoewel veel jongeren niet meer een 'vaststaand wereldbeeld' willen en ook geen regels opgedragen willen krijgen, zijn er jongeren die liever wel structuur en regels willen. Godsdienstpsychologe Elpine de Boer (2006) schrijft in 'Je bent jong en je wilt anders': "er [zijn] aanwijzingen dat duidelijke gedragsregels . . . ook een aantrekkingskracht hebben op sommige jongeren" (p.155). Vanuit de psychologie is dit ook wel begrijpelijk want pubers hebben kaders, grenzen en duidelijkheid nodig (Nelis & Sark, 2009, p.13).

Als je je verzet tegen de geest van moderniteit en daarbij een beroep doet op een onfeilbaar gezag ben je fundamentalist, volgens de definitie van godsdienstsocioloog Hijme Soffels, zegt Pauline Weseman in haar boek 'De



fundi-factor van Nederland', die in 2011 verscheen (p.15). Dit boek is geschreven naar aanleiding van de online Funditest die door bijna 18.000 mensen werd ingevuld. In het boek schrijft Weseman (2011):

In de eerste plaats zijn jongeren tot 30 jaar dus fundamentalistischer in hun overtuiging en gedrag dan ouderen vanaf 30 jaar. Dat is niet heel verwonderlijk. In veel theorieën over ontwikkeling wordt benadrukt dat jongeren in de zoektocht naar eigen identiteit vaak wat radicaler zijn in hun denken dan ouderen. (pp.97-98)

Ook in dit boek wordt benadrukt dat een 'vaststaande' levensovertuiging kan voorzien in de vraag naar kaders, zekerheid, structuur en zin (Weseman, 2011, p.100). Een levensbeschouwelijke online community (met een duidelijke signatuur) kan hier op inspelen.

Wat nog wel opvalt in de uitslagen van de Funditest, volgens Weseman (2011):

De relatief hoge score op fundamentalisme [gaat] niet samen met de drang om de eigen – fundamentalistische – overtuiging ook aan anderen op te leggen. De eigen overtuiging is heel belangrijk, maar tegelijk ook heel persoonlijk. Respondenten ervaren doorgaans niet of nauwelijks dat de persoonlijke levensovertuiging wezenlijk bedreigd wordt door anderen. Integendeel, zij zeggen de vrijheid te ervaren om te leven zoals zij willen. (p.96)

De religieuzen ervaren de vrijheid om te geloven en dringen hun geloof niet op aan anderen. Fundamentalisme is geen extremisme. Deze gelovigen worden vaak ook orthodox genoemd. Onder het kopje 'Tolerantie' ga ik verder in op (in)tolerantie jegens religie en andermans overtuigingen.

Ook 'spirituele zinzoekers' zijn fundamentalistisch.

Kunnen spirituele zinzoekers fundamentalistisch zijn? In 'De fundi-factor van Nederland' zegt cultuursocioloog Stef Aupers "Fundamentalisme kom je tegen in elk spiritueel centrum. Spirituelen kunnen net zo opdringerig en fundamentalistisch zijn als religieuzen" (in Weseman, 2011, p.78). Hij moet denken aan een scène uit de film 'Life of Brian' waarin Brian, een goeroe, constant gevolgd wordt door een groep mensen. "[Brian] roept dan uit: 'Go



home: you are all individuals.’ De groep roept in koor terug: ‘We are all individuals.’” (in Weseman, 2011, p.81) Aupers commentarieert: “Zo denken spirituelen ook. Ze kunnen doen of ze verschillend zijn, maar omarmen dezelfde denkbeelden en leren elkaar hetzelfde te denken” (in Weseman, 2011, p.81). Er vindt groepsdenken plaats, hoewel ieder individu denkt dat hij een unieke gedachtengang heeft. Dit is niet alleen een levensbeschouwelijk fenomeen.

In zijn blog getiteld ‘Is ons online gedrag interessanter dan onze identiteit’ gebruikt Onno Hansen, die zich bezig houdt met (digitale) identiteiten, deze scène als illustratie van het verlies van authenticiteit in de ‘liquid culture’, de vloeibare samenleving. Hij schrijft eerst:

Socioloog Zygmunt Bauman (Liquid Life, 2005, aff.) . . . schrijft cynisch: ‘In een samenleving van individuen moet iedereen individueel zijn. In dat opzicht in ieder geval zijn leden van de samenleving alles behalve individueel, anders of uniek. Zij zijn, in tegendeel, opvallend vergelijkbaar met elkaar in de zin dat zij dezelfde levensstrategieën moeten volgen en dezelfde (...) bewijsstukken moeten gebruiken om aan te tonen dat zij zo zijn. In de vraag van individualiteit is er geen individuele keuze.’ (in Hansen, 2015a, Het failliet van authenticiteit par.2)

Voor Hansen (2015a) is dit een springplank om te noemen dat de kans bestaat dat authenticiteitsmarketing zijn kracht verliest en plaats maakt voor ‘empathie marketing’, wat gestoeld is op inlevingsvermogen. Er wordt geluisterd naar je interesses en daar wordt iets mee gedaan. Daardoor creëert de producent draagvlak.

Dit uitstapje lijkt ‘offtopic’ te zijn, want het klinkt niet meer als ‘jongeren en religie’ maar het heeft belangrijke raakvlakken. Je kunt de spirituele jongeren niet bereiken door één zelfde boodschap aan te bieden maar wel door het stellen van één zelfde vraag. “Al verschillen onze antwoorden, wat we delen zijn onze vragen” schrijft filosoof en theoloog Chris Doude van Troostwijk in ‘Buigzame gelovigen’ (Troostwijk, Berg & Oosterveen, 2008, p.162). Vervolgens moet het antwoord verwerkt worden in een product. Dit klinkt tijdsintensief, maar dat hoeft niet zo te zijn, aangezien er steeds meer geautomatiseerd gefilterd kan worden. Is zoiets automatisch nog wel persoonlijk genoeg? Wel als je de juiste vraag hebt weten te stellen en een goed zoekalgoritme hebt om die persoon te verrassen met pareltjes aan content.



Nieuwsgierigheid

Een grote meerderheid van de jongeren, waaronder ook de ongelovigen, geeft aan te willen weten wat alle geloven inhouden, hoe anderen denken over religie, godsdiensten, zingeving, levensbeschouwing en hoe anderen het ervaren (Groeneboer, 2010, pp.112-114). Elpine de Boer (2006), die (diepte)onderzoek heeft gedaan naar wat jongeren bezighoudt en inspireert, noemt dat uit het onderzoek duidelijk naar voren kwam dat *“de meeste jongeren liever meer willen weten van spirituele zaken dan van het christendom of een andere religie”* (Boer, p.150).

De onduidelijkheid en onbekendheid van veel religieuze termen blijkt een groot obstakel te zijn in de verkenning en ‘adoptie’ van religies (Groeneboer, 2010, p.218). Zodoende zou een levensbeschouwelijk mediaproduct aandacht moeten besteden aan het uitleggen van ingewikkelde termen en gebruik moeten maken van veel symbooltaal.

De invloed van ‘heftige gebeurtenissen’ op het geloof

Doorgaans zijn jongeren eigenlijk niet veel bezig met het geloof (Groeneboer, 2010, pp.210-211) maar bij crisiservaringen functioneert religie (Groeneboer, 2010, p.112; pp.210-211; p.213). Dan heeft het een therapeutische functie. Dit zijn momenten zoals bij ziekte of dood van een naaste (Groeneboer, 2010, p.95).

Elpine de Boer (2006) onderzocht wat de invloed van heftige (wereld)gebeurtenissen is op het geloof van jongeren. Uit de resultaten blijkt dat die behoorlijk groot is. De geïnterviewden geven vrijwel allemaal aan dat deze gebeurtenissen indruk hebben gemaakt. Veel jongeren gaan dan ineens bezig met geloof en zingeving, zelfs jongeren die er normaliter niet mee bezig zijn. (Boer, 2006, p.124) Dit zijn dus triggers om geloofs- en zingevingsvragen te stellen.

De momenten rondom heftige gebeurtenissen zijn vaak momenten van grenservaring - een ervaring die ons de grenzen van ons bevattingsvermogen doet ervaren. Dit zijn momenten om met jongeren in gesprek te gaan over levensbeschouwing, ze over de gebeurtenis te bevragen en te laten reflecteren. Hierbij zijn de antwoorden die ze geven niet goed of fout. Het is dan van belang om een luisterend oor te zijn. Ook online kun je een plek zijn voor jongeren om hun gedachten te ventileren.



Er bestaan dus kansen voor een levensbeschouwelijke site die aandacht besteed aan deze 'heftige gebeurtenissen'.

Hokjes en vakjes

Ter afsluiting van dit deel over 'jongeren en religie' noem ik een verdeling om de jongeren te categoriseren.

Groeneboer (2010) deelt de jongeren in vier vakken, naarmate ze institutioneel zijn of niet en actief bezig zijn met spiritualiteit of niet:

- **Fortissimo's** zijn institutioneel en actief met het geloof bezig. Dit is een harde kern van traditionele, 'orthodoxe', fanatieke en 'fundamentalistische' gelovigen.
- **Spirituoso's** zijn niet institutioneel maar wel actief spiritueel. Dit zijn de (zin)zoekers en bricoleerders.
- **Legato's** zijn institutioneel gebonden op 'scharniermomenten'.
- **Tranquillo's** zijn ongelovige niet zoekenden. Soms zijn ze anti-religieus. Dit wordt ook versterkt door het negatieve beeld dat de media schetsen over religieuze instituten. (pp.212-214)

Mijn concept is met name gericht op de fortissimo's en spirituoso's, maar ik zie ook kansen om de legato's te bedienen bij 'grenservaringen'. Daarnaast hoop ik de vooroordelen die bij tranquillo's liggen betreffende religie weg te kunnen nemen door specifieke content voor hen te produceren. Het persoonlijk ontwikkelingsdeel van het concept is óók voor hen geschikt.



(Burgerschaps)vaardigheden

In dit deel van de verkenning wordt ingezoomd op verschillende sociale vaardigheden van jongeren, en de zoektocht van de maatschappij en pedagogen om hen te helpen die te ontwikkelen. Dit vormt een uitbreiding op het (levensbeschouwelijke) theoretische kader dat tot nu toe gepresenteerd is.

Sociale vaardigheden

Door gesprekken onderling leren jongeren onbewust verschillende belangrijke sociale vaardigheden: *“luisteren, helpen, initiatief nemen, geheimen delen, eerlijk zijn en vertrouwen geven”* (Nelis & Sark, 2009, p.98). Toch zijn er nog vaardigheden, die jongeren missen.

Als het gaat om burgerschapsvaardigheden, zoals het kennen van en omgaan met verschillen, scoren Nederlandse tieners slecht, in vergelijking met andere Europese tieners, blijkt uit onderzoek (Hoskins, Villalba & Saisana, 2012, p.67). Daarom wordt er de laatste jaren op scholen steeds meer aandacht besteed aan ‘burgerschapsvorming’.

Burgerschapsvorming

Het leren ‘functioneren in de maatschappij’ heet tegenwoordig ‘burgerschapsvorming’. Instanties willen dat jongeren zich gedragen, deelnemen aan de maatschappij en een bijdrage leveren (SLO, 2015a). Dit bewerkstelligen is één van de taken van onderwijsinstellingen.

In het verslag van SLO ‘Burgerschapsvorming in het Nederlands onderwijs’ staat: *“In de onderwijssociologie en ook in het onderwijsbeleid worden drie functies van het onderwijs onderscheiden: persoonlijke ontplooiing, voorbereiding op arbeid en voorbereiding op de maatschappij”* (Veugelers, 2015, p.1). Persoonlijke ontplooiing en burgerschapsvorming zijn ook ‘pilaren’ voor mijn mediaproduct.

Dat er groot belang wordt gehecht aan burgerschapsvaardigheden, zie je terug in de formulering van de 21^e eeuwse vaardigheden.



21^e eeuwse vaardigheden

De Stichting Leerplanontwikkeling (SLO) benoemt negen 21e eeuwse vaardigheden, namelijk: ICT-(basis)vaardigheden, mediawijsheid, informatievaardigheden, computational thinking, creatief denken en handelen, probleemoplossend denken en handelen, kritisch denken, zelfregulering, sociale en culturele vaardigheden, communiceren en samenwerken (SLO, 2015b). Hierin zie je terugkomen dat er grote waarde wordt gehecht aan burgerschapsvaardigheden zoals communiceren, samenwerken, kritisch denken en sociale en culturele vaardigheden.



Figuur 3 - Model 21e eeuwse vaardigheden (SLO, 2015b)

Kritisch denken

Ik zoom graag even in op kritisch denken. Hierbij gaat het volgens SLO om:

het vermogen om informatie te doorzien en op waarde te schatten, onjuistheden in informatie te signaleren en om informatie te gebruiken om een visie of mening van iemand anders tegen het licht te houden. Op basis daarvan kan beargumenteerd een eigen oordeel gevormd worden over de gepresenteerde informatie. Kritisch denken betekent dat redeneren en reflecteren vooraf gaat aan het innemen van een standpunt, zodat beargumenteerd kan worden waarom het standpunt ingenomen wordt. (SLO, 2015c, Kritisch denken, par.1)



Dit zijn vaardigheden die van groot belang zijn bij het in gesprek gaan over levensbeschouwelijke onderwerpen.

Op de site van SLO wordt toegelicht wat er bij kritisch denken komt kijken:

- *het stellen van vragen;*
 - *het identificeren van veronderstellingen;*
 - *het interpreteren en verklaren van informatie;*
 - *het kunnen redeneren en/of handelingen kunnen uitvoeren;*
 - *meerdere kanten van een probleem kunnen zien;*
 - *vanuit verschillende perspectieven kunnen redeneren.*
- (2015c, Kritisch denken, par.2)

In deze vluchtige wereld is het niet makkelijk om jongeren stil te zetten om hiermee te oefenen. Via een multimediaalproduct geloof ik dat je jongeren een tool reikt om makkelijker hiermee aan de slag te gaan.

Maar, zegt SLO (2015c):

Om dit te kunnen, zijn ruimdenkendheid (open houding), eerlijkheid, de neiging om redenen en oorzaken te zoeken, leergierigheid, het verlangen om goed geïnformeerd te zijn, flexibiliteit, respect voor standpunten van anderen en de bereidheid om die standpunten mee te wegen van belang. (Kritisch denken, par.3)

Je ziet hier dat ‘attitude’ enorm belangrijk is. De jongeren moeten wel gemotiveerd zijn of worden.

Kritisch denken heeft een positieve invloed op wederzijds begrip en geeft inzicht in elkaars gedachtegangen (SLO, 2015c). Dit is wat ik wil bewerkstelligen met ‘de jongerenapp’.

Tolerantie

Hoewel veel Nederlandse jongeren zichzelf niet religieus noemen, zijn ze wel tolerant jegens religie. In ‘De deugd van tegenwoordig’ schrijft dr. Maerten Prins (2008) over jongeren: “Ze onderschrijven de stelling ‘Iedereen moet zelf weten welke religie hij/zij aanhangt’ vrijwel volledig (4,5 op een 5 puntsschaal). Die tolerantie staat los van de eigen mate van religiositeit” (p.14). Ook met betrekking tot andere thema’s zijn jongeren



tolanter blijkt uit zijn onderzoek (Prins, 2008, p.14). Dit wordt bevestigd door het onderzoek MentalityMonitor, van Motivaction, uit 2008 (p.2).

In 2009 vroeg MTV, in het 'Youthopia-onderzoek', aan 7000 Europese jongeren om tien nieuwe geboden te formuleren. Op nummer acht daarvan staat *"Wees tolerant tegenover andermans verschillen"*. (Bruyckere & Smits, 2011, p.29) Tolerantie is dus iets wat hoog in het vaandel staat bij jongeren.

Toch merk je in de praktijk nog dat intolerantie een rol speelt in maatschappelijke discussies. Eén reden hiervoor is de invloed van ouders en peers. Hoewel jongeren tolerant willen zijn, beïnvloedt de intolerante mening van een ouder of peer hen eenvoudig (Graaff, Pattipilohy, Heidweiller & Otter, 2016, p.25). Dit wordt genoemd in de 'Verkenning "Dialoog als burgerschapsinstrument"', wat het resultaat is van een rondgang langs docenten, studenten en lerarenopleiders. Deze verkenning signaleert ook dat docenten de behoefte hebben om over handvatten te beschikken om gevoelige burgerschapskwesties te bespreken in de klas (Graaff et al., 2016, p.24). Ik geloof dat 'de jongerenapp' ook hiervoor een handvat is.

De klos in de klas - de invloed van 'heftige gebeurtenissen'

Uit de verkenning van Diversion op scholen blijkt dat de docent die het eerste uur les heeft op de dag na een schokkende gebeurtenis (zoals aanslagen in een Europese stad) vaak "de klos" is om over deze thema's te spreken. Dit zijn vaak docenten die geen expertise hebben op deze onderwerpen en niet geleerd hebben hoe ze dit soort discussies moeten faciliteren. (Graaff et al., 2016, p.25) Dit toont aan dat jongeren graag willen ventileren na heftige gebeurtenissen.

Een maatschappijleerdocent heeft wel de nodige competenties, om in dialoog te gaan over moeilijke onderwerpen, maar maatschappijleer is veelal geen blijvend vak. Zodoende missen jongeren iemand om hun opvattingen over gevoelige kwesties aan te toetsen. (Graaff et al., 2016, p.25) 'De jongerenapp' wil in deze behoefte voorzien.



In dialoog over ingewikkelde thema's en 'heikele kwesties'

In de 'Verkenning "Dialoog als burgerschapsinstrument"' die door Diversion - een bureau voor maatschappelijke innovatie - is uitgevoerd in opdracht van de Stichting Leerplanontwikkeling (SLO), wordt het volgende signaleerd:

De ondervraagde eerstegraads docenten blijken veel belang te hechten aan schoolbreed beleid, maar zijn kritisch op de conventionele wijze waarop dit in hun ogen vaak wordt vormgegeven. In de organisatie van een 'multiculturele markt' of 'Paarse vrijdag' bestaat volgens hen het gevaar dat integratie-gerelateerde problematiek of homofobie als opgelost worden beschouwd. Leerlingen worden tijdens dit soort evenementen uitgenodigd om sociaal wenselijke uitingen te doen over controversiële thema's, waardoor docenten weinig inzicht krijgen in de manier waarop burgerschapskwesties echt leven. (Graaff et al., 2016, p.26)

De docenten willen een verbeterde aanpak om heikele kwesties te bespreken. Zij denken aan offline methodes maar dit kan ook online.

De methodiek 'Dialoog als burgerschapsinstrument' biedt "een mogelijke aanpak om samen met je klas verschillende perspectieven op een lastige kwestie te belichten, respectvol te bespreken en de leerlingen verder te helpen in hun ontwikkeling als kritische jonge burgers" (Pomeroy, Graaff, Bron & Pattipilohy, 2015, p.17). Deze methodiek is ontwikkeld om lastige kwesties te belichten. In deze methodiek wordt 'peer education' gebruikt.

Peer education

In de recent ontwikkelde 'Methodiek "Dialoog als burgerschapsinstrument"' wordt de 'Peer education' methode genoemd. Deze methode helpt bij:

- Een constructief gesprek voeren met leerlingen over onderwerpen die gelden als controversieel of taboe.
- Het gesprek aangaan vanuit de belevingswereld van leerlingen.
- Binnen gesprekken de rol van procesbegeleider innemen.
- Het (selectief) delen van persoonlijke verhalen.
- De leerling als expert centraal stellen en deze actief bevragen en spiegelen.



- *Het gesprek tussen jongeren onderling faciliteren in plaats van tussen docent en de klas.*
- *Het verbreden van het wereldbeeld van leerlingen door het gebruik van eye-openers.*
- *Met leerlingen reflecteren op het gevoerde gesprek. (Pomeren et al., 2015, p.20)*

Deze methode lijkt goed aan te sluiten bij de burgerschapsvaardigheid 'kritisch denken'. De 'jongerenapp' kan dienen als platform om op een dergelijke manier over controversiële onderwerpen in gesprek te gaan.

'Saaie' onderwerpen?

Zelfs saaie, stoffige onderwerpen, die veraf staan kunnen door deze methode in een ander perspectief worden gebracht en relevanter worden gemaakt. (Pomeren et al., 2015, p.52) Voor een gesprek over levensbeschouwelijke onderwerpen, die vaak ook als stoffig en irrelevant worden gezien, biedt dit kansen.

Attitude

Bij burgerschapsvorming zijn 'attitudes' (houding) het meest relevant want *"zij bepalen voor een groot deel de meningen en het gedrag van burgers"* (Veugelers, 2015, p.7). Deze attitudes ontwikkelen is echter moeilijk en van buitenaf zijn ze lastig te beïnvloeden omdat het een *"heel persoonlijk proces van betekenisverlening"* is (Veugelers, 2015, p.7). Hier blijkt weer hoe belangrijk het is om te weten hoe je jongeren motiveert. Je moet jongeren motiveren om de juiste mindset aan te nemen.



Socialere reacties

Reacties zijn op de meeste websites meestal troep. Daar zijn meerdere redenen voor die in deze verkenning de revue zullen passeren.

Platforms hebben een ruim decennium de kwalitatief teleurstellende reacties geduld, maar sinds kort zijn er allerlei projecten ontstaan die hierin verandering willen brengen. Ze zoeken en noemen oplossingen. Een aantal worden in dit verslag beschreven.

Verkenning van online reacties

Wanneer je op internet surft kom je onder artikelen veel waardeloze reacties tegen. Ze dragen weinig bij aan het gesprek.

Het valt op dat reacties vaak ‘onder de streep’ zijn geplaatst. Het staat los van het artikel. Het staat als het ware “in quarantaine” (Golis, 2016). Veel publicisten vinden het een noodzakelijk kwaad. De optimisten willen niet “de baby met het badwater weggooien”. De reactiemodule komt zodoende onderin en de reacties krijgen meestal verder weinig aandacht van de artikelschrijver. Het is een plek voor de lezers. Tien jaar geleden was dit meestal ook de enige plek waar digibeten hun mening kwijt konden. Nu zijn er ook voor hen makkelijke manieren om een eigen blog te beginnen waar ze hun opinies kwijt kunnen. Het reactiedeel wordt soms ook wel vergeleken met een “riool”. Hoe komt het nou dat de reacties zo waardeloos zijn?

Waardeloze reacties

Er zijn twee soorten waardeloze reacties: reacties die niks toevoegen en reacties die negatief en respectloos zijn.

Reacties die niks toevoegen zijn vaak “vind ik ook” en “mee oneens” achtig. Een makkelijke oplossing hiervoor is het aanbieden van ‘stem’-knoppen. Deze zijn vaak wel aanwezig om het artikel te beoordelen, maar niet aanwezig bij de reacties. Door stemknoppen kun je veel beter omgaan met de ‘real estate’. De ‘real estate’ is waardevol. Dit wordt echter vaak niet zo gezien, omdat je op het web niet betaald per vierkante pixel scherm.



Online advertenties (banners) worden soms wel volgens deze criteria geprijsd, maar die staan meestal bovenaan de pagina en niet meer bij de reacties. Het reactiedeel is een soort ghettobuurt.

Omdat mensen vaak anoniem kunnen reageren en door het ontwerp niet tot nadenken worden gezet, schrijven ze meestal het eerste wat in hen opkomt. Dit is meestal niet veel goeds en vol vooroordelen en haat. Mensen nemen niet de tijd om te reflecteren. In deze vluchtige samenleving worden gedachten even vluchtig onder woorden gebracht en gepubliceerd. Het ontwerp van een reactiesysteem kan door een paar 'technieken' al betere resultaten opleveren. Dit komt verderop nog aan bod.

'Homo Opiniens': instantmeningen en opiniedwang

Internetondernemer, filosoof en journalist Rob Wijnberg, die nu hoofdredacteur is van 'De Correspondent' schreef in 2013 het boek 'De Nieuwsfabriek'. Hij introduceert de term 'homo opiniens', om de mens van tegenwoordig te beschrijven. In onze huidige cultuur moet je altijd ergens wat van vinden en liefst zo snel mogelijk. Voor nuance is er weinig tijd en nuance wordt door velen als oninteressant bestempeld. Meninge moeten kort, krachtig en prikkelend zijn en je wordt vaak gedwongen een mening ergens over te hebben en ergens 'voor' of 'tegen' te zijn. (Wijnberg, 2013) Soms mag je ook kiezen uit een langere reeks emoties. Wijnberg ergert zich daar vreselijk aan.

Instantmeningen zie je veel in de reacties onder artikelen. Meestal ook omdat de artikelen ongenueanceerd zijn. Voor een goed online dialoog moet hier wat op bedacht worden.

De keus geven om te stemmen welke emotie een artikel oproept heeft zijn origine in de marketingpsychologie. Ik zou hier juist op inspelen, door te vragen wáárom een bepaalde emotie getriggerd wordt. Dit kan dan in de reacties komen. Wél moet je zorgen dat mensen eerst reflecteren en een respectvol antwoord schrijven. Daarnaast is het laten kiezen uit een specifiek rijtje emoties een manier om je artikel te promoten. Als je weet te duiden welke emotie wordt opgeroepen, en dit deelt met anderen, trigger je dezen om óók het artikel te lezen.



Prettige reactiesystemen

“Anonimiteit is niet het probleem” is de stelling van Matthias Schouten uit een recent chatgesprek. Matthias is op verschillende fora actief en concludeert het volgende:

Ik vind het een hele interessante vraag of anonimiteit op internet inderdaad slecht gedrag stimuleert. Op facebook=geen privacy wordt gecyberpest en worden hele vulgaire en slechte comments gepost. Ook qua niveau draagt niet iedereen bij.

Terwijl je op sites als tweakernet "anoniem" kan zijn; en juist zij hebben meestal de beste comments. Ook omdat je een accountability systeem hebt met ratings van comments. Comments die niks toevoegen hoef je niet te lezen. Mensen doen hun best om iets zinnigs te zeggen daardoor.

Comment systemen waar alle comments dezelfde "rank" hebben worden vaak overspoeld door onzinnige comments en ik voel me absoluut niet aangemoedigd om iets zinnigs te posten als het tussen allerlei onzin moet staan. Het neemt evenveel ruimte in op je scherm en het is standaard zichtbaar.

Een forum doorscrollen voor een antwoord met idioten die roepen "ik heb dit probleem ook" en "please fix" is heel erg jammer.

Systemen als stackexchange waar het beste antwoord prominent bovenaan staat en (bijdehante) opmerkingen niet prominent erbij hangen werkt een stuk fijner.

Op youtube had je eerst de allerslechtste comments op het internet. Nu heb je ratings en is het minder slecht.

Mijn stelling is: anonimiteit of niet is niet het probleem of de oplossing. Accountability en moderatie wel. (persoonlijke communicatie, 9 juni 2016)

Hier worden interessante punten genoemd, die gedeeld worden door bekenden en medestudenten, die me bij verschillende gelegenheden tips gaven.



Ook webdesigner en ontwikkelaar Reüel van der Steege noemde 'voting' als een positief punt, toen ik online om gebruikerservaringen vroeg. Hij schreef:

Ik vind het altijd prettig bij reactiesystemen als de oplossing/beste antwoord(en) (omhoog gestemd door gebruikers)/hoe de meesten over een onderwerp denken bovenaan staat. De beste reacties komen dan bovenaan en de slechtste/irrelevante vanzelf onderaan (of misschien zelfs verborgen worden, doordat ze zijn 'gedownvote' door de community). Dat is dus al een mooi 'filter' om zo min mogelijk 'onzin' te hoeven lezen. (persoonlijke communicatie, 26 maart 2016)

Functionaliteiten in reactiesystemen

Reactiesystemen zijn er in alle soorten en maten. De één is prettiger dan de ander en sommige functionaliteiten hebben een ander effect als je zou kiezen het tegenovergestelde te doen. Daar is onderzoek naar gedaan. Dit komt later aan bod. Hier volgt eerst een beschrijving van een aantal standaard mogelijkheden.

Dit zijn enkele functionaliteiten die je als gebruiker in reactiesystemen kunt vinden:

- **Authenticatie:** Anoniem, registreren op de site of inloggen met een (social media) account.
- **Avatar:** je kunt bij je naam ook een avatar hebben, met je foto, een andere afbeelding of een computer gegenereerde 'avatar'.
- **Voting:** door deze functionaliteit kun je aangeven hoe je een reactie beoordeelt. Dit wordt vaak gebruikt op technische fora, met up- en downvoting. Een 'like' is ook een 'vote'.
- **Score:** er wordt een score bijgehouden van je reactieaantal, en eventueel je upvote score
- **Inlinecommenting:** je kunt bij het interessante deel van de tekst je opmerking plaatsen.
- **Quoten:** je kunt een tekst van een ander citeren.
- **Emotie:** je kunt bij een reactie aangeven hoe je je voelt bij het typen van een bericht.
- **Melden:** je kunt aan de redactie melden dat je een reactie ongepast vindt.



Voor moderators zijn er onder andere de volgende opties, aan het front-end:

- **Verbergen voor anderen:** je kunt een reactie verbergen voor andere gebruikers. De plaatser merkt dit niet.
- **Verwijderen:** je kunt de reactie verwijderen.
- **Prominent tonen:** je kunt een reactie markeren als favoriet.

Moderatie kan plaatsvinden voordat een reactie getoond wordt, of erna. Reacties kunnen chronologisch oplopend of aflopend getoond worden. Reacties worden allemaal onder elkaar getoond, of gepagineerd. Een reactiemogelijkheid kan boven de andere reacties staan, of er helemaal onder.

Er bestaat de optie voor 'threaded-comments', waarbij je reactie op een ander daar schuin onder komt.

Projecten ter bevordering van een socialer web

Er bestaan verschillende initiatieven die proberen om te ontdekken wat er gedaan moet worden om te zorgen voor betere reacties. De één zoekt een oplossing door het voor de moderators makkelijker te maken, de ander kijkt naar de naam van de 'voteknop' en anderen willen de houding van de gebruiker aanpakken.

'Web We Want' Hack Day

'Web We Want' is een wereldwijde 'coalitie' van individuen en groepen die samenwerken om een beter internet voor iedereen te bouwen (WebWeWant, z.d.). Naar dit initiatief is de "Web We Want Hack Day" vernoemd. Dit was een tweedaags evenement waar werd gezocht naar mogelijkheden om reacties te verbeteren. Dit werd georganiseerd door het nieuwsblad 'The Guardian' (Bilton, 2016). Enkele ideeën en uitkomsten hieruit, voor betere reacties, waren:

- **'verified commenters':** geef mensen die je vertrouwt rechten om als surrogaat moderator te werken.
- **'setting the tone':** zorg dat de schrijver van een artikel de eerste bijdrage levert zodat het de discussie stuurt.
- **'donations':** voordat mensen op bepaalde zaken kunnen reageren, zoals vrouwenrechten, moeten ze eerst doneren aan een gerelateerd goededoel.



- **‘muting’**: geef de gebruikers zelf de mogelijkheid om bepaalde reageerders ‘uit te schakelen’.
- **‘curated content’**: toon de interessantste reacties naast het artikel.

Deze ideeën neem ik mee naar mijn conceptingfase.

‘The Engaging News Project’

‘The Engaging News Project’ heeft als doel om op onderzoek gebaseerde technieken te bieden, die online participatie bevorderen. Ze hebben onderzocht welke knopnamen zorgen voor betere participatie en concluderen dat ‘Respect’ de beste titel is. De onderzoekers Natalie J. Stroud, Ashley Muddiman en Joshua Scacco (2013) schrijven in hun rapport: *“From a democratic angle, ‘Respect’ yields more willingness to click on comments from another political perspective compared to ‘Recommend’ or ‘Like’ buttons.” (p.1)* Ook al heeft iemand een andere mening, dan kan hij toch op “Respect” klikken als hij de beredenering wel okee vindt.

In een samenvatting schrijft Natalie Stroud:

- “Based on our study findings, newsrooms may consider using a ‘Respect’ button in their comment sections to get people to engage with political views that they may not ‘Like.’”
- “Given the political polarization facing our country, our research shows that there are strategies to help citizens find common ground.”
- “Newsrooms should be thinking carefully about the consequences of how social media buttons are worded.” (Stroud & Muddiman, 2013, p.1)

Ashley Muddiman vult aan: *“Our results are encouraging because they show that small, easy-to-implement wording changes can make a big difference to citizens” (Stroud & Muddiman, 2013, p.1).*

Deze communicatieprofessoren zien dat framing een positief effect heeft tegen polarisatie en zijn enthousiast dat een klein verschil in woordgebruik een groot verschil kan maken in participatie.

Onder het kopje “Framing – het is maar hoe je het bekijkt” wordt verder ingegaan op de invloed van woordgebruik.



‘Coral Project’

De ‘Coral Project’ zet zich in om open-source tools, kennis en middelen ter beschikking te stellen aan mediabedrijven, zodat er betere journalistieke communities ontstaan. Ze willen als koraal zijn, dat de kust bewaakt en een goede omgeving biedt om te ontwikkelen. Het project is een samenwerking tussen ‘Mozilla Foundation’, ‘The New York Times’ en ‘Washington Post’. Daarnaast betrekken ze een community van mensen om bij te dragen. (CoralProject, z.d.)

Op de site van Coral Project kom je verschillende artikelen tegen, zoals ‘Artificial moderation: a reading list’ (Diakopoulos, 2016) en ook artikelen waar gerefereerd wordt aan relevante studies (Walden, 2016). Er wordt bijvoorbeeld een onderzoek van ‘The Engaging News Project’ aangehaald, dat het effect van de participatie van journalisten bij hun artikelen behandelt. Uit dit onderzoek blijkt dat wanneer de journalist zelf reageert onder zijn artikel, onbeleefdheid met 15% daalt en dat de kans dat mensen een reden geven voor hun beredenering met 15% stijgt (Stroud, Muddiman, Scacco & Curry, 2014).

Een interessante vondst tussen de communitybijdragen is het verzoek om een **“original writer please reply – button”**. Christoph, een lid van de community, beschrijft een ‘upvote’ knop die het signaal afgeeft aan de schrijver dat de community graag een reactie wil op de bijdrage. (Christoph in andrew_coral, 2016). Het idee met de mitsen, maren en kansen wordt uitvoerig besproken.

De ‘Coral Project’ communitysite is zeker interessant om in de gaten te houden. Hier kun je waardevolle inspiratie en bestpractices vinden voor online communities.

IDentifEYE

Het Europese project IDentifEYE kijkt hoe leraren en jongeren in gesprek kunnen over online identiteiten. Hiervoor onderzocht Onno Hansen hoe je ‘moeilijke onderwerpen’ online kunt bespreken. Hij benoemt zijn resultaten in een blog op Frankwatching. Hansen (2015c) schrijft: *“Het [is] raadzaam dat we ons vermogen om feedback te incasseren vergroten, voordat wij ons storten in een discussie of een discussie over een ‘moeilijk’*



onderwerp beginnen” (Stap één, par.1).

Dat kan door drie zinnen te herhalen, die zijn voorgesteld door onderhandelexperts Douglas Stone en Sheila Heen in hun onderzoek ‘Thanks for the Feedback’. Hansen (2015c) zegt: *“ik denk dat het goed is deze te herhalen en te begrijpen, voordat wij ons begeven op het terrein van de ‘moeilijke’ onderwerpen online.” (Drie lessen, par.1)*

Hansen (2015c) noemt de zinnen. Ten eerste moet je toegeven “Ik maak soms fouten”. Als je aangeeft dat je er soms naast zit, geef je toe dat je feilbaar bent. Ten tweede moet je zeggen “Soms is mijn motivatie egoïstisch” waardoor je je niet moreel superieur kunt voelen. De derde zin is “Ik ben deel van het probleem”. Je kunt dan niet ‘het vingertje’ naar anderen wijzen. (Hansen, 2015c, Drie lessen)

Na deze eerste stap benoemt Hansen een tweede. Je moet de online discussie zien als dialoog en werken aan vertrouwen zodat onbedoeld verkeerde opmerkingen geïncasseerd kunnen worden (Hansen, 2015c, Stap twee). Voor het kweken van vertrouwen is het belangrijk om te tonen dat je minstens een beetje verstand van het onderwerp hebt, schrijft Hansen (2015c, Benodigdheden voor vertrouwen).

Pas dan kun je over moeilijke onderwerpen in discussie gaan. Zelf ben je nu klaar om ‘inclusief’ in gesprek te gaan, volgens Hansen (2015c). Maar de gesprekspartner kan zich ‘uitsluitend’ opstellen door woorden als ‘zij’ te gebruiken. Hansen (2015c) vervolgt:

Maar het is nog geen showstopper. Het wordt wel lastig verder te discussiëren op het moment dat de ‘zij’ consequent negatieve etiketten meekrijgen als ‘terroristen’ of ‘gelukszoekers’. En het wordt onmogelijk als deze ‘zij’ in een glijdende schaal ontmenselijkt worden, bijvoorbeeld door hen ‘ratten’ te noemen. . . . Op dat moment . . . houdt het op. (De discussie, par.2)

Hansen (2015c) concludeert: *“Er is veel voorbereiding nodig om echt open te zijn en echt de meningen en opmerkingen van anderen op waarde te kunnen schatten” (Conclusie).*

Binnen een community is het van groot belang om de juiste houding te leren aan de deelnemers. Dit kan goed door middel van de drie behandelde vragen.



Academische onderzoeken

Er zijn door de jaren heen verschillende onderzoeken geweest over gedrag op het internet. In een onderzoek van informatiewetenschapper Rich Gazan (2007) getiteld 'Understanding the Rogue User' werd het gedrag van 'reaguurders' bestudeerd. Uit het onderzoek blijkt dat als je op je site de mogelijkheid biedt om een uitgebreid profiel te maken, het 'reaguren' vermindert. Het aanbieden van een ruimte waar je 'speciaal en uniek' bent, waar niemand je content kan beoordelen of aanpassen, zorgt voor een emotionele uitlaatklep, en er wordt minder gereageerd. (Gazan, 2007) Met een simpele feature kun je reaguren al een stuk verminderen. De meeste sites bieden al een kort profiel aan. Indien je dit aanvult met meer velden, zorg je voor een positievere sfeer bij je reacties.



Zorgen: omgaan met gelijkgestemden

Echokamers - “Soort zoekt soort” & Echokamers

De open deur *“Mensen doen, ook op het internet aan in- en uitsluiting”* staat in het rapport ‘De nieuwe regels van het spel – Internet en publiek debat’ van de Raad voor Maatschappelijke Ontwikkeling (RMO), uit 2011. De RMO (2011) schrijft verder: *“Ze zijn geneigd om bekenden en gelijkgestemden op te zoeken en andere meningen buiten te sluiten”* (p.61). “Soort zoekt soort” zou ik zeggen. Je gaat graag om met gelijkgestemden en wordt het liefst gekieteld met geluiden van herkenning. Deze geluiden ‘weerkaatsen’ en gaan rond. Zodoende is de term ‘echokamer’ bedacht om dit fenomeen te betitelen.

Online wordt het effect voor velen versterkt. *“De algoritmes van zoekmachines en de netwerkstructuren van de meeste sociale media. . . . zorgen ervoor dat bepaalde inhoud niet altijd te vinden is”* (Raad voor Maatschappelijke Ontwikkeling, 2011, p.61). Activist Eli Pariser waarschuwt voor de ‘filter bubble’.

‘Filter bubbles’

‘The Filter Bubble’ is een term die veelvuldig gebruikt wordt door politicoloog en activist Eli Pariser. In zijn gelijknamige boek beschrijft hij hoe Google zoekresultaten per persoon aanpast (Pariser, 2011). Ook andere partijen passen dit toe in hun ‘gerelateerd aan’ en ‘bekijk ook’ secties. Het gevaar is dat de internetgebruiker zaken vanuit hetzelfde perspectief blijft bekijken.

Je moet zelf actief op zoek gaan om andere geluiden te horen.

Toch concluderen de onderzoekers Matthew Gentzkow en Jesse M. Shapiro in 2011 in hun artikel ‘Ideological segregation online and offline’, dat ze geen bewijs zien voor het idee dat het internet steeds meer gepolariseerd raakt. De grootste ‘echokamer’ is je persoonlijke omgeving met je face to face contacten. Opmerkelijk is dat mensen met extreme ideologieën meer geneigd zijn om sites van de andere kant te bezoeken dan gematigden. (Gentzkow & Shapiro, 2011)

Deze informatie is relevant om te zorgen dat jongeren niet vastraken in hun eigen denkwijze.



“Breaking out”

In het verslag ‘Social Media Buttons in Comment Sections’ van ‘The Engaging News Project’ staat de anekdote van iemand die een Facebookpagina ging ‘liken’ van een partij waar hij eigenlijk helemaal niet achterstond, zodat hij eens content zou tegen komen met hun perspectief. (Stroud et al., 2013) Dat er een like voor een andere partij nodig is om de ‘filter bubble’ te doorbreken toont wel dat er goed nagedacht moet worden over ‘personalisatie algoritmes’. Helemaal als je moeilijke thema’s juist van alle kanten wilt belichten.



Lastig: omgaan met andersdenkenden

Omgaan met andersdenkenden blijkt telkens lastig te zijn. Vaak zitten vooroordelen, die je bij een eerste indruk krijgt, in de weg. Het samen hebben over maatschappelijke kwesties of in dialoog gaan over levensbeschouwing is dan vaak ook een stap te ver. Ik onderzoek verschillende boeken om te kijken wat voor oplossingen aangedragen worden.

Eerste indrukken, vooroordelen en stereotypes

Sociaal psychologe Roos Vonk (2012) schrijft in haar boek 'De eerste indruk' over indrukvorming. Als snel vormen we voor onszelf een indruk van een persoon, zelfs met weinig informatie. Vaak beïnvloedt dit de indrukken die we vervolgens krijgen. We kijken dan, als het ware, door een gekleurde bril naar die persoon (Vonc, 2012). Deze eerste indruk vormt zich volledig vanzelf, onbewust. Daarbij categoriseren we de ander snel en daar wordt onbewust een stereotype aan gekoppeld. Pas wanneer we de ander beter leren kennen kunnen we deze stereotypes en vooroordelen onderdrukken en de ander meer zien als individu. (Vonc, 2012) Op een platform met verschillende mensen is het zodoende van belang dat mensen beseffen dat ze vooroordelen hebben, weten dat ze door een gekleurde bril naar anderen kijken en tijd nemen om elkaar te leren kennen.

In zijn boek 'How To Reduce Prejudice' noemt James Pollard (2015) als oplossing voor vooroordelen, dat je een 'in-group kenmerk' moet zoeken bij de ander. Kijk wat je samenbindt. Wanneer je dat doet verdwijnen de verschillen naar de achtergrond. Hierdoor kun je beter in gesprek met de ander.

Hoewel je je niet moet laten leiden door de vooroordelen, is het wel interessant om samen in gesprek te gaan over de vooroordelen.



Liefdevol communiceren

Psycholoog Marshall B. Rosenberg (2003) schreef het boek 'Nonviolent communication' waarin hij onderwijst hoe je constructief communiceert. Één van de destructiefste zaken is 'moralistisch oordelen' waarbij je impliceert dat de ander, die andere normen heeft, verkeerd bezig is of slecht is. Hierdoor leg je de schuld voor zaken bij de ander. Vaak stoppen we mensen in hokjes en vakjes. Het classificeren en (ver)oordelen van mensen leidt tot geweld. In plaats daarvan moet je beseffen wat je voelt en nodig hebt. Je moet communiceren wat je verlangt en nodig hebt. Rosenberg adviseert daarnaast om de ander helemaal uit te laten spreken, om onze interesse te tonen. Wanneer je dat doet stelt de ander zich open en begint het gesprek. Het eerste bericht is vaak als de top van een ijsberg. Het wordt gevolgd door onuitgesproken, gerelateerde – vaak sterkere – gevoelens. (Rosenberg, 2003)

Rosenberg (2003) reikt het 'NVC Proces' aan, waarbij je aandacht schenkt aan:

- de concrete acties die je **waarneemt**, die je welzijn beïnvloeden
- hoe je je **voelt** aangaande wat je waarneemt
- de **behoeften**, waarden, verlangens die ten grondslag liggen aan je gevoelens
- de concrete acties die je **vraagt** om je leven te verrijken.

Het is een simpel rijtje, dat positieve invloed kan hebben, om constructieve reacties uit te lokken.



Framing: het is maar hoe je het bekijkt

Framing is een woord dat je in communicatie en in marketing geregeld tegenkomt. Wikipedia (z.d.) noemt het een overtuigingstechniek en zegt:

“De techniek bestaat eruit woorden en beelden zo te kiezen, dat daarbij impliciet een aantal aspecten van het beschrevene wordt uitgelicht. Deze uitgelichte aspecten helpen om een bepaalde lezing van het beschrevene of een mening daarover te propageren.” (par.1)

Onderzoeken tonen aan dat een kleine verandering in woordgebruik grote invloed kan hebben.

Het belang van de juiste context

Psycholoog Thomas Gilovich (1981) toonde door een klein experiment aan hoe groot het effect is van het veranderen van een paar woorden. Zestien deelnemers lazen een korte, hypothetische beschrijving van spanning tussen twee naties en besloten vervolgens of de Verenigde Staten actie zou moeten ondernemen. Sommigen lazen beschrijvingen, met termen als “Winston Churchill Hall”, “Blitzkrieg” en “FDR”, die deden denken aan de Tweede Wereldoorlog. Andere deelnemers lazen beschrijvingen met woorden als “Dean Rusk Hall”, “Chinook Helicopters” en “LBJ”, die deden denken aan de oorlog in Vietnam. Inhoudelijk veranderde er niets; alleen een paar woorden verschilden. Deze kleine veranderingen brachten de deelnemersgroepen er echter toe andere conclusies te trekken. Mensen in de Tweede Wereldoorlog groep vonden eerder dat de VS zou moeten ingrijpen dan de mensen uit de Vietnam groep. (Gilovich, 1981)

Een websitenaam is als de naam van een zaal. Je ziet door dit voorbeeld hoe belangrijk het is dat er goed wordt nagedacht over de naam, om de juiste toon te zetten. Levensbeschouwelijke thema's zijn precare onderwerpen. Die wil je in een omgeving met goede naam bespreken. Hier zal aandacht aan worden besteed.



Het beeld van religie

In het 'Handboek Jongeren en Religie' noemt godsdienstsociologe Monique Groeneboer (2010) dat de lading van de termen "*religie, geloof, levensbeschouwing, zingeving en kerk*" heel verschillend wordt ervaren door jongeren (p.109). Ze schrijft: "*Levensbeschouwing en zingeving werden positief gewaardeerd, terwijl religie en kerk een negatieve connotatie kregen*" (Groeneboer, 2010, p.109). Hieruit blijkt dat het van essentieel belang is hoe je zaken formuleert wanneer je jongeren wilt bereiken met geloofsgerelateerde artikelen: noem het levensbeschouwelijke content!

Groeneboer (2010) merkt daarnaast op dat in media vaak een negatief beeld wordt geschetst van religieuze instituten en van het geloof (p.214) en dat een groep jongeren meent dat religies, geloven en godsdiensten gewelddadig zijn (p.111). Deze beelden en vooroordelen wegnemen is van groot belang.

Er moet goed gelet worden op de termen die gebruikt worden in artikelen, publicaties en promotiemateriaal. Ook is een goede titel cruciaal. Aan deze zaken zal uitgebreider aandacht worden besteed in de conceptfase.



Marketing: delen is vermeerderen

Een boodschap of product komt niet zomaar onder de aandacht van mensen. Ook niet alle informatie die verspreid wordt, wordt onthouden. Laat staan gedeeld met anderen. We zagen in de verkenning over jongeren, dat ze graag onderling praten over relevante zaken en dat jongeren er alles aan doen om op de hoogte te zijn van zaken waar anderen het over gaan hebben. Je zou haast stellen: “Om te zorgen dat een jongere nadenkt en praat over geloofszaken, moet je er voor zorgen dat iedereen over levensbeschouwing praat”, zeker mensen in de naaste omgeving. Hoe zorg je dat content onder de aandacht komt? Ik deel de STEPPS methode van marketing professor Jonah Berger.

Content: stickiness en spreadability

In ‘Contagious: Why Things Catch On’, geeft Jonah Berger voorbeelden van ideeën en concepten die onder de aandacht komen. Hij onderzocht de overeenkomsten en ontdekte een patroon. Zodoende legt hij de STEPPS methode voor. Berger (2013) onderscheidt zes principes:

- **Sociale waarde:** mensen willen goed overkomen wanneer ze over je product of idee praten.
- **Triggers:** zorg dat mensen herinnert worden om over je product of content te praten.
- **Emoties:** zorg dat gevoelens worden opgewekt. Let wel op, want hoewel sommige emoties het delen vermeerderen, zorgen andere emoties voor een vermindering.
- **Publiek:** zorg dat zichtbaar is dat mensen je product gebruiken of idee aanhangen.
- **Praktische waarde:** zorg dat je content of product nuttig is.
- **‘Stories’:** zorg dat je idee of product in een verhaal verweven is, en dusdanig dat zonder jouw idee of product het verhaal niet verteld kan worden.

Dit zijn goede richtlijnen om te beoordelen of het concept van ‘de jongerenapp’ ‘sticky’ genoeg is en als check bij het schrijven van artikelen voor ‘de jongerenapp’.



‘The New York Times’ onderzocht in 2011 waarom mensen content delen. Zij kwamen ook met een vergelijkbaar lijstje van vijf redenen.

Mensen delen om:

- waardevolle en gemakkelijke content te delen met anderen.
- zich te onderscheiden
- in verbinding te staan met anderen
- zichzelf te verwezenlijken
- aandacht te schenken aan merken en goede-doelen (The New York Times, 2011).

Het onderzoek onderscheidde ook zes persoonlijkheidstypes:

- **Altruïsten** die aan anderen denken wanneer ze iets delen
- **‘Careerists’** die werkgerelateerde zaken delen
- **Hipsters** die delen over hun identiteit
- **‘Boomerangs’** die een indruk willen achterlaten en reacties verwachten op wat ze delen
- **Connectoren** die delen om in contact te staan
- **‘Selectives’** die content met specifieke mensen delen. (The New York Times, 2011)

Door deze kennis kun je op verschillende manieren, op verschillende momenten je ‘call to action’ aanpassen en inspelen op andere behoeften.

Behoeften en emoties spelen altijd een rol bij het delen. Jonah Berger merkt op dat sommige emoties wel leiden tot het delen van content en andere niet. Zaken waarvan mensen onder de indruk zijn worden veel gedeeld. Daarnaast worden artikelen die opwindend veroorzaken meer gedeeld. Droevige verhalen en verhalen die tevredenheid opwekken worden minder gedeeld. (Berger, 2013) Vaak wordt er (alleen) informatie gedeeld in campagnes, terwijl dat niet genoeg is. Het is belangrijk om ook emoties op te wekken door de boodschap.



Controversiële onderwerpen

Controversiële onderwerpen zorgen vaak ook voor opwinding, waardoor het interessant is (en kans op discussie vergroot), maar zorgen tegelijkertijd ook voor meer ongemak (wat de kans op discussie verkleint). Hoewel een lichte mate van controverse soms zorgt voor meer discussie, verlaagt een hoge mate van controverse de kans op discussie. Jonah Berger en Zoey Chen (2013) deden hier onderzoek naar. Hun resultaten staan in het onderzoeksverslag 'When, Why, and How Controversy Causes Conversation'. Ze ontdekt (Chen & Berger, 2013)en dat de mate van controverse invloed heeft op de kans op gesprek. Na een bepaald niveau van controverse, daalt de bereidheid hierover in gesprek te gaan. Mensen voelen zich dan ongemakkelijk. Er zijn echter twee factoren die meespelen om alsnog over zeer controversiële zaken in gesprek te gaan:

- Wanneer mensen online anoniem kunnen reageren worden ze niet gehinderd door ongemak. Zodoende gaan ze wel in gesprek over controversiële onderwerpen.
- Wanneer mensen met bekenden spreken ervaren ze ook geen ongemak, waardoor controversiële onderwerpen besproken worden. (Chen & Berger, 2013)

Gezien levensbeschouwelijke onderwerpen vaak controversieel zijn – omdat er sterke tegenhangende meningen over zijn – is het belangrijk te onderzoeken hoe je dan alsnog erover in gesprek kunt gaan. Anonimiteit is een oplossing, als het platform dit toestaat. Een andere optie is een gesprek tussen vrienden faciliteren.

Na het grondig bestuderen van de verdere resultaten van het onderzoek kom ik tot een “schaduwidentiteit” concept: je bent anoniem, behalve voor je vrienden. Die zien dat jij het bent! Dit is een ‘feature’ die je per artikel beschikbaar zou kunnen stellen.



Engagement: community building

Om mensen blijvend te laten participeren op een site is het belangrijk om te werken aan de community opbouw.

Om hier meer over te leren volgde ik een Frankwatching-training bij Kirsten Wagenaar, een ervaren communitymanager en oprichtster van de 'Vereniging Community Management NL'. Kirsten Wagenaar (persoonlijke communicatie, 17 mei 2016) definieert communities als:

“On- en offline platform(en) waar mensen met gemeenschappelijke interesses regelmatig bij elkaar komen om met elkaar te ‘praten’, ervaringen te delen en/of dingen te doen. Leden hebben onderlinge relaties gebaseerd op vertrouwen.”

Zelf geloof ik dat de betrokken mensen de community zijn. Voor het werk dat nodig is om een communitysite van de grond te krijgen en draaiende te houden doet dit verschil in definitie er verder niet toe. Belangrijk is dat het gaat om mensen met eenzelfde doel, dat er gepraat wordt, dat er regelmaat is en dat er vertrouwen is.

Om een goede community rondom 'de jongerenapp' te vormen moet er een duidelijk doel gecommuniceerd worden. Dit wordt in de conceptfase gedefinieerd.

Communityleden

Wagenaar (persoonlijke communicatie, 17 mei 2016) noemt dat de communityleden komen:

- voor plezier
- om in contact te blijven
- om informatie te verzamelen
- om nieuwe contacten aan te gaan
- om ergens bij te horen
- voor zelfexpressie
- voor sociale status
- om altruïstische redenen.

Eén leus die telkens terugkomt is: “mensen komen voor mensen”.



Het is van belang dat de leden aandacht krijgen en zich onderling verbonden voelen. Dit is ook standaard een behoefte van jongeren. Ze willen ergens bij horen.

Een ander punt wat regelmatig de revue passeerde is het belang van goede en duidelijke community regels.

Community regels

Communityregels heb je in allerlei soorten en maten. De suggestie van Wagenaar is om te kijken naar de forumregels van HigherLevel.nl. Die zijn duidelijk en ze geven goede voorbeelden van wat ze wel en niet toestaan (Higherlevel.nl, z.d.).

Ook het platform This heeft duidelijke regels, die goed zijn omschreven. Ik citeer graag twee zinnnetjes uit de 'guidelines' van This:

"To put it plainly – if you're an asshole, we'll kick you off the site." (z.d., par.27) "If you don't like these rules, feel free to create your own platform! There are a lot of awesome, simple ways to do that. That's what's so lovely about the internet." (z.d., par.30)

De 'tone of voice' van het eerste citaat is net wat te grof voor 'de jongerenapp', maar deze principes kunnen zeker gecommuniceerd worden, na een nieuwe formulatie.



Gamification als motivatietool

Gamification is het toepassen van spelelementen buiten spelomgevingen. Vaak wordt er minder nauw met de term omgegaan en wordt het gebruikt voor alle spellen die 'niet commercieel' zijn.

Connaisseur Kevin Werbach schreef in '(Re)Defining Gamification: A Process Approach' dat gamification een vorm van 'persuasive design' is aangezien het gedrag probeert te veranderen (2014). Hier beschrijf ik hoe gamification gebruikt kan worden voor gedragsverandering en het motiveren van jongeren.

Pedagoog Sem van Geffen zet zich in om meer gamification technieken op scholen toe te passen. In zijn 'Gids voor Gamification' staan tips voor intrinsieke motivatie. Ter introductie zegt hij:

Sleutel tot succes is het intappen op de intrinsieke motivatie van spelers. Pas de Self Determination Theory toe: Laat ze autonomie ervaren, zorg dat ze competentie bij zichzelf ontdekken en zorg dat ze in het spelconcept relaties met elkaar kunnen aangaan en benutten. (Geffen, 2016, p.25)

De tips van Sem van Geffen (2016) zijn:

- **Bouw keuzevrijheid in:** laat de jongeren zelf een onderwerp kiezen
- **Bouw bewegingsvrijheid in:** geef ruimte om volgorde van taken te bepalen
- **Zet badges in als symbool van groei/ontwikkeling:** laat het mijlpalen zijn
- **Functionele beloning:** geef beloningen die weer (in het spel) ingezet kunnen worden
- **Maak gebruik van een skill tree:** dit is een visueel overzicht van de te kiezen bonussen. (p.25)

Wanneer je jongeren laat zien dat ze steeds competenter worden, worden ze gemotiveerd. Ook de mogelijkheid om zelf een pad te volgen, vinden jongeren fijn. Ze zijn sowieso nog aan het zoeken naar hun identiteit. Deze aspecten kunnen zeker verwerkt worden in 'de jongerenapp'. Daarnaast zijn gamified concepten ook gewoon leuk voor jongeren :-)



Bestaande sites

In dit deel van de verkenning breng ik enkele sites kort onder de aandacht.

Maatschappelijk dialoog

Weinig platforms bieden een goede plek om in gesprek te gaan over maatschappelijke onderwerpen. Eén initiatief dat ik tegenkwam licht ik uit.

DialogueDigit.al

Ex-politica Wassila Hachchi miste een plek op het internet waar mensen van verschillende komaf met elkaar in dialoog kunnen gaan. Ze merkte op dat sociale media niet zijn ontworpen voor dialoog. Zodoende richtte ze Dialoguedigit.al op. Hier kunnen mensen reageren op aangedragen stellingen. Het motto daarbij is "Listen Think Speak". Wassila Hachchi sprak er vol passie over op de TEDxAmsterdamWomen 2015. De site is op/sinds 18 juni 2016 echter niet te bereiken.

Toen ik in april 2016 keek waren er ongeveer 2000 aangemelde leden. In twee jaar tijd waren er veel stellingen geplaatst. Gemiddeld één per week. Gemiddeld waren er zes reacties op een stelling.

Het mooie aan het systeem was dat de reacties richttext opties boden, inclusief het kunnen embedden van filmpjes. Ook alle social media deelknoppen waren aanwezig. Hoewel het bedoeld was als communityplatform miste ik echter dat gevoel. Er was niet eens een 'persoon' die me verwelkomde. Een animatie video liet wel duidelijk het doel van de site zien.

Wat ik hieruit leer is dat de verwelkoming van een nieuwe gebruiker van essentieel belang is om een communitygevoel te creëren.

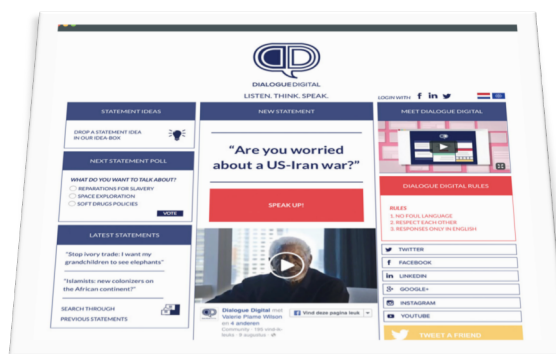


Figure 1 - Dialoguedigit.al



Verkenning van religieuze sites

Er zijn veel sites met een christelijke signatuur. Iedere site heeft een bepaalde niche die aangesproken wordt. Ik beschrijf eerst twee sites die bestemd zijn voor jongeren, vervolgens passeren enkele andere de revue.

Beam

Beam is het jongerenmerk van de Evangelische Omroep. Het Beam-team doet veel offline en online. Online, zijn ze onder andere actief op hun site www.eo.nl/beam. Op deze site zijn filmpjes en artikelen te zien en te lezen over het geloof en het dagelijkse leven. De site wordt goed bezocht en de artikelen goed gelezen. Er zijn echter maar weinig reacties op de site zelf. Gemiddeld zijn er twee à drie reacties. Enkel op prikkelende artikelen komen er meer dan tien reacties. Een kerstartikel getiteld *"Ik ben christen en vier geen kerst"* kreeg 119 reacties, in 2015 (Opgelder). Maar in de eerste helft van 2016 was het record aan reacties op een artikel 21. Bij de meeste artikelen staat ook niet de vraag om te reageren.

Refoweb

Een andere site voor christelijke jongeren is Refoweb.nl. Deze heeft een specifieke doelgroep, namelijk de meer reformatorische, orthodoxe jongeren. De site heeft een nieuwsrubriek met (kerkelijke) actualiteiten. Daarnaast heeft de site een vragenrubriek, waar lezersvragen beantwoord worden door één van de met zorg geselecteerde deskundigen. In het archief staan ruim 14.000 vragen met antwoord. De artikelen hebben meestal géén reacties. Wordt er wel gereageerd, dan zijn er al snel meer dan tien reacties. In de eerste helft van 2016 had een prikkelend artikel 44 reacties. Tevens is er Dwars; een rubriek met columns. Ook hier varieert het aantal reacties. De site heeft ook een forum. Fancy ziet het er niet uit, maar het functioneert wel.

CIP

Het Christelijk Informatie Platform biedt nieuws aan uit verschillende hoeken. CIP.nl heeft ruim 120.000 maandelijkse bezoekers (CIP, z.d.). De artikelen krijgen al snel meer dan tien reacties. Sommige reageerders zie je vaker terugkomen bij de discussies rondom prikkelende artikelen. De



reacties zijn van het niveau 'dit vind ik' en 'dat moet jij niet vinden'. De redactieleden van CIP hebben op basis van hun ervaring zeven schrijftips voor artikelen: kies voor een ijzersterke kop, zorg ervoor dat mensen je verhaal kunnen volgen, zorg dat mensen willen blijven lezen, vertel verhalen, voorkom clichés, inspireer, wees behulpzaam (CIP, 2015). Dat is hun beoogde redactieformule.

Candle

Candle, klinkt als blendle en kindle. De Candle redactie leest 25 verschillende christelijke bladen, kiest de interessantste artikelen, digitaliseert die en publiceert die op het platform Candle.nu. Het initiatief is door middel van crowdfunding tot stand gekomen. Nu hebben leden voor nog geen 3 euro per maand toegang tot een diverse selectie aan goede artikelen. Het platform biedt niet de mogelijkheid om te reageren op artikelen. Hierdoor vermijden ze moderatiekosten.

Jouwspiritualiteit.nl

Jouwspiritualiteit.nl is een initiatief van de EO. Voor het 'Handboek kerk en internet' interviewde internettheoloog Eric van den Berg mediamaker Ronald van den Oever. Op de vraag "Waarom is Jouwspiritualiteit succesvol? Wat is de kracht van het initiatief?" antwoordt Ronald van den Oever:

"Met Jouwspiritualiteit.nl willen wij zo laagdrempelig mogelijk zijn. We willen hierbij niet vanuit de theorie informatie geven, maar mensen stimuleren tot een persoonlijke weg. Via de spiritualiteitwijzer op de site, kunnen gebruikers een indruk krijgen van een persoonlijk profiel met spirituele talen. Met één klik bekijk je een passend filmpje met info of verhalen of lees je een tekst met de omschrijving van de talen." (in Berg, 2011, p.155)

Dit is een innovatieve manier om mensen over hun spiritualiteit na te laten denken.



Conclusies om mee verder te gaan

Stakeholders

Uit deze verkenning concludeer ik dat ik een aantal verschillende stakeholders heb.

Mijn doelgroep bestaat uit jongeren die interesse tonen in levensbeschouwing in verschillende levensfasen.

Degenen die 'de jongerenapp' onder de aandacht kunnen brengen en als handvat kunnen gebruiken, zijn:

- docenten levensbeschouwing, maatschappijleer, burgerschapsvorming en mediawijsheid
- jongerenwerkers waaronder 'catecheten' (godsdienstonderwijzers)

Communitysites rondom andere onderwerpen kunnen de inzichten uit dit onderzoek ook gebruiken.

De kansen samengevat

'De jongerenapp' dient een veilige omgeving te bieden voor jongeren om te reageren. Als mensen zich op hun gemak voelen, zijn ze bereid over moeilijke onderwerpen te praten.

Uit de onderzoeken blijkt dat een juiste houding van groot belang is om een goede dialoog op gang te brengen. Ook merken we de invloed van woordkeuzes. Daarnaast zien we dat emotie-oproepende en nuttige artikelen meer gedeeld en besproken worden.

Je ontdekt in het komende deel van dit verslag hoe 'Spector', het artefact, ontstaan is. Het vervolg van dit verslag beschrijft het empirisch onderzoek dat aan 'Spector' ten grondslag ligt. Tijdens dit onderzoeksproces heb ik bedachte concepten getoetst, bijgeschaafd, herevalueerd, aangevuld en opnieuw getoetst.



Resultaten: iteraties

Empirisch onderzoek

Door middel van empirisch onderzoek is onderzocht wat voor artefact jongeren kan faciliteren om online een dialoog te voeren over levensbeschouwelijke thema's.

Mijn gesignaleerde 'design gap' is:

Er is geen platform voor christelijke jongeren dat een reactiemogelijkheid biedt welke hen stimuleert om een dialoog te voeren over levensbeschouwelijke thema's.

De gewenste uitkomst van mijn onderzoek is een speciaal ontworpen dialoogsysteem dat jongeren faciliteert om over levensbeschouwelijke artikelen in gesprek te gaan.

Hoe het artefact is ontstaan en er uiteindelijk uitziet, staat in dit deel van het verslag beschreven. Ik laat zien hoe ik op basis van bestaande kennis een 'nieuwe wereld' maak.

Bij het onderzoek zijn de stappen van Robert Curedale gevolgd, die beschreven staan in het boek 'Design Research Methods' (2013a, p.19).

De gebruikte onderzoeksmethoden staan beschreven in 'Design Thinking: process and methods manual' (Curedale, 2013b) en in 'Design Research Methods: 150 ways to inform design' (Curedale, 2013a).



Gebruikte onderzoeksmethoden, toegelicht

Terminologie	Toelichting
Related context	Ook wel 'analogisch denken' genoemd: je kijkt naar andere sectoren en onderzoekt hoe zij een probleem aanpakken. (Curedale, 2013b, p.344)
Bloemassociatie	Brainwriting techniek: een woord wordt in het midden van een vel papier gezet. Bij dit woord worden associaties bedacht. (Brainstormsessie.net, z.d.)
Mindmapping	Er wordt een diagram gemaakt, die de relatie tussen verschillende ideeën toont (Curedale, 2013b, p.282).
'Inspiration in new places'	Er wordt in verschillende domeinen gezocht naar inspirerende nieuwe ideeën en invalshoeken (Curedale, 2013b, p.48; p.125).
Woordassociaties	Curedale (2013b) noemt dit 'semantic intuition': je combineert woorden die gerelateerd zijn aan het concept en bedenkt daar nieuwe concepten bij (p.350).
Brainwriting	Met brainwriting schrijf je je gedachten tijdens het brainstormen op, in plaats van het uit te spreken (Curedale, 2013b, p.321).
Collage	Door middel van een verzameling afbeeldingen en foto's wordt een context beschreven of een idee gepresenteerd (Curedale, 2013a, p.75).
Schetsen	Door het snel en klein schetsen van ideeën en ontwerpen genereer je veel mogelijkheden om nader te onderzoeken (Curedale, 2013b, p.356).
Guerilla ethnography	Er wordt input/feedback gevraagd van één of van een paar individuen met het verzoek op korte termijn te reageren (Curedale, 2013b, p.46).
'Man in the street interview'	Bij een 'man in the street interview' wordt iemand spontaan geïnterviewd (Curedale, 2013b, p.241).

Terminologie	Toelichting
--------------	-------------



Triangulation	Dit is een soort cross-check: je vergelijkt de resultaten afkomstig van onderzoeken met verschillende methoden (Curedale, 2013b, p.277).
Persoonlijke bevindingen	Curedale (2013b) noemt dit 'auto ethnography': je onderzoekt eigen, persoonlijke ervaringen (p.204).
Interview per e-mail	Interviewvragen worden per mail gesteld (Curedale, 2013b, p.237).
Telefonisch interview	Het interview vindt telefonisch plaats (Curedale, 2013b, p.247).
Één-op-één interview	Het interview vindt face to face plaats (Curedale, 2013b, p.243).
GameStorm	Gamestorming techniek van Bart Hufen (persoonlijke communicatie [training], 18 mei 2016) waarbij je middels brainstorming en het bekijken van gamemechanicskaarten komt tot een gamification concept.
'Fly-on-the-wall'	De onderzoeker is aanwezig tijdens het onderzoek maar interacteert niet met de deelnemer en stelt zich onopvallend op (Curedale, 2013b, p.228).
'Appearance prototype'	Dit is een prototype, dat er (bijna) uit ziet als het eindproduct, maar technisch niet overeenkomt. Een 'appearance prototype' is sneller te maken en aan te passen. (Curedale, 2013b, p.360)



Diep nadenken

Welke concepten zijn er te bedenken om online gesprekken over levensbeschouwing aan te wakkeren?

Middels exploratief onderzoek, analogisch denken, bloemassociaties, mindmaps, 'inspiration in new places', woordassociaties en brainwriting is nagedacht over mogelijke concepten.

De volgende tabel bevat een greep uit de bedachte conceptideeën.

Idee	Omschrijving / Opmerking
epistemology	Alles wat te maken heeft met "hoe" je 'denken' tot stand is gekomen
reacties respectvol maken	onderzoeken wat nodig is (design, copy, ...) om respectvolle reacties te krijgen en 'trollen' tegen te gaan.
reacties "3Q" maken	reacties laten voldoen aan 3 specifieke vragen (3 questions)
CrowdBible	welke Bijbelteksten passen bij dit artikel? / welke artikelen passen bij deze Bijbeltekst?
2nd Opinions	Bijbelse reacties op content
Biblians	Reacties/Profielen van Bijbelse Personages
Bibl'events	Bijbelse gebeurtenissen / geschiedenis
OpenBijbel toolbar	een toolbar die 'Bijbelteksten' inline toont op andere sites
Zitzinin	Is er op een objectieve manier gekeken naar een onderwerp? Is er een goede balans in de geciteerde Bijbelteksten?
Zitmeerin	Zijn er Bijbelteksten genoemd?
Levensbeschouwelijk Profiel	Vul je 'levensbeschouwelijk profiel in
Profilation	Klopt je 'profilering' met hoe mensen jou aanschouwen?



Idee	Omschrijving / Opmerking
Wordclouds	Welke woorden van betekenis komen het meest voor?
Infographic	Hier is 'human interaction' bij nodig wss. Zodoende niet makkelijk.
Experts	Wie zijn per categorie de experts?
Categorieën	Welke categorieën zijn te definiëren
Punten	Triggers leveren specifieke punten op
Litteral Text Gamification	Tekst veranderen in een 'parcours' voor een spel
Triggering / Zitwatin	Als je vindt dat een artikel 'meerwaarde' heeft (faith trigger)
Nieuws = gekleurd	De gekleurdheid van nieuwsartikelen aan het licht brengen
BIAS	lijkt op zitwatin, maar heeft ook te maken met 'seculiere' teksten
Related Data	Extra Cijfers gebaseerd op 'ongenoemde' cijfers in het huidige artikel. Heeft invloed op de "bias-score"
Triggers / hot-words	woorden die triggeren
Zitwatin!? (Deel knop)	Zitwatin voor jou / zitwatin volgens mij / wat vind jij? — Zitwatin?!
Mijn theme	zo veel mogelijk in een "mijn" sfeer : denk aan "data-mining", "jewels" en dergelijke
Spiritjuweel.nl / spiritjewel.online	woordspeling met spiritualiteit. Eventueel als platform gebruiken om "zweverige" reacties te scheiden van iets 'nuchtere' ?
Gestures	innovatieve/specifieke gestures om "knoppen" te vervangen
Help in your journey	een hulp/tool op je spirituele reis
Consequences	if this than that: daden/gedachten doortrekken naar het uiterste en kijken waar het naar leidt (dood/leven)
Drawception	dmv tekeningen zienswijzes onder de aandacht brengen



Idee	Omschrijving / Opmerking
Perspective	manier om "religieus profiel" samen te stellen.
Niet het artikel maar de comments	De comments hebben meer waarde als het artikel (aangezien die al elders staat)
Spirit'ometer	Hoe is je geestelijke gemoedstoestand nu/vandaag
Klout	Social Influence
dialogoog vs discussie	Socrates / Aristoteles / Plato — rede vs 'gevoel' / openheid / ervaring
credibility = betrouwbaarheid	Hoe weet ik dat wat ik lees correct is? (niet gekleurd oa.)
information quality = kwaliteit	Is er voldoende info, of zijn er rijkere bronnen?
Crawling & mining	webcrawling - most spoken of in social media: >> recommendations of articles from much smaller sites (that are relevant) easy way to select keywords (that are then added to your keyword list, which gets searched for)
Tool for research	Tool voor verdieping, voor ontdekking
Vind meer in...	relevante aanvullende artikelen
Outside the Bubble	>> artikelen worden aangevuld met relevante artikelen met het tegenovergestelde standpunt! <<<< HOW the hack ga je dat doen? Broaden the horizon / beyond the surface / dig deeper / dirt
Social Network	
Social Bookmarking	
Social Media	



Idee	Omschrijving / Opmerking
Aggregation	
Curation	(by the people)
Onion (opinion) (very bad pun)	
Drogredenen herkennen en alert	
MyResearchQuest MySearchRequest	Aardvark achtig zie: https://en.wikipedia.org/wiki/Aardvark_(search_engine) Quest for the truth / crowdsourced / factChecking
	goud in handen als je "dirt" via een "bot" kunt wegfilteren
	hoe ga ik mijn Bot noemen? wat voor 'robots' vind je in mijnen?

De concepten zijn te bundelen in de concepten:

- **PerceptionApp:** die jongeren helpt bij het analyseren van artikelen, en het zoeken naar vooroordelen en 'hot-words'
- **CrowdBible:** die jongeren laat nadenken over de koppeling tussen actuele gebeurtenissen en Bijbelverhalen
- **Spirit'ometer:** die jongeren vraagt hoe hun 'mood' is
- **Zitwat.in:** een social bookmarking concept waar jongeren vertellen wat zij waardevol vinden in een artikel.

Gekozen is om Zitwat.in uit te werken, omdat het reactiesysteem hierin een belangrijke rol speelt.

> Meer concepten, schetsen, mindmaps en logs staan in 'Bijlage 1'.



Zit wat in

Welke waarden moet Zitwat.in uitdragen?

Om tot waarden te komen die Zitwat.in moet uitdragen is gekeken naar literatuur en door middel van bloemassociaties is hier op voortgeborduurd. Daarnaast heeft brainwriting geholpen om de ideeën verder uit te diepen.

> De vele resultaten vind je in 'Bijlage 2'.

Zitwat.in moet een site zijn die openheid, respect en veiligheid uitstraalt. Mensen moeten onbevooroordeeld komen en niet hun gelijk komen halen. 'Soshin' is een interessante term, die echter onbekend is. Zodoende wordt 'onbevangenheid' een kernwaarde.

Mensen met verschillende overtuigingen zijn welkom.

Er wordt vooral geluisterd. Vragen zijn belangrijker dan antwoorden.

"Punten worden veranderd in komma's."

Er wordt gezocht naar constructieve bijdragen.

Er is aandacht voor toegevoegde waarde!

Welk logo of beeldmerk straalt het gedachtegoed van Zitwat.in uit?

Eerst heb ik door middel van bloemassociaties bedacht wat voor logo zou passen bij Zitwat.in. Ik heb nagedacht over de vraag "waar haal je iets uit?". Daarnaast was een eis dat het logo veelkleurig zou moeten zijn, omdat dit een kernwaarde is. Zou er iets van 'social bookmarking' in terug moeten komen? Ook de metafoor van een ui, die men laagje voor laagje pelt om tot de kern te komen, passeerde de revue. Het topje van een ijsberg symboliseert dat er veel onzichtbaar is. En 'toegevoegde waarde' kan in de vorm van een diamant. Daarnaast heeft een diamant meerdere facetten. Genoeg inspiratie om te ontwerpen.



Door het maken van collages en door veel te schetsen kwam ik tot verschillende ontwerpen voor een logo. Door 'guerilla ethnography' toetste ik of de logo's het gewenste effect hadden.

Uiteindelijk focuste ik me op het aspect van de dialoog en kwam de tekstwolk in combinatie met een diamant tot stand. Verschillende versies werden gepresenteerd en getoetst, bijgeschaafd en opnieuw getoetst.

Nu is het logo van Zitwat.in af!



Hier kan mee gespeeld worden (met een eerdere iteratie).



> Andere collages en ontwerpen staan in 'Bijlage 3'.



Wat is goede content voor op Zitwat.in?

In de verkenning is aandacht besteed aan 'sticky' en 'shareable' content. Zodoende neem ik uit de literatuur de volgende punten mee: de content moet sociale waarde hebben, triggerend zijn, emoties oproepen, deelbaar zijn, praktische waarde hebben en een goed verhaal bevatten.

In een 'related context' onderzoek ontdekte ik dat Frankwatching een lijst heeft opgesteld met 25 tips voor content. Zie:

<https://www.frankwatching.com/archive/2016/05/16/verrassen-met-content-25-benaderingen/>

Daarnaast heb ik een 'related context' onderzoek uitgevoerd door te kijken naar andere levensbeschouwelijke sites. Ik onderzocht welke thema's daar aan bod komen en prikkelen. Ik heb me ook laten inspireren door een 'man in the street interview'. Daarna is 'triangulation' toegepast om de belangrijkste thema's over te houden.

Uiteindelijk kwam ik met volgende thema's: vergeving, oordelen, depressie, evolutie, seksualiteit, homoseksualiteit, familie-ruzie, teleurstelling, wil van God, goed vaderschap, gehoorzaamheid / radicaliteit / onbezonnenheid / impulsiviteit, zending, eenheid / verscheidenheid, doop, Heilige Geest, wonderen, gaven, Buddhisme, ietsisme, lego-geloof, neuroplasticiteit, eten, vluchtelingen, infobesitas en rijke christenen.

Bij de meeste van deze thema's zijn artikelen gezocht, die nu op Zitwat.in staan.

> Een lijst van de artikelen is te vinden in 'Bijlage 4'.

Hoe zorg je dat er gepraat wordt over controversiële onderwerpen?

Uit een onderzoek van de marketingprofessoren Chen en Berger (2013), wat in de verkenning aan bod is gekomen, blijkt dat mensen zich op hun gemak moeten voelen om over controversiële onderwerpen te praten. Het belang van een veilige omgeving, staat ook in de kernwaarden van zitwat.in.

Er zal worden gezocht naar manieren om de veiligheid te waarborgen.



Wat zijn de community-richtlijnen?

Door middel van een 'related context' onderzoek is onderzocht hoe de community richtlijnen moeten worden geformuleerd.

In de community richtlijnen moet duidelijk naar voren komen dat er respectvol gecommuniceerd moet worden.

Uit 'secondary research' en uit eigen ervaring blijkt echter dat er niet snel wordt geklikt op de community richtlijnen.

Zodoende moet er worden onderzocht hoe de richtlijnen van Zitwat.in alsnog duidelijk gecommuniceerd kunnen worden.

Welke houding moeten moderators hebben?

In de verkenning is aandacht besteed aan 'motiverend coachen'. Deze inzichten dienen toegepast te worden door de moderators. Zij moeten niet hún waarden opdringen, maar goede vragen stellen en de jongere helpen om kritischer na te denken en wijzer te reageren.



Open oren, ogen en houding

Hoe ervaren (christelijke) sites de reactiemogelijkheid?

Om erachter te komen hoe andere sites tegen de reactiemogelijkheid die ze wel of niet bieden aankijken, heb ik verschillende (eind)redacteuren een e-mail gestuurd met interviewvragen.

Sommigen reageerden op de vragen per e-mail, anderen vroegen om een telefonisch interview. Ook heb ik enkele één-op-één interviews gehouden.

> De reacties staan in 'Bijlage 5'.

Na 'triangulation' kon ik concluderen dat :

- indien er een reactiemogelijkheid is, dit goed gemodereerd wordt en tijd kost van de redactie
- er tussen de reacties meestal niet veel waardevolle bijdragen zitten
- de reactiemogelijkheid wel wordt geboden als service voor de lezer
- er behoefte is aan een reactiesysteem die het moeilijk maakt voor reaguurders om te reageren.

Voorlopig houden BEAM, CIP en Refoweb hun reactiemogelijkheid. Het ND heeft een andere vorm gekozen voor lezersbijdragen.

Uit mijn interview met Tineke van der Velde (persoonlijke communicatie, 21 april 2016), manager van de afdeling Nieuwe Media bij de EO, citeer ik één zin:

"Hoe voorkomen we het rioolgehalte van comments?"



Hoe doen zij dat nou? Waar zit het 'succes' van de Correspondent?

Door middel van deskresearch onderzocht ik welke platforms veel constructieve bijdragen hebben. Ik belandde bij 'De Correspondent'. Mijn deskresearch ging verder door te analyseren welke elementen uniek zijn aan decorrespondent.nl

Ten eerste kun je op decorrespondent.nl alleen reageren wanneer je betalend lid bent. Dit is een grote drempel voor voorbijgaande reaguurders.

Ten tweede zijn de leden van decorrespondent.nl redelijk 'elitair'. Dit betekent niet dat ze niet onbeschoft kunnen zijn, maar wel dat ze waarschijnlijk door hun scholing hebben geleerd, dat "ieder zijn eigen mening" mag hebben en open staan voor kritiek en feedback.

Ten derde is de redactieformule dat elk artikel wordt 'afgesloten' met een 'oproep'. Beter gezegd: het reageren wordt ingeleid met een 'oproep'. Hierdoor weten de lezers wat voor reactie van hun verwacht wordt en hoe ze bij kunnen dragen aan het gesprek.

Ten vierde mengt de schrijver zich (minstens) een dag lang in het gesprek dat in het reactiedeel plaatsvindt. Dit is uniek voor een journalistiek platform.

Er zijn meer bijzonderheden te noemen, maar tot slot: bij het reactieveld staat een extra veld waarin je je 'expertise' kunt invullen. Per keer kun je een andere expertise kiezen. Hierdoor weten anderen vanuit welke invalshoek wordt bijgedragen.

Zitwat.in is een gratis platform voor jongeren met verschillende achtergronden. Het streven van dit onderzoek is om het platform te laten functioneren zonder betaalde moderator. Zodoende neem ik elementen twee en vijf mee: de 'oproep' en het 'expertiseveldje'. Het succes van een oproep wordt ook benoemd in analyses van Amerikaanse mediamakers.

Ter afsluiting van elk artikel op Zitwat.in moet er een vraag komen om over in gesprek te gaan.

Het reactieveld moet aangevuld worden met meer 'metadata' over de bijdrager.



Welke soorten commentingmogelijkheden zijn er?

Voor een 'related context' onderzoek is gekeken naar sites en apps die annotatie- en reactiemogelijkheden bieden.

Er is gekeken naar Bijbelapps, Kindle, Medium en PDF-annotatietools. Deze bieden allemaal de mogelijkheid om inline te commenten. Het nadeel hiervan is echter dat er dan gefocust wordt op één zin of passage. De context wordt dan niet altijd meegenomen, terwijl dat belangrijk is voor een inhoudelijke discussie. Zodoende besloot ik de traditionele presentatie te hanteren met het reactiedeel onderaan een artikel.

Kun je de reactiemogelijkheid beter onder de eerdere reacties zetten, of erboven – als je wilt dat er op elkaar gereageerd wordt?

Om een antwoord te vinden op de vraag waar de reactiemogelijkheid het best kan staan als je wilt dat er op elkaar gereageerd wordt, zocht ik door middel van deskresearch naar relevante onderzoeksartikelen. Ik vond een thesis op het gebied van informatie architectuur getiteld 'Designing for Dialogue' van André Mabande (2010). Hij onderzocht of de locatie van de reactiemogelijkheid, de sortering van de reacties en threading de reacties beïnvloeden.

Mabande concludeert dat, om onderling dialoog te bevorderen:

- de reacties chronologisch gesorteerd moeten worden, met de oudste bovenaan
- het geen probleem is als er dertig reacties onder elkaar staan (in plaats van gepagineerd)
- de reactiemogelijkheid onderin moet staan.

Hij merkt ook op dat threading vaak leidt tot herhaling van discussies (Mabande, 2010).

Bij Zitwat.in wordt de reactiemogelijkheid onder de andere reacties aangeboden, waarbij de oudste reactie bovenaan staat. De threading mogelijkheid wordt wel aangeboden.



Openbaringen

Hoe zorg je dat er respectvol gereageerd wordt?

Gedragswetenschappers hebben al vele onderzoeken gedaan naar kritische succesfactoren om sociaalwenselijk gedrag te stimuleren.

In 2008 schreven de psychologen Noah J. Goldstein, Steve J. Martin en Robert B. Cialdini het boek 'Overtuigingskracht'. Hierin noemen ze enkele factoren die sociaalwenselijk gedrag bevorderen:

- zorg dat mensen een (letterlijke) spiegel voorgehouden wordt
- als dit niet kan (zoals in een online omgeving), zorg dan dat mensen ogen zien
- vraag mensen naar hun naam

Je kunt dus een respectvolle omgeving creëren door te zorgen voor afbeeldingen van mensen, en mensen niet de kans geven anoniem te reageren. Hier zal ik zeker aandacht aan besteden in een volgende iteratie. Als het niet mogelijk is afbeeldingen van mensen te tonen, zorg dan in ieder geval wel voor ogen. In de verkenning kwam ook naar voren dat 'oogcontact' van groot belang is voor sociaalwenselijk gedrag (zie het kopje 'digital disinhibition').

In 2014 schreven Goldstein, Martin en Cialdini nog een boek: 'Klein Groot: Kleine veranderingen met grote invloeden'. Ook hierin staat een inzicht dat grote invloed kan hebben op gedrag: als je de naam van iemand noemt, reageert hij socialer (Goldstein, Martin & Cialdini, 2014).

In het boek 'Crucial Conversations' van sociaalwetenschappers Kerry Patterson, Joseph Grenny, Ron McMillan en Al Switzler (2011) wordt genoemd dat respect tot stand komt door naar onderlinge overeenkomsten te kijken. Ook James Pollard noemt dit in zijn boek 'How To Reduce Prejudice' (2015).

Het ontwerp moet er voor zorgen dat mensen zich focussen op onderlinge overeenkomsten, op punten van herkenning.

Psycholoog Susan M. Weinschenk is ook een ervaren gedragswetenschapper. Ze heeft meerdere boeken geschreven, waaronder 'How



to Get People to Do Stuff'. Hierin noemt ze enkele zaken, die sociaalwenselijk gedrag bevorderen, die bij Zitwat.in toe te passen zijn:

- zorg dat mensen je stem horen om ze te beïnvloeden
- zorg dat mensen worden aangesproken door bekenden
- zorg dat er overeenkomsten zijn
- warme koffie zorgt voor warme gevoelens
- een 'zelfstandig naamwoord' heeft meer effect dan een werkwoord (voorbeeld: "ik ben een chocolade-eter" beïnvloed meer dan "ik eet chocola")
- zorg dat tekst moeilijk leesbaar is als je wilt dat ze meer nadenken over de tekst en het beter analyseren, voordat ze reageren
- stimuleer het verlangen naar meesterschap als je wilt dat mensen iets moeilijks doen. (Weinschenk, 2013)

Aangezien het doel van Zitwat.in is om mensen na te laten denken voordat ze reageren, is "zorg voor moeilijk leesbare tekst" een relevant inzicht.

Dit kan door:

- een moeilijk leesbaar lettertype
- onduidelijke tekst
- ingewikkelde tekst

De boodschap in de teksten op Zitwat.in moet wel duidelijk zijn. Daarom zal ik kijken naar de toepassing van 'ingewikkelde tekst'.

Leiderschapscoach Marshall Goldsmith schreef in 2015 samen met Mark Reiter het boek 'Triggers'. Hierin noemt hij een anekdote die relevant is voor dit onderzoek. Goldsmith organiseerde een etentje voor een groep leiders die hij coachte. Hij vroeg de groep om te beloven dat ze elkaar tijdens de gesprekken niet zouden onderbreken en geen veroordelende uitspraken zouden doen. Een boete van 20 dollar per keer stond er tegenover. Iedereen ging akkoord. Marshall Goldsmith (2015) geeft aan:

- er was een plan
- ze beloofden zich eraan te houden
- ze hoefden het maar 3 uur vol te houden
- er was een financiële straf
- ze werden gewaarschuwd dat ze waarschijnlijk zouden falen
- de opdracht was mogelijk

Iedereen was welwillend en had genoeg redenen om zich aan de belofte te houden. Toch braken zestien van de zeventien deelnemers hun belofte; meerdere malen. De enige die niet zijn belofte brak, had op een kaartje de



‘opdracht’ geschreven, en deze in zijn zicht neergezet. (Goldsmith & Reiter, 2015)

In het ontwerp van Zitwat.in moet de ‘opdracht’ altijd duidelijk zichtbaar zijn voor de bezoekers.



Open ogen

Hoe kun je ogen op een niet storende manier verwerken in het design?

Uit de vorige onderzoeksvraag blijkt dat ogen van cruciaal belang zijn voor sociaalwenselijk gedrag. Daarom onderzocht ik hoe ik ogen kon verwerken in het ontwerp.

Op sites is het bij registratie vaak mogelijk om een eigen afbeelding te uploaden als avatar. Indien mensen een foto van zichzelf toevoegen, heb je ogen. Uit eigen ervaring weet ik echter dat bij het aanmaken van een profiel, je vaak niet een foto van jezelf toevoegt. Soms plaats je een gebruiksvoorwerp, waardoor er geen ogen zichtbaar zijn. Vaak upload je helemaal niets. Dan is de standaard avatar meestal een silhouet zonder ogen. Daarnaast registreren veel mensen zich niet. Dan zijn ze anonieme gebruikers. Dit zijn redenen om te zoeken naar andere mogelijkheden om ogen te tonen.

Door middel van mindmapping, 'related context', 'inspiration gathering', collages en sketching onderzocht ik wat mogelijkheden zouden zijn.

Reageren op een artikel lijkt een beetje op een chatgesprek. In het ontwerp van chatgesprekken zie je doorgaans de profielfoto van de ander. Zo kwam ik op het idee om het ontwerp van het reactiesysteem te doen lijken op een chatgesprek. De reageerder gaat dan zogenaamd in gesprek met een avatar. Op basis van de 'Media Equation' theorie van Reeves en Nass, geloof ik dat dit ook realistisch is. Reeves en Nass (1996) tonen door middel van vele onderzoeken aan dat mensen computers en media (onbewust) net zo behandelen als mensen (in Kaptein, 2012).

Middels deskresearch onderzocht ik wat voor verschillende chatbots er zijn en wat voor avatar ze hebben. Sommige bots zagen eruit als mensen en wekten de illusie dat er met een echt persoon gepraat werd. Tijdens mijn secondary research ontdekte ik dat veel mensen dit niet prettig vinden. Daarom koos ik in het ontwerp voor een robotje.

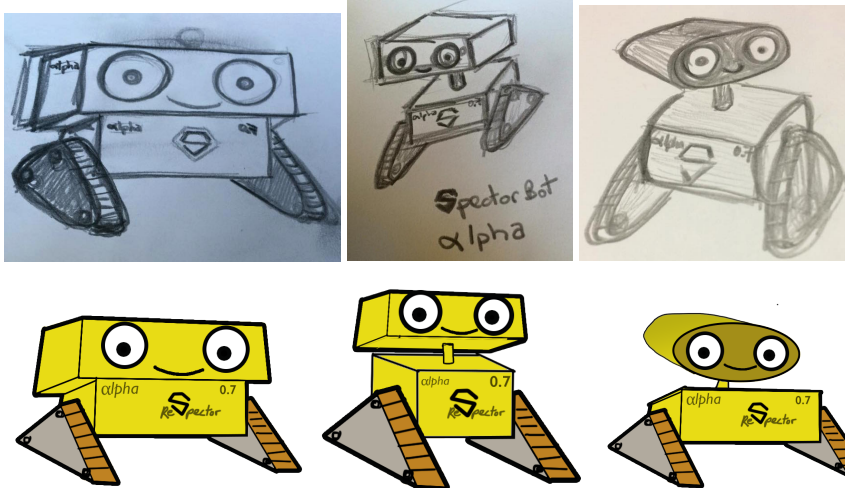
Het resultaat is dat de reageerders op Zitwat.in standaard verwelkomd en begeleid worden door een robotje met duidelijke ogen.

> Collages, mindmaps en schetsen zijn te vinden in 'Bijlage 6'.

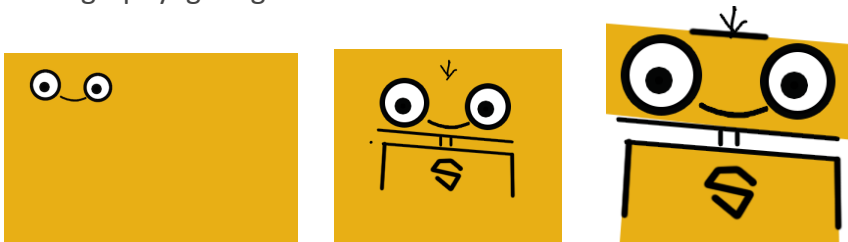


Hoe design je een vriendelijke robot?

Door 'inspiration gathering', het kijken van films met een robot in de hoofd- of bijrol, het maken digitale collages over robots en door zelf robots te schetsen ontstond Alpha: de eerste versie van mijn robot. Hierbij werd rekening gehouden met 'empathy design' (Walter, 2011).



Dankzij 'guerilla ethnography' kreeg ik al snel feedback op de verschillende ontwerpen en de naam. De meesten vonden het artefact schattig, maar er was nog geen duidelijke voorkeur tussen de ontwerpen. Toen ik voor 'wallpaper-doeleinden' een 2D versie maakte van het robotje besloot ik deze te kiezen als avatar, nadat ook deze door middel van 'guerilla ethnography' goedgekeurd werd.



> Meer schetsen vind je in 'Bijlage 7'.

Eén persoon gaf feedback op de naam: Alpha: (of is het Alfalfa?) was te ingewikkeld. Zodoende werd de soortnaam van deze robot zijn naam! Nu verwelkomt Spector je standaard!



Hoe zorg je dat een “domme” robot alsnog functioneel genoeg is?

Door de opkomst van “slimme” chatbots en ‘AI-systemen’ moet de verwachting van gebruikers gemanaged worden. Hoe communiceer je dat je weinig kunt waarbij je vervolgens nog wel serieus genomen wordt?

Dankzij deskresearch kwam ik een artikel tegen dat beschreef hoe anderen het aanpakken. Op basis hiervan besloot ik dat in de eerste release Spector niet reageert op ingevoerde tekst. Hij communiceert duidelijk dat hij begeleidente vragen stelt en geeft niet aan slim te zijn of teksten te analyseren. Hij blijft een statische avatar en er worden geen fancy animaties toegevoegd.

Wat moet in de tekstballon van Spector?

Het concept staat: mensen die willen bijdragen worden verwelkomt (of ‘geconfronteerd’) door Spector. Hij kijkt mensen aan en vraagt hun naam.

Nadat mensen hun naam hebben ingetypt gebruikt Spector die vervolgens in zijn vervolgteksten, om sociaalwenselijker gedrag te stimuleren.

Maar hoe begeleid Spector het gesprek verder? Wat voor vragen moet hij stellen?

Door middel van ‘brainwriting’, woordassociaties en interviews met verschillende pedagogen kwamen de volgende opties:

- gebruik laddering
- gebruik de STAR (reflectie) methode
- gebruik de Bono hoeden
- stel socratische vragen / echte vragen

Uiteindelijk heb ik gekozen voor variaties op de vragen: “wat heb je geleerd?” en “wat kunnen we van jou leren?”

> De resultaten van de brainwriting en de correspondentie met docenten Patrick Koning en Sem van Geffen zijn gebundeld in ‘Bijlage 8’



Spector

Wat kan Spector nog meer?

Spector is nu een veredelde avatar, die deel uitmaakt van het 'Respect Reactiesysteem'. Het latijnse woord 'specere' betekent 'zien'. Spector helpt je met respectvol kijken.

Rondom Spector zijn meer ideeën te bedenken.

Door middel van bloemassociaties, mindmaps en woordassociaties kwamen de volgende ideeën.

Spector biedt ook zijn diensten aan als:

- **Prospector:** hij helpt bij het aggregeren van interessante artikelen.
- **Inspector:** hij helpt bij het analyseren van artikelen, als mediawijze begeleider.
- **Introspector:** hij helpt om te reflecteren op persoonlijk welzijn en gedachtegangen.

Hiermee krijgen de concepten die rondom Perceptionapp bedacht zijn ook een plek in het geheel.

Door deze invalshoeken kan Spector ook van waarde zijn buiten het reactiedeel. Deze functionaliteiten zijn echter te geavanceerd om bij een eerste release mee te nemen.

Het minimaal werkbaar product is Spector, als begeleidende bot op Zitwat.in.



Respect

Moet er een 'stemknop' bij de reacties?

Uit interviews blijkt dat mensen graag een knop willen hebben om aan te geven dat ze een bijdrage waardevol vinden. Deskresearch toont aan dat bij afwezigheid van een dergelijke knop, mensen "vink ik ook" en "+1" typen in een thread onder de gewaardeerde bijdrage. Dit is vervuiling.

Daarom wordt een 'stemknop' geplaatst bij reacties.

Hoe noem je de 'stemknop'?

Om de terminologie "Zit wat in" meer onder de aandacht te brengen zou het mooi zijn als dit de titel van de 'stemknop' kon zijn. In het eerder aangehaalde onderzoek naar het effect van 'knopnamen', van Stroud et al. (2013), staat:

Instead of asking people to approach online comments thinking about whether they agree with a comment, or 'like' a point of view, the 'Respect' button puts people in a different state of mind. Instead of 'am I with them or against them?' the 'Respect' button directs people to think more about 'Is this a decent argument?' And comment sections certainly could use more of this. (p.13)

Zitwat.in wil jongeren stimuleren om ook de reacties van andersdenkenden te waarderen. De resultaten uit het onderzoek zijn een goede reden om de 'stemknop' de titel "Respect" te geven. Een bijkomend voordeel is dat de kernwaarde "Respect" daardoor geregeld terugkomt op de site.



Welke gamemechanics passen bij een reactiesysteem?

Door middel van een GameStorm is onderzocht hoe je jongeren middels gamificationstechnieken kunt motiveren om geregeld bij te dragen.

> De documenten die tijdens dit proces zijn ontstaan vind je in 'Bijlage 9'.

Er is een simpel concept ontstaan dat kans van slagen heeft.

Wanneer iemand reageert bij een artikel (A), krijgt die persoon punten.

Vervolgreacties op artikel A leveren minder punten op.

Indien je reageert op een extra artikel, krijg je naar verhouding meer punten.

Mensen kunnen op je reactie stemmen. Ook daar krijg je punten voor. Ben je de best gewaardeerde bijdrager van de week, dan krijg je daar bonuspunten en een badge voor. Je krijgt ook bonuspunten en een badge als je het meest hebt bijgedragen.

De punten die je verzamelt kun je wekelijks inzetten om te bieden op 'artikelvoorstellen'. Je hebt dan invloed op de artikelen die gemaakt worden.

Uiteraard staan al deze statistieken in leaderboards.

Door andere brainstormen bedacht ik andere 'prijzen' en wijzen om invloed uit te oefenen:

- je kunt bepalen welke 'badge-titels' uitgedeeld worden
- je mag zelf een bijzondere badge uitkiezen
- er wordt een karikatuur van je gemaakt
- je bepaalt wat voor 'quest' uitgevoerd wordt
- er wordt een infographic gemaakt van een onderwerp naar keuze.

Dit concept maakt geen deel uit van de eerste release. Het behoort niet tot het minimaal werkbaar product.



Ontwikkeling: van concept naar prototype

Er zijn inmiddels een aantal principes genoemd die verwerkt moeten worden in het ontwerp. Hier worden ze samengevoegd en vertaald naar eisen voor het functioneel- en grafisch ontwerp.

De eisen, beargumenteerd

Grafische eisen

Kleur

Een deskresearch onderzoek naar kleuren levert op dat we de kleur:

- **oranje** gebruiken voor Spector en zijn tekstballon, want dat wordt geassocieerd met enthousiasme, vrolijkheid, jeugdigheid (Schrader, 2011) het is vriendelijk en uitnodigend (Smashing Magazine, 2012)
- **groen** gebruiken voor de tekstballon van de gebruiker, want dat straalt leven en optimisme uit (Schrader, 2011)
- **blauw** gebruiken voor de publiceer knop, want dat wordt verbonden met vertrouwen, professionaliteit en eer (Schrader, 2011)

Ogen

Spector heeft de ogen, die nodig zijn voor sociaalwenselijker gedrag.

Tekstballonnen

Om eruit te zien als een chat, moeten tekstballonnen in het ontwerp.

Tekstuele eisen

Toonzetting

Spector moet positief geformuleerde zinnen spreken. Daarnaast moet Spector zorgen dat mensen focussen op overeenkomsten.

Obstakel

De tekst moet 'moeilijk leesbaar' zijn, zodat de nadenkende hersenhelft aan het werk gaat. Er wordt gekozen dit te bewerkstelligen door veel tekst achter elkaar in één tekstwolk te zetten. Mensen moeten hierdoor even nadenken.



Functionele eisen

Naam

De naam van de reageerder moet verwerkt worden in de teksten die Spector zegt.

Respect

Er moet een respect knop in het ontwerp zitten

Technische eisen

Wordpress

Het prototype wordt voor Wordpress gebouwd met PHP, JQuery en uiteraard HTML en CSS.

Responsive

Spector moet goed werken op grote schermen, maar vooral op mobieltjes.

De ontwerpen

- > De tussentijdse ontwerpen staan in 'Bijlage 10'.
- > Het grafisch- en functioneelontwerp zijn aparte documenten.



Spector is (a)Live!

Hoe wordt het prototype ontvangen?

Door middel van 'fly-on-the-wall' onderzoek observeerde ik hoe Spector, het artefact, ontvangen werd door de gebruikers.

Er waren drie fasen: het invoeren van je naam en e-mailadres, het beantwoorden van enkele vragen en het publiceren van de antwoorden. Mensen typten zonder moeite hun naam en e-mailadres in.

Bij de tweede fase moesten mensen even goed nadenken. Ze scrollen vaak weer even naar de artikeltekst, om (weer) te ontdekken wat ze van het artikel geleerd hadden.

Bij het verschijnen van de 'publiceerknop' zag ik de houding van mensen letterlijk veranderen. Ineens dachten ze nogmaals goed na of ze wel "naar eer en geweten respectvol gereageerd" hadden. Na enkele nanoseconden klikten ze op de knop en was hun bijdrage gepubliceerd.

Het waargenomen gedrag was wat ik had verwacht en wat ik had gehoopt.

Doordat ik zag dat mensen heen en weer scrollen besloot ik een functionaliteit in te bouwen om dit te vergemakkelijken.

Ik nam ook waar dat mensen de tab en enter toets wilden gebruiken om naar een volgend veld te gaan. Ook dit nam ik mee voor mijn volgende iteratie.

Hoeveel vragen mag Spector stellen?

Bij de eerste lancering van Spector vroeg hij driemaal om een bijdrage, naast het verzoek om de naam en het e-mailadres. Bij veel mensen observeerde ik dat ze dit net te veel vonden. Ze raakten uit hun flow, verloren hun concentratie en konden afgeleid worden. Afleiding had soms tot gevolg dat ze het proces niet afmaakten.

Door deze observatie heb ik het ontwerp aangepast. Nu vraagt Spector twee keer om een respons.

Middels 'guerilla ethnography' ondervond ik dat de vermindering in vragen aansloeg bij de gebruikers.



Toegevoegde waarde!?

Door het lanceren van een 'appearance prototype' verzamelde ik data voor mijn onderzoek.

Er zijn 50 bijdragen geleverd aan 14 verschillende artikelen.

> De bijdragen staan gebundeld in 'Bijlage 11'.

Zijn de bijdragen respectvol?

Door middel van een kwalitatieve analyse is onderzocht of de bijdragen op Zitwat.in respectvol waren.

Artikel	Aantal respectvolle reacties	Aantal respectloze reacties
Wat is mijn doel hier op aarde?	10	
Van vooroordelen naar bijna geloven?!	10	
Flexibel geloven	5	
Waarom mijn zus een van mijn geloofshelden is	2	
Gouden tijden	3	
Duur betaald koopje	1	
God + iets = niets	1	
Lectio Divina	3	
Twijfelpacifist	1	
Meer of minder azijnpissers	2	1
Gewoon afbreken die kerken	5	
I desire Cola	2	
EO Jongerendag, 1x maar nooit weer	2	
8 Bijbelverzen die waarschuwen tegen een lauw geloof	2	
TOTAAL	49	1

Eén persoon reageerde negatief en disrespectvol, naar aanleiding van een prikkelend artikel dat zelf ook al een redelijk negatieve 'tone of voice' had.

De andere bijdragen waren respectvol, ondanks enkele meningsverschillen.

Op deze uitkomst hoopte ik. Het bevestigde dat dit ontwerp leidt tot respectvolle bijdragen.



Zijn de bijdragen waardevol?

Door middel van een kwalitatieve analyse is onderzocht of de bijdragen op Zitwat.in waardevol waren.

Voor dit onderzoek is een bijdrage tot 20 woorden niet waardevol, tenzij het een relevante link bevat.

Artikel	Aantal waardevolle reacties	Aantal niet waardevolle reacties
Wat is mijn doel hier op aarde?	9	1
Van vooroordelen naar bijna geloven?!	8	2
Flexibel geloven	4	1
Waarom mijn zus een van mijn geloofshelden is	2	
Gouden tijden	3	
Duur betaald koopje	1	
God + iets = niets	1	
Lectio Divina	3	
Twijfelpacifist	1	
Meer of minder azijnpissers	1	2
Gewoon afbreken die kerken	4	1
I desire Cola	2	
EO Jongerendag, 1x maar nooit weer	2	
8 Bijbelverzen die waarschuwen tegen een lauw geloof	2	
TOTAAL	43	7

Van de 50 bijdragen waren 43 waardevol en 7 zonder meerwaarde.

Opmerkelijk is dat de disrespectvolle bijdrage ook korter was dan 20 woorden.

Daarnaast observeer ik dat de meeste bijdragen meer dan 75 woorden bevatten. Mensen nemen de tijd om hun gedachten te formuleren en op te schrijven.



Wat is de invloed van Spector op participatie?

Voor mijn onderzoek had ik ook een schaduwsite, siteforyouth.nl met dezelfde artikelen maar zonder Spector. Helaas zijn daar geen reacties op gekomen, ondanks ruim vijftig unieke bezoekers. De tijd was er niet om meer aandacht te besteden aan bekendheid voor deze site. Mijn hypothese is dat de aanwezigheid van Spector ook een positieve invloed heeft op de participatie ten opzichte van een standaard reactiebox. In dit onderzoekstraject heb ik niet de mogelijkheid om deze hypothese te toetsen.

Is er metacommunicatie in de reacties?

Een kwalitatieve analyse van de bijdragen toont aan dat er gecommuniceerd wordt over het logo van Zitwat.in.

De gebruiker “Louis” schrijft in de tweede paragraaf van zijn bijdrage:

Zitwat.in maakt gebruik van de diamant als logo. Waarschijnlijk als symbool voor de vele facetten van de toegevoegde waarde, zoals de diamant steeds weer een ander licht weerspiegelt. Afhankelijk van hoe je 'm vasthoudt en er naar kijkt. Voor mij is dat met geloof niet anders. Andere gelovigen weerspiegelen iets van de geloof-, hoop- en liefdefacetten die ik zelf niet of in mindere mate heb. Hoe kleurrijk wil je het hebben? (in Respector, 2016)

Hij ontleedt het logo van Zitwat.in en geeft er zelf betekenis aan. Op de site staat geen uitleg van de symboliek van het logo.



Aandacht voor Zitwat.in & Spector

Na het 'appearance prototype' onderzoek vroeg ik feedback van de verschillende (potentiële) stakeholders waar ik eerder contact mee had gehad. Hieronder staan een aantal van de reacties, die ik in persoonlijke communicatie heb gekregen.

"Ik vind het een origineel concept! Ik denk sowieso dat hierdoor eerder on topic gereageerd wordt omdat je via Spector nog even op de kernvraag wijst. Of het ook respectvoller zal gaan, weet ik niet. Als men echt kwaad wil..."

Henk Aalbers (Refoweb)

"Reactie-robotje is leuke gimmick die uitnodigt tot reageren inderdaad!! Heb er even mee geïnteracteed maar geen reactie geplaatst uiteindelijk. Ik heb het aan een aantal mensen doorgestuurd. Benieuwd hoe het loopt."

Paul de Vos (Eindredacteur: Beam)

"Hi Andrew, ik heb een bijdrage gegeven. Moet het ff laten bezinken. Interessant hoe je dit aanpakt. Ik ken zo iets nog niet op het internet. Ik had deels een andere verwachting. Hulpvragen die je laten nadenken over of je wel respectvol gereageerd hebt. Analyse van de taal die gebruikt wordt, bijvoorbeeld als iemand scheldt, dan wordt dat herkend en gecheckt of hij/zij dat echt wel wil zeggen, etc. Nu krijg ik een gesprek met een bot ;-)"

Patrick Koning (auteur: Mediawijsheid in de klas)

"Goed om te zien dat je inspiratie hebt gekregen dankzij de Bono. De denkhoeden zie ik duidelijk terug en de vormgeving is ook leuk. Ga je jouw plugin ook delen met de WordPress community?"

Sem van Geffen (auteur: Gamification in de klas)



“Werkt leuk die chatbot! Zelf gemaakt?

Ik heb je site bij mn favo's gezet. Misschien gebruik ik het wel in mn lbv lessen.”

Johan ter Beek (leraar levensbeschouwing + serious games ontwikkelaar)

“Ik zal het aan mijn collega's in de sectie laten zien! . . . er is weinig materiaal beschreven vanuit een persoonlijk perspectief vind ik.... dus ik gebruik mijn eigen leven, mijn ervaringen met elf pleegkinderen in de leeftijd van 17 tot 23, mijn eigen geloofservaring, mijn eigen reis en avontuur, het leven van Jezus, mijn muziek die ik maak als deel van mijn ervaringen die ik deel.... naast de methodes die er bestaan.....”

Edwin van Splunteren (leraar levensbeschouwing)

Tot slot deel ik een paar ‘snippets’ van mijn conversatie met internetpastor, blogger en media-innovator Wouter van der Toorn:

“Ik Vind je concept wel interessant...

Dat ogen sowieso werken, dat is bekend. Maar je zoekt naar een formule die inhoudelijke reacties motiveert en de reaguurders demotiveert.

Vind het een interessante vinding.

Komt deze module trouwens ook beschikbaar voor anderen?

Want ik vind het wel erg interessant. Moet er eens verder over doordenken wat het nog beter kan maken.

Zou nl voor [Jesus.net](https://www.jesus.net) internationaal een interessante zijn.

Het is zoeken naar een formule / concept die blogs naar een hoger niveau kunnen brengen. . . .

Je hebt echt een tov project!

Vind het meer dan interessant. . . .

Ik ben groot fan en vind het bijzonder noodzakelijk dat hier werk wordt verricht om internet inhoudelijk zinniger en relationeel veiliger te maken.”

De interesse is bij velen gewekt, er wordt vanuit verschillende hoeken gevraagd of de module beschikbaar gemaakt wordt voor anderen, en Zitwat.in spreekt leraren levensbeschouwing aan!



Aandacht in de media

Christelijk nieuwsplatform Cvandaag schreef een artikel over Spector. De kop "Nieuwe christelijke community-site houdt het positief dankzij 'Spector'" (Cvandaag, 2016) verwoordt in één pakkende zin mijn oplossing voor de gesignaleerde design-gap. De twee artefacten worden genoemd: er is een nieuwe community-site ontstaan en Spector is aan het werk gezet!



Overkoepelende conclusies

Het eerste deel van het onderzoek zocht een antwoord op de vraag: “Hoe faciliteer je jongeren om online over levensbeschouwelijke onderwerpen in dialoog te gaan?” Er werd geconcludeerd dat een speciaal ontworpen reactiesysteem nodig zou zijn. De vervolgvraag werd zodoende: “Wat zijn de kritische succesfactoren voor een reactiesysteem op een site die levensbeschouwelijke artikelen biedt aan jongeren?” In het onderzoek is daarom getracht een artefact te ontwerpen die jongeren stimuleert respectvol en constructief te reageren.

Uit het empirisch onderzoek is gebleken dat Spector, de begeleidende ‘bot’ met prominente ogen, het gedrag van reageerders ten positieve beïnvloed. Door mensen te vragen naar hun naam en hen vervolgens bij naam te noemen, zorgt hij dat ze zich socialer gedragen.

Er is gekeken wat de invloed was van het type vragen dat Spector stelde. Mensen reageerden respectvol en ‘on-topic’. De bijdragen waren persoonlijk, open en diep.

Uit de resultaten is gebleken dat de omgeving, Zitwat.in - met zijn kleurrijke diamantvormige logo, mensen met verschillende standpunten faciliteert om hun zienswijze te presenteren.

De combinatie van Zitwat.in met Spector werkte om constructieve bijdragen te krijgen bij artikelen over levensbeschouwelijke onderwerpen.

Uit communicatie met docenten en mediaproductanten is gebleken dat Spector hun interesse gewekt heeft.

Het benutten van bestaande kennis uit gedragswetenschappen heeft ertoe geleid dat er een nieuw digitaal artefact is, om reageergedrag positief te beïnvloeden.



Overkoepelende resultaten

De resultaten uit dit onderzoek zijn verwerkt in het conceptdocument voor Zitwat.in en Spector. Dit onderzoek vormt ook de basis voor het functioneel- en grafischontwerp van deze twee concepten.

De concept- en ontwerpdocumenten zijn aparte documenten.

Kansen

De Respect-plugin kan ingezet worden op verschillende sites en fora. Een site gericht op meisjes zou een prinses als avatar kunnen gebruiken en 'Carbage runners' zouden in gesprek kunnen met een auto, aangezien het vooral belangrijk is dat ogen zichtbaar zijn, indien je respectvolle bijdragen wilt. Een auto met ogen? Mits goed ontworpen, heeft een auto ogen: zijn koplampen. Het is niet voor niets dat verschillende animatiefilms met auto's in de hoofdrol populair zijn. Auto's, al zijn het voorwerpen, kunnen een persoonlijkheid krijgen.

De functionaliteiten van de Respect-plugin zorgen ook dat je de teksten van de bot kunt aanpassen. Zo kunnen ook sites die een andere toon willen aanslaan, zoals "Schop es tegen dit idee!" en "Wees eens advocaat van de duivel!", de plugin gebruiken.



Discussie

Spector viel goed in de smaak bij de testers en de reacties op Zitwat.in waren, op één na, allemaal respectvol en inhoudelijk. De testers wisten dat respect hóóg in het vaandel staat bij Zitwat.in. Bovendien straalt de hele omgeving veelkleurigheid uit. Dat was voor mijn onderzoek geen belemmering, omdat dit de context is waarvoor ik Spector ontworpen heb.

Maar hoe zouden mensen in een zwart-wit omgeving reageren? Ik weet niet of Spector dezelfde mate van invloed heeft in een andere omgeving. Wel dát Spector ook in een andere omgeving een positieve invloed kan hebben, aangezien belangrijke bestanddelen voor sociaalwenselijkgedrag, bekend uit psychologisch en sociologisch onderzoek, zijn verwerkt in het ontwerp.



Future work

Ik geloof dat Spector, dankzij een goed ontwikkeltraject, kan doorgroeien tot 'engagement manager', 'mediawijsheidcoach' en 'mental coach'. Die groeipotentie heeft hij. Hij kan mensen (anders) naar zaken laten kijken. De volgende functieomschrijving met bijgaand functieprofiel past bij de rol van 'SpectorBot'.

"A SpectorBot helps people see things (an other way). He needs to be an experienced prospector, a good inspector, a motivator for 'respect' and be an introspector i.e. a facilitator of 'introspection'."

De kernkwaliteiten:

- **ProSpector:** relevante informatie verzamelen en presenteren aan zinzoekers. Met tools als Huginn kun je volautomatisch het web afstruinen op triggerende content en vervolgens die informatie verwerken en aanbieden.
- **InSpector:** triggerende informatie uitlichten, de informatie analyseren en op waarde schatten. Dankzij TensorFlow, een '*open source software library for machine learning*', waar ook Google Deepmind gebruik van maakt, krijg je de mogelijkheden van 'deeplearning' tot je beschikking. SyntaxNet is één onderdeel van TensorFlow. Dit is een zeer geavanceerde textparser. Hierdoor kun je tekst ontleden en analyseren, wat vervolgens gebruikt kan worden voor samenvattingen van lange teksten. Kennis hiervan hebben is een pré. Anders kan het uitlichten van de tekst ook middels javascript en met deze taal kun je ook analyseren wat de meest voorkomende woorden zijn.
- **ReSpector:** respectvol zijn en respectvolle bijdragen stimuleren. Zelfs op automatische piloot is een spectorbots een natuurlijke moderator en motivator.
- **IntroSpector:** begeleid anderen in (zelf)reflectie. Door het stellen van goede vragen, die geregeld variëren, waardoor mensen het idee krijgen dat er persoonlijke aandacht voor ze is. Dit kan door middel van tekst maar ook door beelden. "Waar sta jij op de berg? Ben je de dwalende wandelaar onderaan de berg of iemand die net de top bereikt heeft?". Je zult deel uitmaken van een team dat dit soort vragen en beelden bedenkt.



Deze functie is Spector op het lijf geschreven.

Echter...

Hoewel Spector de functie van ReSpector nu al vervult op Zitwat.in, voldoet hij niet aan de andere eisen van een 'Sr. SpectorBot'. Motivatie, tijd en energie van verschillende (persoonlijke) ontwikkelaars zijn nodig om dit werk, dat klein begonnen is, te voltooien.

Ontwikkel mee op <https://github.com/zitwatin>

In andere woorden: de Respect-plugin heeft nu wel een 'conversational UI', maar Spector is nog geen chatbot, die de ingevoerde tekst analyseert en verwerkt. Dit zou kunnen met Program-O.

Daarnaast zouden mensen contact kunnen hebben met Spector, buiten de site om, dankzij APIs die verbinding leggen met Google Assistant, Facebook Messenger, Cortana, Alexa, Siri en vele andere platforms.

Aanbevelingen voor vervolgonderzoek

Spector stelt nu tweemaal een aantal vragen, waar de reageerder op kan antwoorden. Voor het eerste contact (b)leek dit te werken. **Na hoeveel vragen haakt iemand die wel geïnteresseerd is in het onderwerp af?** Een antwoord op deze vraag is relevant, omdat je in sommige gevallen door middel van 'laddering' verschillende keren door zou willen vragen.



Nawoord

Mijn dank gaat enerzijds uit naar de vele mensen die me continu aangespoord en aangemoedigd hebben in mijn afstudeertraject en anderzijds naar degenen die vol geduld niet zeiden wat ze dachten. Jullie zijn allemaal van toegevoegde waarde voor me geweest!

Alternatieve samenvatting

42.

*Dit document is het resultaat van een meerjarige quest naar het antwoord op de vraag ‘**Hoe motiveer je jongeren om hun geloof te verdiepen?**’ Het antwoord op deze vraag is denk ik **42**. Hoe ik tot die conclusie kom, ontrafel ik niet in dit document. Wel kom ik met een alternatief antwoord, aangezien 42 geen concrete multimediale oplossing biedt.*

*Mijn antwoord is **Zitwatin**: ‘een social bookmarking tool voor het verzamelen van maatschappelijke en levensbeschouwelijke content, met bijbehorend discussie platform, beschikbaar als app, waar jongeren op een constructieve manier kunnen bijdragen en reageren op elkaars zienswijze’.*

Het unieke aan dit platform is Spector. Hij is een botje die je begeleidt om respectvolle en waardevolle bijdragen te leveren aan de gesprekken.

Er is meer!

Dit is het onderzoeksverslag van mijn afstudeerproject. Naast dit document zijn er nog een aantal documenten beschikbaar die dieper op Zitwat.in en Spector ingaan, waaronder het conceptdocument en verschillende ontwerpdocumenten.



Bronnen

- andrew_coral. (2016, juni 6). *Designing our TALK product*. Opgeroepen op juni 16, 2016, van The Coral Project - Community:
<https://community.coralproject.net/t/designing-our-talk-product/419>
- Belk, R. W. (2013). Extended Self in a Digital World. *Journal of Consumer Research*, 40 (3), 477-500.
- Benschop, A., & Menting, C. (2011). *Zinzoekers op het web*. Vught: Skandalon.
- Berg, E. v. (2011). *Handboek kerk en internet*. Heeswijk: Abdij van Berne.
- Berger, J. (2013). *Contagious: Why Things Catch On*. New York, NY, VS: Simon & Schuster.
- Bernts, T., & Berghuijs, J. (2016). *God in Nederland*. Utrecht: Ten Have.
- Bilton, R. (2016, juni 10). *Here are some of the best and most interesting ideas from The Guardian's comments-focused hack day*. Opgeroepen op juni 11, 2016, van NiemanLab:
<http://www.niemanlab.org/2016/06/here-are-some-of-the-best-and-most-interesting-ideas-from-the-guardians-comments-focused-hack-day/>
- Boer, E. d. (2006). *Je bent jong en je wilt anders*. Kampen: Kok.
- Brainstormsessie.net. (z.d.). *Brainstormsessie technieken*. Opgeroepen op juni 17, 2016, van Brainstormsessie.net:
<http://www.brainstormsessie.net/brainstormsessie-technieken/>
- Bruyckere, P. D., & Smits, B. (2012). *De Jeugd is tegenwoordig*. Tielt: Lannoo.
- Chen, Z., & Berger, J. (2013). When, Why, and How Controversy Causes Conversation. *Journal of Consumer Research, Inc.*, 40 (3), 580-593.
- CIP. (2015, februari 20). *PDF Zeven Schrijftips*. Opgeroepen op juni 17, 2016, van CIP: <http://www.cip.nl/images/2015/PDF-ZevenSchrijftips.pdf>
- CIP. (z.d.). *Schrijvers gezocht*. Opgeroepen op juni 16, 2016, van CIP:
<http://www.cip.nl/schrijvers-gezocht>
- CoralProject. (z.d.). *About*. Opgeroepen op Juni 15, 2016, van The Coral Project: <https://coralproject.net/about/>
- Curedale, R. (2013a). *Design Research Methods*. Topanga, CA, VS: Design Community College Inc.
- Curedale, R. (2013b). *Design Thinking - process and methods manual*. Topanga, CA, VS: Design Community College Inc.



- Cvandaag. (2016, juni 24). *Nieuwe christelijke community-site houdt het positief dankzij 'Spector'*. Opgeroepen op juni 24, 2016, van Cvandaag: <https://cvandaag.nl/nieuwe-christelijke-community-site-houdt-het-positief-dankzij-spector/>
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2008). Facilitating Optimal Motivation and Psychological Well- Being Across Life's Domains. *Canadian Psychology* , 49 (1), 14-23.
- Diakopoulos. (2016, maart 29). *Artificial Moderation: A Reading List*. Opgeroepen op juni 15, 2016, van The Coral Project: <https://coralproject.net/artificial-moderation-a-reading-list/>
- Elles, J. (2015, september 16). *What happened after 7 news sites got rid of reader comments*. Opgeroepen op juni 8, 2016, van Niemanlab: <http://www.niemanlab.org/2015/09/what-happened-after-7-news-sites-got-rid-of-reader-comments/>
- Gazan, R. (2007). Understanding the rogue user. *Information and Emotion: The Emergent Affective Paradigm in Information Behavior Research and Theory* , 177-185.
- Geffen, S. v. (2016). *Gids voor Gamification*. 's-Hertogenbosch: School voor de Toekomst .
- Gentzkow, M., & Shapiro, J. M. (2011). Ideological segregation online and offline. *Quarterly Journal of Economics* , 126 (4), 1799-1839.
- Gilovich, T. (1981). Seeing the past in the present: The effect of associations to familiar events on judgments and decisions. *Journal of Personality and Social Psychology* , 40 (5), 797-808.
- Goldsmith, M., & Reiter, M. (2015). *Triggers*. New York, NY, VS: Crown Business.
- Goldstein, N. J., Martin, S. J., & Cialdini, R. B. (2014). *Klein Groot - Kleine veranderingen met grote invloed*. Amsterdam: Nieuwezijds.
- Goldstein, N. J., Martin, S. J., & Cialdini, R. B. (2008). *Overtuigingskracht*. Amsterdam: Nieuwezijds.
- Golis, A. (2016, juni 13). *Comments are usually garbage. We're adding comments to This.!* Opgeroepen op juni 14, 2016, van This.: <https://blog.this.cm/comments-are-usually-garbage-were-adding-comments-to-this-f6b1199d837f>
- Graaff, D. d., Pattipilohy, K., Heidweiller, R., & Otter, M. d. (2016). *Verkenning "Dialoog als burgerschapsinstrument"*. Amsterdam: Diversion.
- Groeneboer, M. (2010). *Handboek Jongeren en Religie*. Almere: Parthenon.



- Grolleman, J. (2014, april 16). *Blog: Online hulpverlening – alle remmen los?* Opgeroepen op juni 09, 2016, van Smarthealth.nl: <http://www.smarthealth.nl/2014/04/16/blog-online-hulpverlening-digital-disinhibition/>
- Hansen, O. (2015, mei 19). *Is ons online gedrag interessanter dan onze identiteit? [onderzoek]*. Opgeroepen op juni 16, 2016, van FrankWatching: <https://www.frankwatching.com/archive/2015/05/19/is-ons-online-gedrag-interessanter-dan-onze-identiteit-onderzoek/>
- Hansen, O. (2015, mei 28). *Jongeren vinden communicatie 'in real life' stressvol [onderzoek]*. Opgeroepen op juni 08, 2016, van Frankwatching: <https://www.frankwatching.com/archive/2015/05/28/jongeren-vinden-communicatie-in-real-life-stressvol-onderzoek/>
- Hansen, O. (2015, september 14). *Online discussiëren over moeilijke onderwerpen: hoe hou je het beschaafd?* Opgeroepen op juni 16, 2016, van FrankWatching: <https://www.frankwatching.com/archive/2015/09/14/online-discussieren-over-moeilijke-onderwerpen-hoe-hou-je-het-beschaafd/>
- Hansen, O., & Staszynska, B. (2016, maart 5). *Youngster identities in the context of online communication, new technologies, and visual communication*. Opgeroepen op juni 10, 2016, van EZZEV Foundation: <https://ezzev.files.wordpress.com/2016/02/outcomes-v21.pdf>
- Higherlevel.nl. (z.d.). *Forumregels*. Opgeroepen op juni 01, 2016, van HigherLevel.nl: <https://www.higherlevel.nl/forum/regels>
- Hoskins, B., Villalba, C. M., & Saisana, M. (2012). *The 2011 Civic Competence Composite Indicator (CCCI-2)*. Ispra, Italië: European Commission.
- Kaptein, M. (2012). *Digitale verleiding*. Amsterdam: Business Contact.
- Kennisnet. (2009). *Jongeren en interactieve media*. Zoetermeer: Stichting Kennisnet.
- Kennisnet, & Mediawijzer. (2015). *Monitor Jeugd en Media 2015*. Zoetermeer: Stichting Kennisnet.
- Kloosterman, R., & Beuning, J. v. (2015). *Jongeren over social media*. Den Haag: Centraal Bureau voor de Statistiek.
- Koning, P. (2015). *Mediawijsheid in de klas*. 's Hertogenbosch: School voor de Toekomst.
- Lapidot-Lefler, N., & Barak, A. (2012). Effects of anonymity, invisibility, and lack of eye-contact on toxic online disinhibition. *Computers in Human Behavior*, 28 (2), 434-443.



- Mabande, A. (2010). *Designing for Dialogue*. Malmö, Zweden: Malmö University.
- Motivaction. *Nederlander meer carrièregericht en toleranter*. Amsterdam: Motivaction.
- Nelis, H., & Sark, Y. v. (2014). *Motivatatie binnenstebuiten* (4 ed.). Utrecht/Antwerpen: Kosmos.
- Nelis, H., & Sark, Y. v. (2009). *Puberbrein Binnenstebuiten* (15 ed.). Utrecht/Antwerpen: Kosmos.
- Newcom. (2016). *Nationale Social Media Onderzoek 2016*. Amsterdam: Newcom.
- NJI. (n.b.). *Aandachtspunten bij online hulpverlening*. Opgeroepen op juni 8, 2016, van NJI: <http://www.nji.nl/Aandachtspunten-bij-online-hulpverlening>
- Opgelder, M. (2015, december 20). *Ik ben christen en vier geen Kerst*. Opgeroepen op juni 15, 2016, van BEAM: <http://www.eo.nl/beam/geloven/item/ik-ben-christen-en-vier-geen-kerst/>
- Paas, S. (2013, februari). Alles wordt vloeibaar. *Wapenveld*, 63, pp. 2-10.
- Pardoën, J. (2012). *Focus!* Amsterdam: SWP.
- Pariser, E. (2011). *The Filter Bubble*. Londen: Penguin Books.
- Patterson, K., Grenny, J., McMillan, R., & Switzler, A. (2011). *Crucial Conversations*. New York, NY, VS: McGraw-Hill.
- Pollard, J. (2015). *How To Reduce Prejudice*. Londen: Amazon Digital Services LLC.
- Pomeren, E. v., Graaff, D. d., Bron, J., & Pattipilohy, K. (2015). *Dialoog als burgerschapsinstrument*. Enschede: SLO en Diversion.
- Prins, d. M. (2008). *De deugd van tegenwoordig*. Nijmegen: Radboud Universiteit.
- Raad voor Cultuur. *Mediawijsheid de ontwikkeling van nieuw burgerschap*. Den Haag: Raad voor Cultuur.
- Raad voor Maatschappelijke Ontwikkeling. (2011). *De nieuwe regels van het spel - Internet en publiek debat*. Den Haag: Raad voor Maatschappelijke Ontwikkeling.
- Reeves, B., & Nass, C. *The Media Equation*. Stanford, CA, VS: CSLI Publications.
- Respector. (2016, mei 25). *Flexibel geloven*. Opgeroepen op juni 4, 2016, van Zitwat.in: <http://www.zitwat.in/flexibel-geloven/>
- Rosenberg, M. B. (2003). *Nonviolent communication*. Encinitas, CA, VS: PuddleDancer Press.



- Schols, M. (2015). *Young, online and connected*. Rotterdam: Erasmus University.
- Schrader, M. (2011). *Web Design Basics: Color Choices*. Atlanta, GA, VS: StomperNet.
- Schwartz, B. (z.d.). *Books*. Opgeroepen op juni 10, 2016, van Barry Schwartz: <http://www.swarthmore.edu/SocSci/bschwar1/books.html>
- Sikkema, P. (2012). *Kinderen en jongeren: positieve kracht*. Amsterdam: Qrius.
- SLO. (2015, december 21). *Actueel*. Opgeroepen op juni 12, 2016, van Curriculum van de toekomst - SLO: <http://curriculumvandetoekomst.slo.nl/21e-eeuwse-vaardigheden/actueel>
- SLO. (2015, februari 27). *Definities en doelen burgerschap*. Opgeroepen op juni 11, 2016, van Burgerschap in de school: <http://burgerschapindeschool.nl/definities-en-doelen-burgerschap>
- SLO. (2015, december 22). *Kritisch denken*. Opgeroepen op juni 13, 2016, van Curriculum van de toekomst - SLO: <http://curriculumvandetoekomst.slo.nl/21e-eeuwse-vaardigheden/kritisch-denken>
- Smashing Magazine. (2012). *Psychology of Web Design*. Freiburg, Duitsland: Smashing Media GmbH.
- Stroud, N. J., & Muddiman, A. (2013). *"Respect" as the new "Like"*. Austin TX, VS: The Engaging News Project.
- Stroud, N. J., Muddiman, A., & Scacco, J. (2013). *Social Media Buttons in Comment Sections*. Austin TX, VS: The Engaging News Project.
- Stroud, N. J., Muddiman, A., Scacco, J., & Curry, A. *Journalist Involvement in Comment Sections*. Austin TX, VS: The Engaging News Project.
- Suler, J. (2004). The Online Disinhibition Effect. *CyberPsychology & Behavior*, 7 (3), 321-325.
- The New York Times. (2011). *The Psychology of Sharing: Why do people share online?* New York, NY, VS: The New York Times.
- This. (z.d.). *Community Guidelines*. Opgeroepen op juni 16, 2016, van This.: <https://this.cm/guidelines>
- Troostwijk, C. D., Berg, E. v., & Oosterveen, L. (2008). *Buigzame gelovigen*. Amsterdam: Boom.



- Veugelers, W. (2015). *Burgerschapsvorming in het Nederlands onderwijs*. Enschede: SLO.
- Vonk, R. (2012). *De eerste indruk*. Schiedam: Scriptum.
- Vugt, T. v. (2005, juni 30). *Nederlandse jongeren: online en offline vriendschappen zijn gelijkwaardig*. Opgeroepen op juni 09, 2016, van MarketingOnline: <http://www.marketingonline.nl/blog/nederlandse-jongeren-online-en-offline-vriendschappen-zijn-gelijkwaardig>
- Walden, T. (2016, maart 21). *Where the audience is at*. Opgeroepen op juni 15, 2016, van The Coral Project: <https://coralproject.net/where-the-audience-is-at/>
- Walter, A. (2011). *Designing for emotion*. New York, NY, VS: A Book Apart.
- WebWeWant. (z.d.). *About*. Opgeroepen op juni 13, 2016, van Web We Want: <https://webwewant.org/about/>
- Weghorst, A. (2015, mei 12). *Generatie Zenz: sensitief & intuïtief en op zoek naar zingeving en zen*. Opgeroepen op juni 24, 2016, van Twinq: <http://www.twinq.nu/generatie-zenz-sensitief-intuïtief-en-op-zoek-naar-zingeving-en-zen-33/>
- Weinschenk, S. (2013). *How to Get People to Do Stuff*. San Francisco, CA, VS: New Riders.
- Werbach, K. (2014). (Re)Defining Gamification: A Process Approach. *Springer Lecture Notes in Computer Science*, 8462, 1-6.
- Weseman, P. (2011). *De fundi-factor van Nederland*. Zoetermeer: Meinema.
- Wijnberg, R. (2013). *De Nieuwsfabriek*. Amsterdam: De Bezige Bij.
- Wikipedia. (z.d.). *Framing*. Opgeroepen op juni 17, 2016, van Wikipedia: <https://nl.wikipedia.org/wiki/Framing>
- Woordenboek, A. N. (z.d.). *Infobesitas*. Opgeroepen op juni 10, 2016, van Algemeen Nederlands Woordenboek: <http://anw.inl.nl/article/infobesitas>
- YoungWorks. (z.d.). *Hoe sociaal is Social Media?* Opgeroepen op juni 10, 2016, van YoungWorks.nl: <http://www.youngworks.nl/hoe-sociaal-is-social-media/>
- Zondervan, T. (Red.) (2008). *Bricolage en bezieling*. Best: Averbode.



Zitwat.in

Aandacht voor toegevoegde waarde!

Andrew van Ingen

BIJLAGEN



Inhoudsopgave

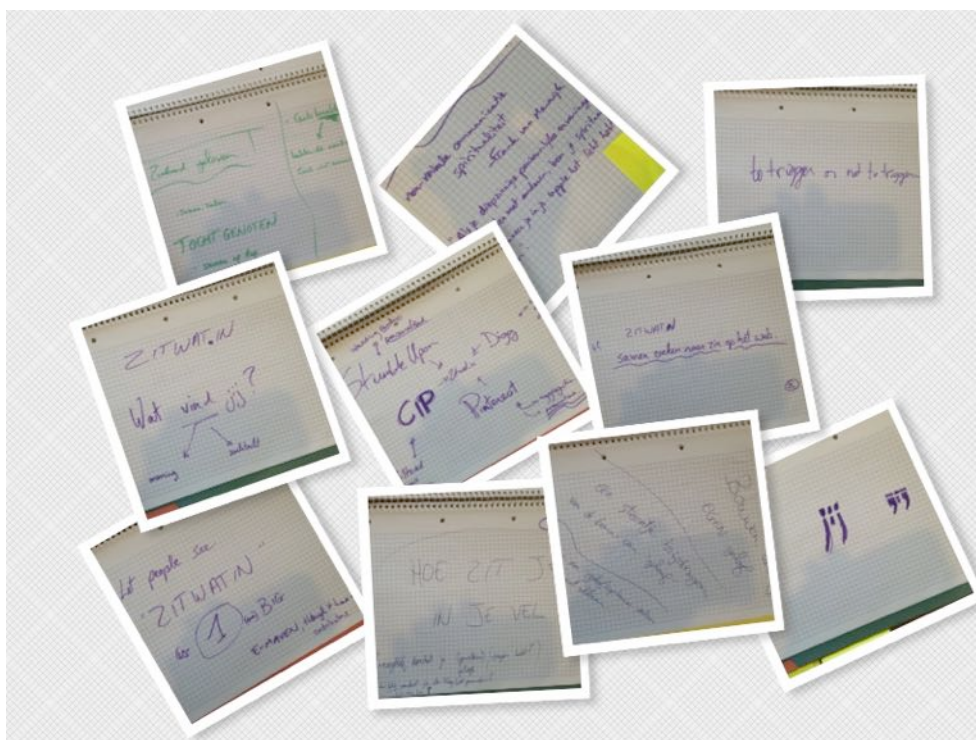
<i>Bijlage 1 - Welke concepten zijn er te bedenken om online gesprekken over levensbeschouwing aan te wakkeren?</i>	<i>3</i>
<i>Bijlage 2 - Welke waarden moet Zitwat.in uitdragen?</i>	<i>30</i>
<i>Bijlage 3 - Welk logo of beeldmerk straalt het gedachtegoed van Zitwat.in uit?</i>	<i>32</i>
<i>Bijlage 4 - Wat is goede content voor op Zitwat.in?</i>	<i>36</i>
<i>Bijlage 5 - Hoe ervaren (christelijke) sites de reactiemogelijkheid?</i>	<i>38</i>
<i>Bijlage 6 - Hoe kun je ogen op een niet storende manier verwerken in het design?</i>	<i>49</i>
<i>Bijlage 7 - Hoe design je een vriendelijke robot?</i>	<i>51</i>
<i>Bijlage 8 - Wat moet in de tekstballon van Spector?</i>	<i>54</i>
<i>Bijlage 9 – Welke gamemechanics passen bij een reactiesysteem?</i>	<i>61</i>
<i>Bijlage 10 - De ontwerpen</i>	<i>64</i>
<i>Bijlage 11 - De bijdragen</i>	<i>66</i>
<i>Bijlage 12 – Diversen</i>	<i>75</i>

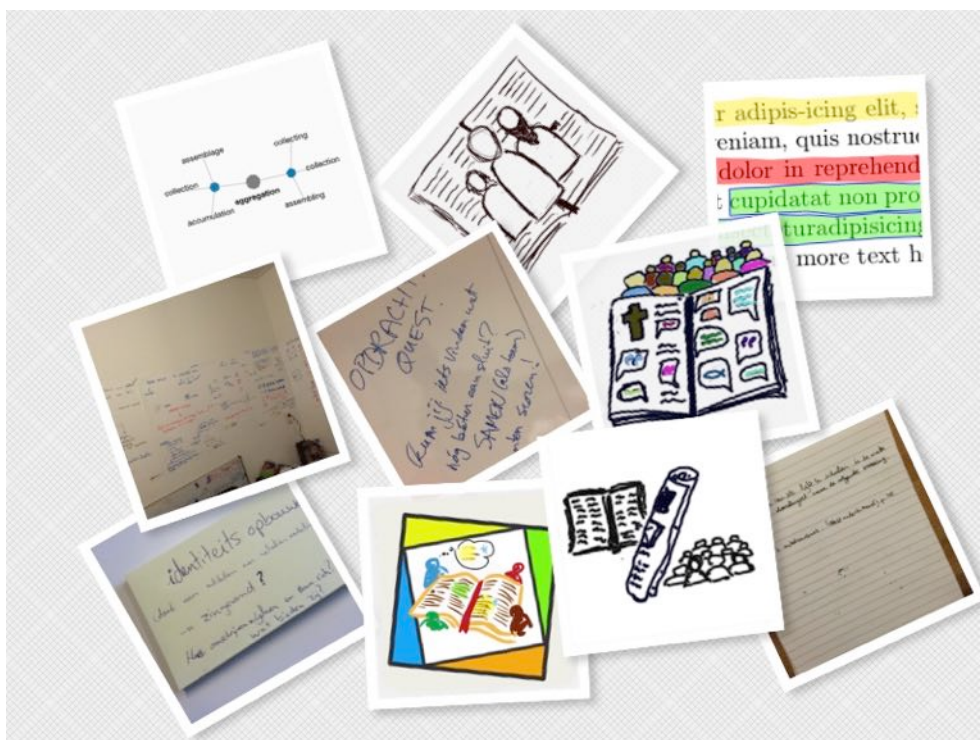
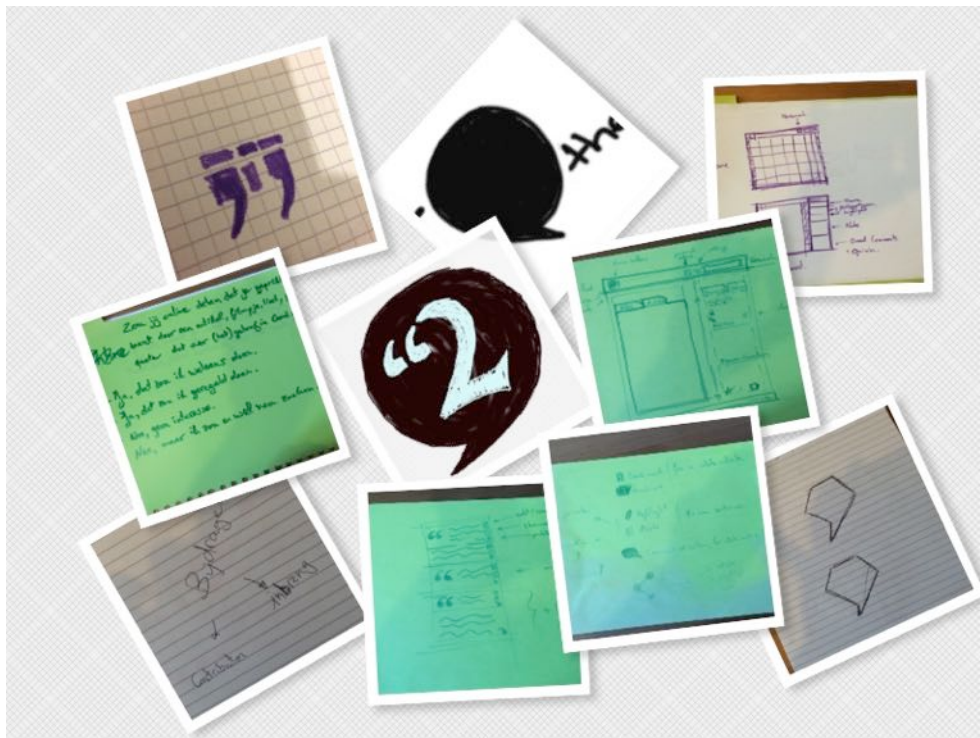


Bijlage 1 - Welke concepten zijn er te bedenken om online gesprekken over levensbeschouwing aan te wakkeren?

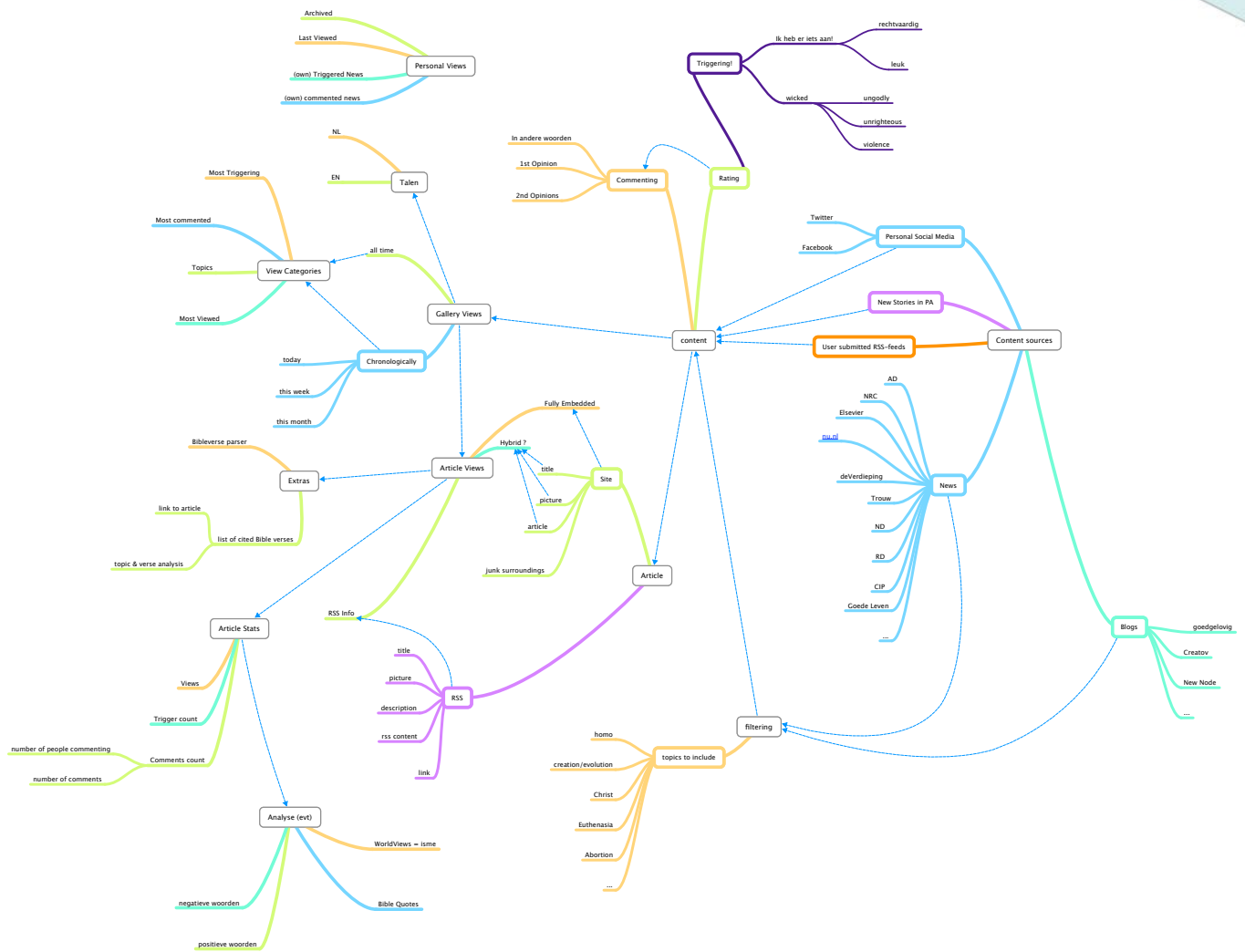


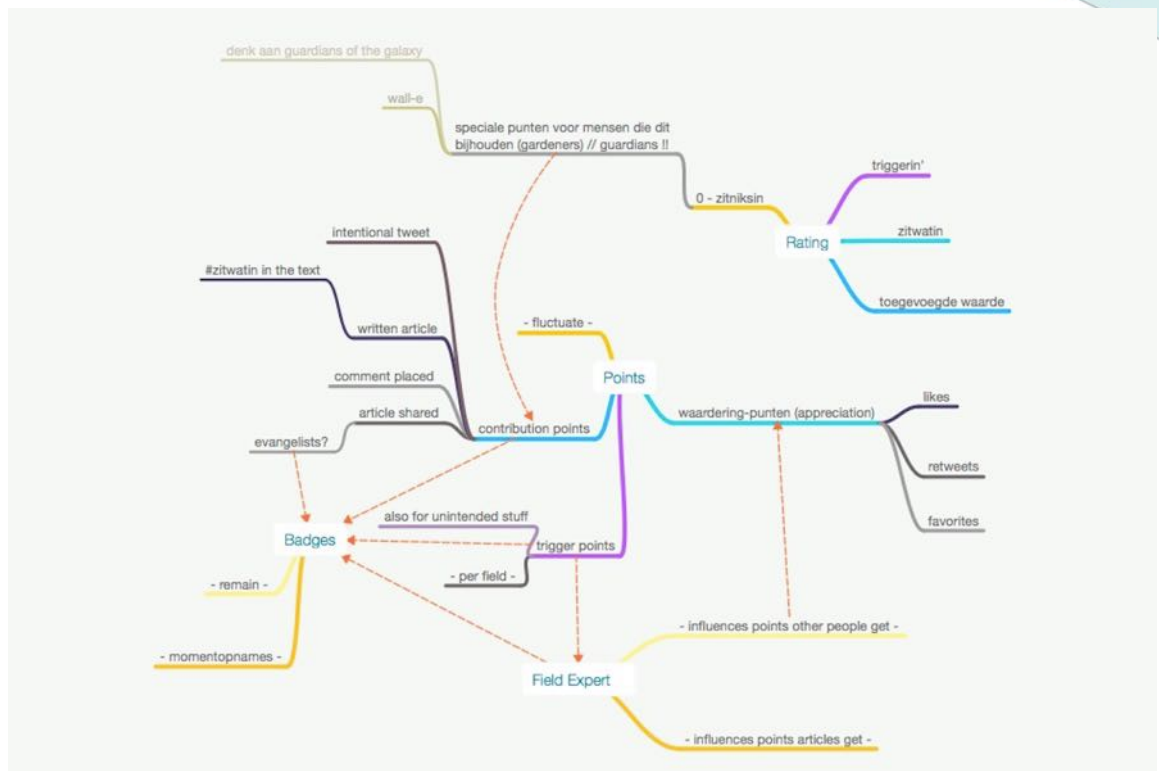










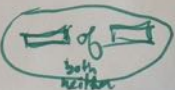


ZITWAT.IN

Social bookmarking
Forum(s)
Read later possibility
Text parser
(journal) Text annotator / highlighter
Summarizer
Related Content.
RSS/News Reader (often) Streamer.
Good News Provider.
→ People Profile [Hassta jij een?]
Persoonlijke standpunten.

Paradigma toen

Welke rubrieken / categorie / topics?
Welke persoonlijkheid types zijn?

Net Zaid TROVE:  ← " " !!

Hoe noem je je "panels", i.e. artikelen?

- "Deemand heeft een aangedragen / gedeeld."
- Bezigk deze ...

~~XXX~~ vindt dit artikel PRIKKELEND! Bezigk het!

Zit er wat in voor jou?

Wellicht zit er wat in voor jou?

Zit wat in volgens ~~XXX~~... Wat vind jij?

QUESTIE



Zit wat in ^{volgens} ~~in~~ XXX... Wat vind jij?

interessant punt
goed punt
(sterke) punt

(Persoonlijke) QUESTES aangeven,
Zodat mensen (je) kunnen helpen zoeken

algemene QUESTES waar je je op kunt abonneren!
(user submitted / admin submitted)

QUESTES.nl

Onderzoekt alles en behoudt het goede!

Zoek ook welke dingen het christendom
in een kwaad/negatief daglicht zetten.

↳ Zijn ook QUESTES om over te discussiëren.

Lifequest.nl ~~questes~~ myquestes.nl

Re van ~~WORLDVIEW~~ / PERCEPTIE / ~~BRONNEN~~

Challenges

zaterdag 11-12-2016



Rol van WORLDVIEW / PERCEPTION / PARADIGM.

duidelijk maken.

niet het ARTIKEL zelf is centraal, maar de OPINIE ervan.

The GOOD vs EVIL clash



everyone has an other standard

explain what your standard is and why

- discover that the standard is relative
- discuss where the limit/border is, and why.

Do you think it's wrong?



Do you think it's wrong?
Wat vindt jij?

death negative but ambivalent

everyone has an other standard

explain what your standard is and why → interview

→ discover that the standard is relative
→ discuss where the limit/border is, and why.

Do you think it's wrong?
Wat vindt jij?
??? ICM even, radical, ~~not~~ claimed, gay, subjective, ...

tool to discover "actionable articles"

Challenges
uitdagings
episch

contra nihilisme.

(identiteit vinden)

Wie nog nooit ^A ~~gevaaren~~ heeft,
weet niet hoe een zeeman leeft.

Wie nooit  GEVAREN heeft,

weet niet hoe een zeeman leeft.



weet niet hoe een zeeman leeft.

twijfels, struggels, worstelingen

Advocaat van de  Spelen

jongeren niet FOREREN om over geloof na te denken
maar een taal aanreiken die hen kan HELPEN om
over wagen na te denken.
positief triggeren. (niet door hen onder schot te houden)

het is echt IN! ☺

uitwerken →

* taal om te Whem (in detector)

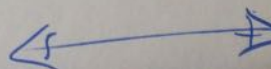
* en Nieuwsreader is een taal om items te vinden

→ maar punten scoren als hij
daar binnenkomt? oke.
ook niet minder

ZELFDE BERICHTEN!

maar wel verschillend

↓
en je heeft alleen maar
de 1^e te zien ☺
(ante negeren).



* eigen punten uitlenen. Voor een quest ^{afdeling} → publiceren
→ eigen winnen.

SOCIAL ACTIVISM = HOT = 2013

Crowdfunding for sponsorship for

PRIZE if youth = #1

€100 for project → AWB! (stichting, handleiding, jongerenvereniging)
met Certificaat + foto. ^{→ projectgroep}

or some trust fund.

Maatschappelijk debat?

? ↑ ?
???

toepassing?

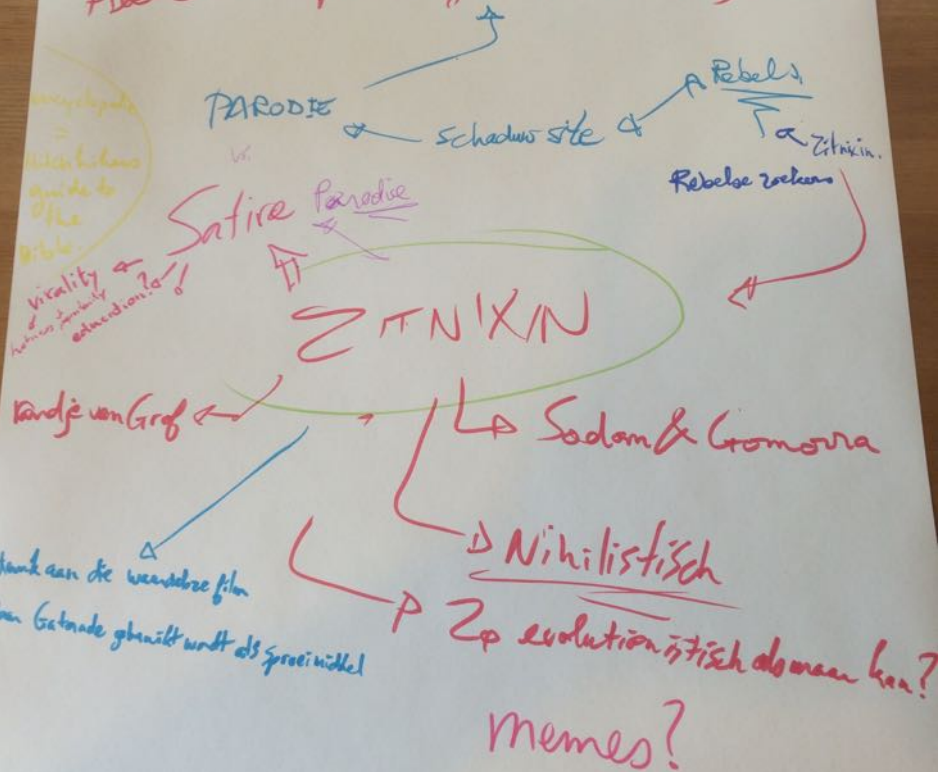
Christelijke
Nieuws in "Lob" vlucht
cartoon Lament.



De ZITWATIN DIGITALE EDITIE GAZETTE.

ZITWATIN TIMES / CHRONICLE / POST.

Heel bekend en prominent / genoemd (beacht?) maken.



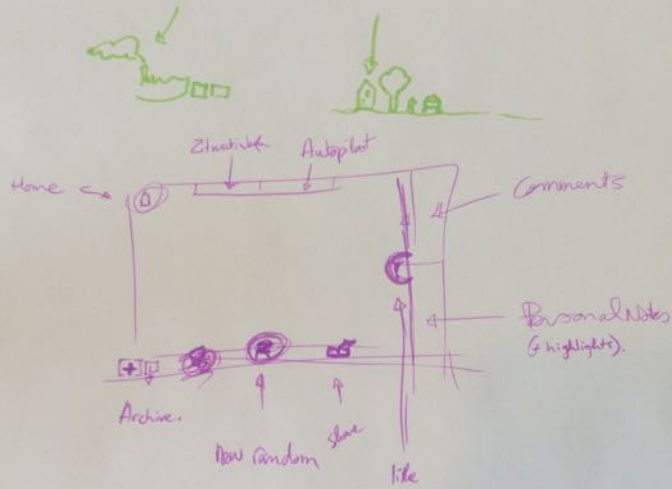
dank aan de weerstree film
 when Getrade gebuikt wordt als spreekwoord

dank aan NIET DITZO maar DATZO.

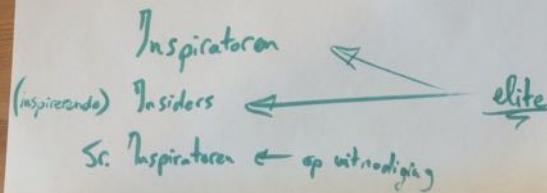


memes!

denk aan NIET DITZO maar DATZO.



hoe heet de Antopilot?



Outsiders (hebben geen statistieken en geen "comment" mogelijkheden)



VISIONARY WITHOUT A DONUT

ZITWAT.N

Zie jij het ook?

Don't elkaar tenzen kijken
bijde andere kanten en open staan
Niet omdat DIE bril te kijken
Mijn visie, als toehoorder
maar ECHT /OPRECHT luisteren
en "één" worden met de ander.

be an ANT for an ANT.

don't look down on them, but look at the
world from their perspective.

Rugzak

Wat is jouw visie? Wat is jouw visie?



be an ANT for an ANT.
don't look down on them, but look at the
world from their perspective.

Rug 201

The ONION analogy

SIREX

Zit vast in de in, laagjes die je eraf peult
om te komen tot DE KERN



← onion as logon?

zoals DISC,
is er een verschil tussen

- hoe je JEZELF ziet
- hoe anderen je zien
(hoe blijft dat je bent?)



(hoe dicht bij je bent?)

kunnen we inhaken op de categorieën van de
SPIRITUALITEITSWIJZER?

hoe wetenschappelijk onderbouwd zijn die?
Zijn dat ook WORLDVIEWS?

Welke term gaan we gebruiken?

WORLDVIEWS / PARADIGMA'S,

of KARAKTERS? TYPES? PROFIELEN? EIGENSCHAPPEN?

ACHTERGRONDEN? LENZEN? VISIES? KIJK?

TAAL? PADEN? VOORKEUREN? OVERTUIGINGEN? GELOVEN?

ISME?

ISME'S

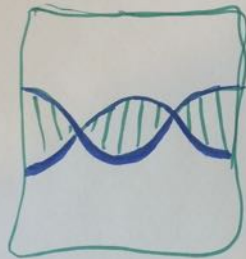
Zienwijzer

Kijkwijzer(r)

Wat is jouw ISME? Wat is jouw isme?

Wat is jouw "isme"?

GENEN?



layers going from

Social $\rightarrow$ Spiritual.

(((($\rightarrow$





article heatmap.
What sentences get
"selected / commented upon"
most ??

is it about the article, or the comments??

What are ~~people~~ looking for on the internet?
↳ in life!
young people.

"LURKERS": don't mind the "lurkers",
they'll always exist and be the majority.

→ BUILD FOR THE EARLY ADOPTERS? WHY

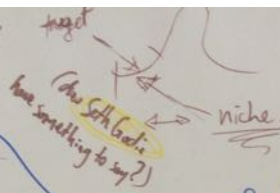
however it would be nice to know how to make
a CONTRIBUTOR out of a "LURKER".

target
(do soft goals:
have something to say?)
niche.

HIGHLIGHTER



a CONTRIBUTOR out of a "LURKER".



HIGHLIGHTER

op elke weekelijkse site kunnen highlighten
het gaat niet om een heel artikel,
maar gewoon die ene quote.

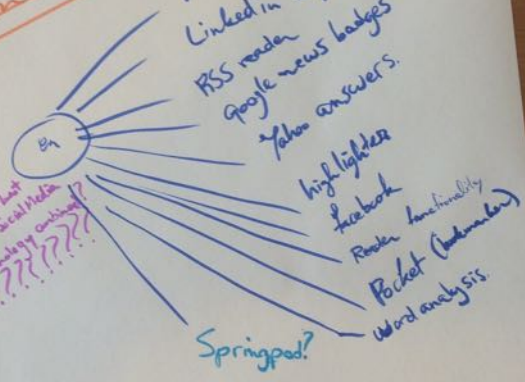
!! LET OP!
mee te maken?

Wat heeft je "voordeel" hier

Wahil tassen

ZITWATIN

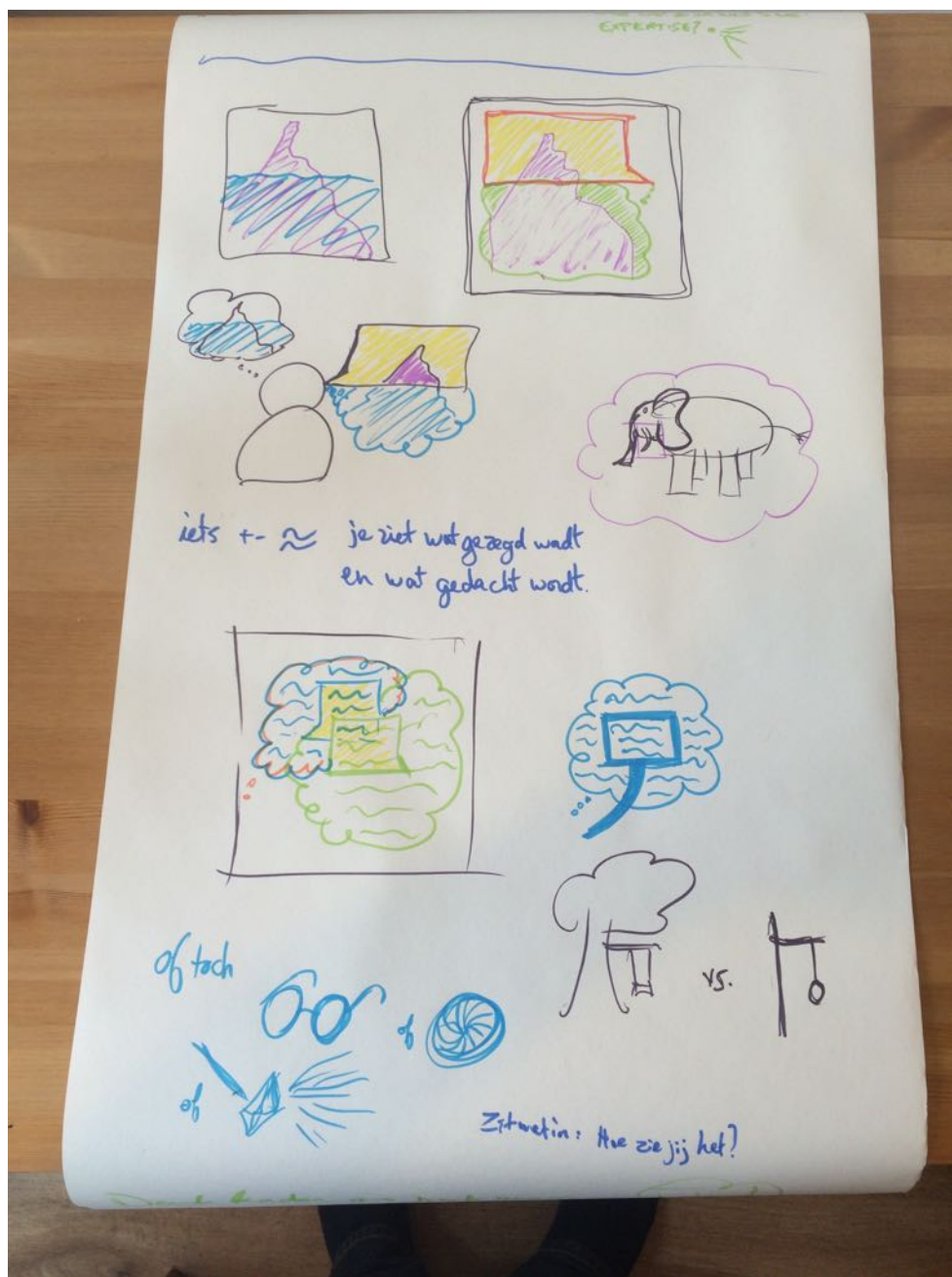
What's the USP, except for being best of the best
of all Social Media Technology online?
????????



USP: making visible
the reason why people "highlight" something?
- visualizing the expertise of some people?

what will do we want to use?
EXPERTISE?





Denk kader $\leftrightarrow$ Denk raam



Out of the box vs. in the box: denken

gezichtspunt (standpunt) Zienwijze.



VOOR DIE ÉNE PERSOON
ZIJT ER OOK ÉCHT TETS IN!
of de ander het niet ziet of niet.
Vult waarden op.
waarde bepaling

AANDACHT VOOR TOEGEVOEGDE WAARDE

data + betekenis
elkaar aanvullen.

← Jena plan didactisch?
verantwoord?

$$1 + 1 = 5$$

eⁱ e^t

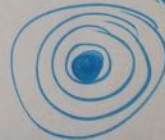
delen is verenigen

Synthese = samen brengen

symbiose $\Rightarrow$ meer dan de som

heel $>$ uit jezelf.

i++



BRIL



naheestgen
van beslagen bril
bij het benadrukken
van "hot words" en "triggers"

hot words
TRIGGERS

(big of words)
(bluren).



Aandacht voor toegeweegde waarde
vengelyken met "ideas worth spreading"

field of interest?



field of interest?

→ APPRECIATION

FEEDBACK

Polls as
#commentary

this article is

dull ^{many}
coloured (broad)
informative
radical
extreme?

idea? to person of not?

LENSES is stand of glasses.

enriching for you and rewarding for yourself

POLLS

Choose the
questions
yourself,
being the 1st discoverer.

Like Springpad/Pantrees/Pinterest: Share public boards with others

BUT WHY would people "collect" it anyway?

↳ why are people on the internet

↳ WHY DO PEOPLE SHARE?

↳ WHY would THEY SHARE 'theological' stuff

↳ why would they use ~~twitter~~ to do so?



enriching follow and rewarding for yourself

POLLS

choose the questions yourself, being the 1st discoverer.

Like Springpad/Pantrees/Pinterest: Share public boards with others
BUT WHY would people "collect" it anyway?

- ↳ why are people on the internet
- ↳ WHY DO PEOPLE SHARE?
- ↳ WHY would THEY SHARE 'theological' stuff?
- ↳ why would they use ZEPHYRUS to do so?

TRIGGERING for texts and  for comments (that add value) ?

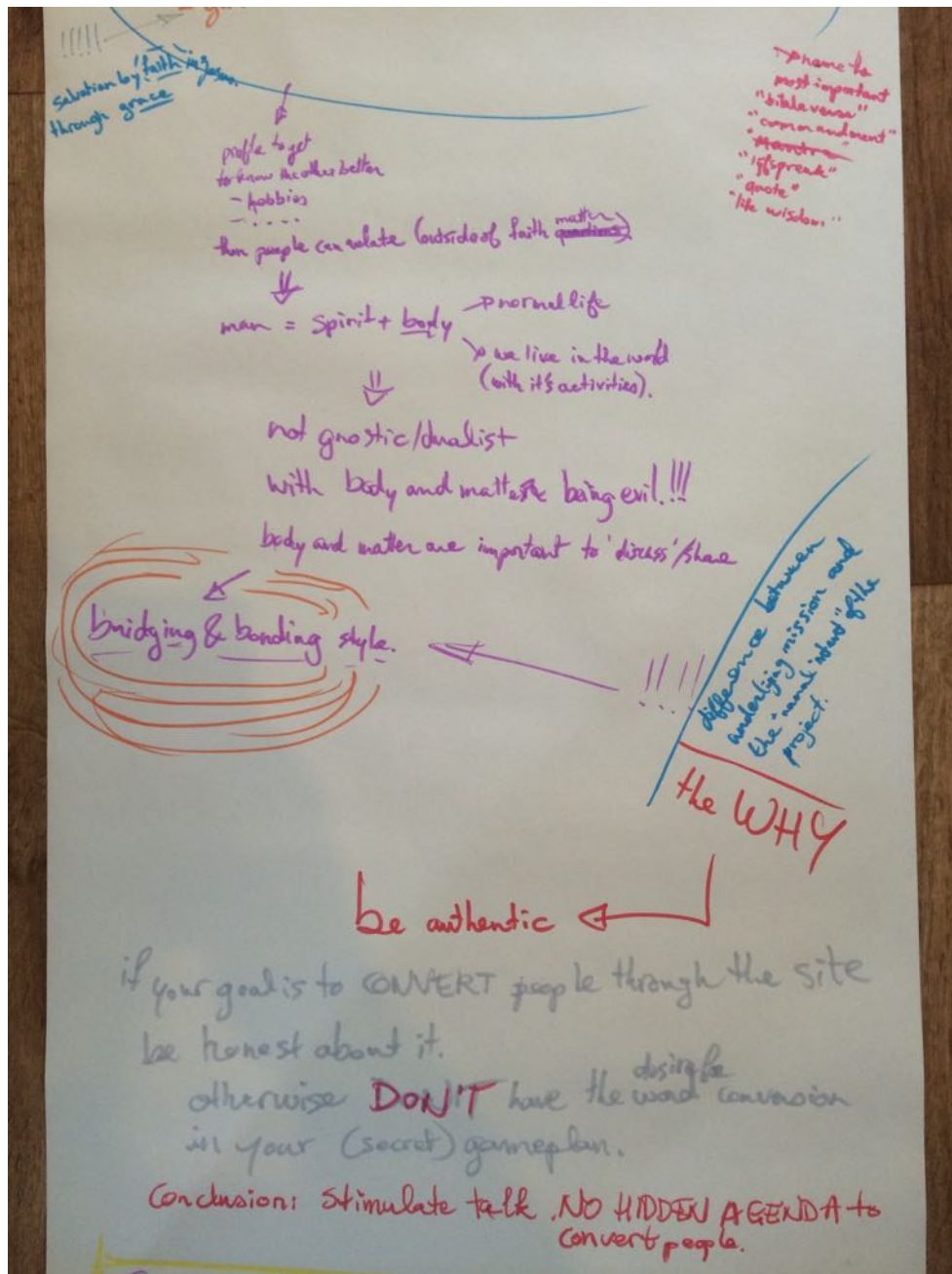
+ active

ironically Prejudice #1 about christians
is that they are judgemental.
ironisch dat wij oordeel #1 over christenen
is, dat ze oordelend zijn.
Klopt dat?
- wat belangrijk?
- genade?

Salvation by faith in Jesus
through grace

name the most important "biblical verse" common and known





Give a REASON for your faith: your mission is not to convert people.

there is a difference between NOT being realistic and not focusing on certain subjects
it's called 'narrowing things down'

POLICY: TERMS AND CONDITIONS.

You CAN use CITIZEN for OFFTOPIC bookmarking
however they won't show up in the top charts and other special views,
and you can share them (and the boards you make)

? Need for maven to add extra "control"? ?

to organize boards = game points + score name.

ZitWat in!



ZitWat.in net een web



regenboog op een spinnend web?



EMOTION
"exciting" → "inspiring"



Bijlage 2 - Welke waarden moet Zitwat.in uitdragen?

Wolfgang, oprecht, geduldig, nieuwsgierig, uitdacht, slim, avontuur,
bent, oprecht? he? / p mensje (een vragant)

Dad / Strategie:

- Studie van een prototype/plan met jongeren om toegankelijk te
zijn voor generatie online. Dit kan variëren, van
"overstrooming".
- Competitie (deze niet aanbieden) (3) ontwerpen voor
jongeren in technische taal en via meerdere kanalen
- Integratie met reeds bestaande sociale netwerken

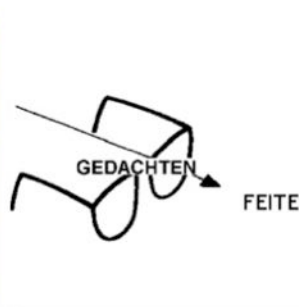
Concrete uitwerking:

- Uitschrijven
- Toegankelijkheid testen op papier!
- Toegankelijkheid testen uitgangspunt voor uitwerking. Dit kan
variëren in vragen stellen, met verwachting te zijn publiek aanwezig (direct of
indirect)
- Inhoudelijke content op basis van verschillende belangrijke
criteriën: impact
- 7 maanden in productie en "testen"
- "overstrooming" (overstrooming)
- HTML5
- RSS-kanalen, commentaar
- gedrag commentaar van pagina
- Facebook API (toen)

Niet meer het succes, maar de reactie/commerciëleering op het idee van de
"vraag" is het "antwoord", wat de groepsgedachte was.

• reactie: online aan de hand

Method: "what would van 5072" = leden "What" op populatie (nieu) "van 5072"
= commentaar op 5072 (de reactie) = "overstrooming" (nieu) (nieu) (nieu) (nieu) (nieu)



 **Bas Kuipers**
Voor mij is het; Zit wat in = Je hebt daar wel een punt, maar ik sluit nog niets uit. Niet heel doorslag gevend dus, maar het heeft wel ruimte voor een discussie.

5 minutes ago · Edited · Unlike ·  1 · [Reply](#)

 **Andrew van Ingen**
En als het nou juist wel super interessant is, om te delen. Wat zeg je dan?

Bas Kuipers
Dan zeg ik; ik ben benieuwd hoe
daar over denkt. (die puntje puntje
zou ook God kunnen zijn of een
andere heilige engel)

POSTING GUIDELINES

We hope the conversations that take place on HBR.org will be energetic, constructive, and thought-provoking. To comment, readers must sign in or register. And to ensure the quality of the discussion, our moderating team will review all comments and may edit them for clarity, length, and relevance. Comments that are overly promotional, mean-spirited, or off-topic may be deleted per the moderators' judgment. All postings become the property of Harvard Business Publishing.

```

graph TD
    treasure((treasure)) --- possession
    treasure --- gem
    treasure --- hold_dear[hold dear]
    treasure --- cherish
    treasure --- assemblage
    treasure --- aggregation
    treasure --- collection
    treasure --- hoarded_wealth[hoarded wealth]
    treasure --- appreciate
    treasure --- value
    treasure --- prize
  
```

The Cultural Iceberg

Easy to see (Visible above water):

- Language
- Food
- Drinks
- Traditions
- Landmarks
- Industries and Heritage

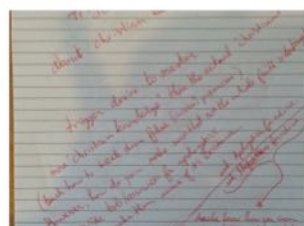
Difficult to see (Invisible below water):

- Values and assumptions
- Self-identity
- Half-identity
- Core values
- Beliefs to authority
- Shame
- Blame
- Body language
- Intergenerations
- Concept of citizenship
- Attitude toward school
- Family values
- Gender roles
- Appreciation to health and medicine
- Humor
- Relax of conduct
- Concept of justice
- Sense of morality
- Pride
- Compensation
- Attitude toward the environment
- Exaggeration
- Work ethic
- Challenging practices
- Guiltless
- Therapeutic practice

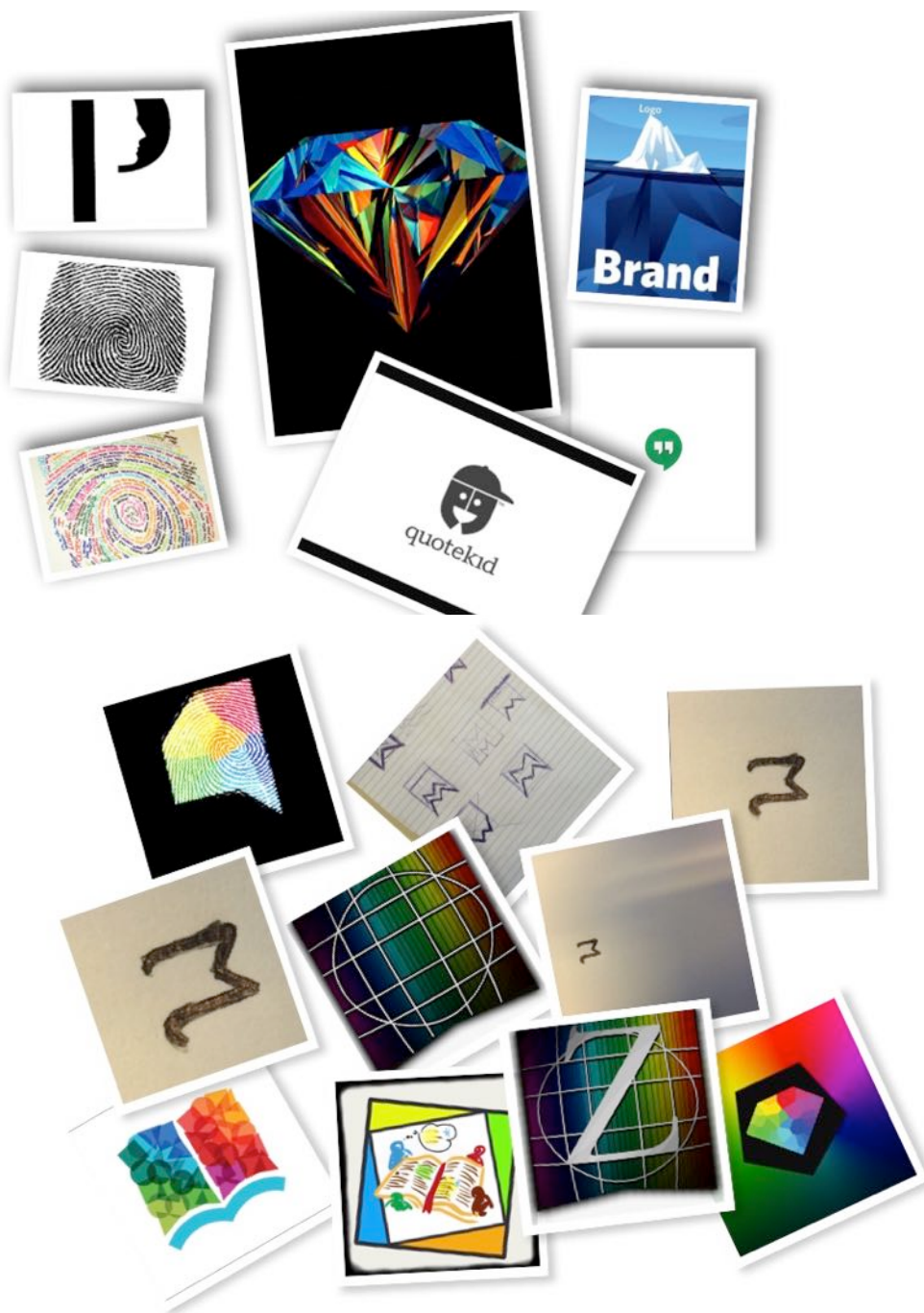
een KOMMA maken
' , > . ! ' ?
'Kommas zijn greater dan punten!' Of
niet ?

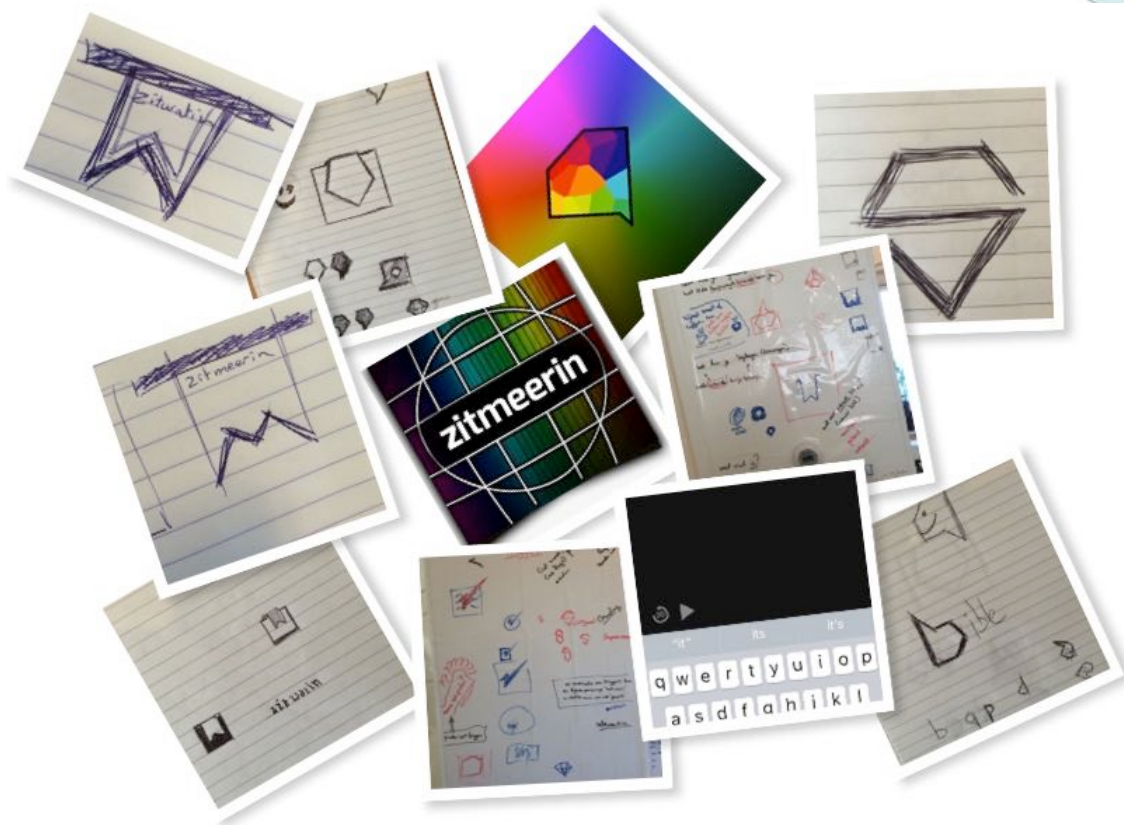
Zitwatin: voeg meer toe!!

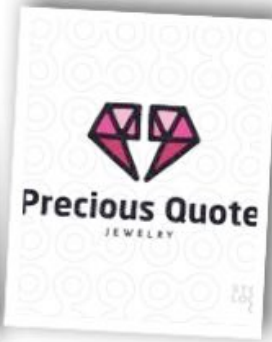


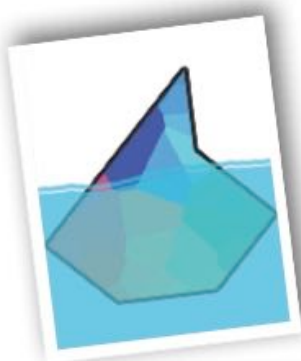


Bijlage 3 - Welk logo of beeldmerk straalt het gedachtegoed van Zitwat.in uit?









Bijlage 4 - Wat is goede content voor op Zitwat.in?

Te vinden op: <http://www.zitwat.in/de-artikelen/>

Community Bijdragen

U vindt 7 berichten in de categorie Community bijdragen op deze blog.

- **Duur betaald koopje**
- **EO jongerendag, 1x maar nooit weer**
- **Gouden tijden**
- **Van vooroordelen naar bijna geloven?!**
- **Vol maar on vervuld**
- **Waarom mijn zus een van mijn geloofshelden is**
- **Wat is mijn doel hier op aarde?**

Persoonlijke Bijdragen

U vindt 19 berichten in de categorie Persoonlijke bijdragen op deze blog.

- **Avonturen**
- **Blik gericht op Jezus**
- **Gebaande wegen**
- **Gods leiding**
- **Groeien in éénheid**
- **Groeien in vertrouwen**
- **Groeien Ontmoeten Delen**
- **I desire Cola**
- **Laat God je struikelen?**
- **Nader tot God**
- **Nieuw beginnen**
- **Onder Gods hoede**
- **Ontmoeten in vrijheid**
- **Staan... in de kracht van de Heer**
- **Stenen op de weg**
- **Vallen en opstaan**
- **Veilig je grenzen verleggen**
- **Verbonden**
- **Vertrouw op de Heer**

Kort en Krachtig

U vindt 3 berichten in de categorie Kort en Krachtig op deze blog.

- **Laat God je struikelen?**
- **Vraag door!**
- **Wees WIJS**



Voor u gelezen

U vindt 36 berichten in de categorie Voor jou gelezen op deze blog.

- [4 redenen voor verliefdheidsvermindering](#)
- [8 Bijbelverzen die waarschuwen tegen een lauw geloof](#)
- [Bidden zonder knoflook graag](#)
- [Bitterzoet](#)
- [COLUMN: Maagd zijn is niet altijd leuk](#)
- [De geloofsbeleidens van nix](#)
- [De Heilige Geest is een cadeau](#)
- [Eenheid onder christenen?!](#)
- [Eenheid van gelovigen](#)
- [Flexibel geloven](#)
- [Geen geloof zonder ratio](#)
- [Geluksfundamentalisme](#)
- [Gewone radicaliteit](#)
- [Gewoon afbreken die kerken](#)
- [God + iets = niets](#)
- [God geeft meer ruimte dan ouders en dominees](#)
- [God kennen](#)
- [Het grote gebod: wees succesvol!](#)
- [Het Nieuwe Testament bevat meer geboden dan de Tora](#)
- [In slaap vallen tijdens Bijbellezers](#)
- [Kerk niet tegenóver de wereld](#)
- [Lang leve ongelukkig zijn!](#)
- [Lectio Divina](#)
- [Leven als een god op Facebook](#)
- [Meer of minder azijnpissers?](#)
- [Niemand weet hoe je papa's maakt](#)
- [Onderzoekt beweert: vergeving niet altijd het gezondst](#)
- [Originaliteit als opdracht](#)
- [Seks voor het huwelijk](#)
- [Serieuze shizzl](#)
- [Stop de geestelijke burgeroorlogen!](#)
- [Twijfelpacifist](#)
- [Van vooroordelen naar bijna geloven?!](#)
- [Wat is mijn doel hier op aarde?](#)
- [Werkelijke communicatie met God is mogelijk](#)
- [Zijn de ambtsdragers inmiddels anders?](#)



Bijlage 5 - Hoe ervaren (christelijke) sites de reactiemogelijkheid?

Dag X,

Zou ik je wat vragen mogen stellen betreffende het reactiedeel van X?

We hebben wel eerder contact gehad, maar ik wil me even wat verder voorstellen.

Ik ben Andrew van Ingen, 26, zendelingszoon. Meestal omschrijf ik mezelf als Passievol over Christus, Media, Innovatie, Educatie, Bordspellen & Geïnteresseerd in Design, UX, Psychologie, Sociologie, Gamification en zooooo veel meer.

Ik werk al enkele jaren bij de EO, maar door omstandigheden moet ik nog steeds afstuderen van mijn opleiding Communication and Multimedia Design (NHL).

Dat moet nu echt een keer af. Zodoende werk ik nu hard aan mijn afstudeerproject genaamd Zitwat.in

Zitwatin is 'een social bookmarking tool voor het verzamelen van maatschappelijke en levensbeschouwelijke content, met bijbehorende discussie platform, beschikbaar als app, waar jongeren op een constructieve manier kunnen bijdragen en reageren op elkaars zienswijze'.

Door de jaren heen is de focus van mijn afstudeerproject geregeld verlegd. De visie bleef echter steeds hetzelfde. Voor mijn afstudeerproject ga ik nu één zeer specifiek en uniek deel van dit platform behandelen: het dialoogsysteem! Waarom?

"Wat voor app kan jongeren faciliteren om levensbeschouwelijke content die ze tegen komen te delen met anderen?" is een tijdje mijn hoofdvraag geweest. Ik realiseerde me dat een veilige community hiervoor een voorwaarde was. En om dat te bewerkstelligen zou een adequaat reactiesysteem nodig zijn. Ik merkte dat onderzoek hiernaar al een project ansich was. Dit is zodoende uiteindelijk het aandachtspunt van mijn afstudeeronderzoek geworden.

Voor mijn onderzoek zoek ik naar hoe universele principes, uit onder andere de psychologie en sociologie, toegepast kunnen worden in mijn ontwerp van het online dialoogsysteem (werktitel **Re:spect**).

Hoe ervaren jullie de reacties op X?

Modereren jullie die?

Denken jullie er wel eens aan om een andere tool te gebruiken?

Elsevier is gestopt met reacties toestaan. Hebben jullie dat ook ooit



overwogen?

Zien jullie meerwaarde in het hebben van een reactiedeel?

Hebben jullie weleens echte constructieve bijdrages in de reacties?

En uiteraard als laatste vraag: zou je belangstelling hebben in mijn eindproduct? (onderzoek/idee/concept/designs) Zou je mee willen denken?

Ik zie uit naar je reactie.

Vriendelijke groet,

Andrew



Paul de Vos (BEAM)

**Naar aanleiding van de mail werd ik uitgenodigd voor een gepraat.
Hier volgen een aantal steekwoorden uit het gesprek.**

reacties op beam:
merken dat God hen liefheeft
brede blik op geloof (schuren..)

als duidelijk niet mee eens
geen sterke mening >, geen reactie
scherpe randjes

modereren weinig / niks

agressief = weinig >>

reageren tegenwoordig wel
wedervraag
knipoog

je merkt dat mensen elkaar gaan nuanceren / verbeteren / andere
zienswijze...
(vaak niet open)

bij schenen schoppen komen reacties.

de wil is er wel om meer reacties te krijgen, (ook bij niet scherpe artikelen)

wel gelezen, weinig gedeeld

sinds wanneer reageert je redactie?
maand of 3

Er wordt gebruik gemaakt van Disqus



Tineke van der Velde (Manager – Geloven Digitaal, EO)

**Naar aanleiding van de mail heb ik een face to face interview gehouden met Tineke van der Velde.
Hierbij de hoofdpunten.**

Bestaan van KCC: klantenservice is er altijd al geweest
publiek inschakelen

gelijkwaardigheid > worsteling

spuimodus

filteren - aan de voorkant duidelijk en helder maken wat je wilt
en dan terugpraten

journalisten hebben de neiging vaak niet in gesprek te gaan
nujij is een flauwe vergelijking

Aan de techniek kant zijn er veel kansen

10 jaar geleden was het reactiedeel een vuilnisbak
vervelend + duur / censuur betichting / trolling
dus toen uit
wel Social Media Team gebouwd

grappig: nieuwste ontwikkeling (Nazorg) (1 stap verder) : het terugpraten na
een reactie is Nazorg 2.0
klanten contact personaliseren

connectiveness > toegang tot iedereen > geen barrières meer (dat gevoel)

verbondenheid
community blijvend versterken

--==--==

meerwaarde?
Eva zet meer de vragen uit.
Nog geen constructieve bijdrage.



oud Nazorg is nu Geloven Digitaal.

— —

Lazarus:

het flirten van de protestanten met de katholieken
daar werd een vraag gesteld en kwamen veel (inhoudelijke) reacties op.

generiek bouwen, dus niet zelf bouwen.

social media OF plugins?

Dicht bij je eigen merk! dus niet per sé het platform.
Het verkeer met het contact.

EO ND project:

iedere gebruiker kan een influencer zijn.
daar wordt ook nagedacht over het reactiedeel.

— —

Training geven over “oproepjes” maken (vooral doen, testen, soft-
launcherig)

getriggerd door techniek kan discomfort oplossen

Kun je de discomfort benoemen?

“Hoe voorkomen we het rioolgehalte van comments?”

Hoe kan techniek daar een oplossing voor geven?
Zou er een manier voor zijn / app / die er voor zorgt dat je tussen bepaalde
tijdstippen geen tweets kunt posten.?

meer vanuit accountability:

discomfort: “dat je niet in staat bent om je comments open te zetten” ...



Rik Bokelman (Christelijk Informatie Platform, cip.nl)

**Naar aanleiding van de e-mail nam ik telefonisch een interview af.
Hierbij een aantal steekwoorden.**

Reacties op CIP:
positieve en slechte en middelmatige.
menselijk

Nuances horen bij reageren.

Oproep...

30 artikelen vs 5 verhalen per dag
(alle lagen van de samenleving)

Mensen laten zich niet sturen.

misschien de eerste paar...
Of het daarna zo blijft...
+ de schrijver kan niet zomaar reageren op CIP
meerwaarde van kwalitatieve gesprek.

De facebook commenting leverde meer verkeer op.
En niet meer anoniem reageren.
- makkelijk mensen uitsluiten (hidden) (amper)

reacties stoppen:
- wel gedacht
- niet gedaan want sommige reacties zijn super leuk

niet Disqus ivm weer een account maken.

Vragen on topic.
hoe zorg je dat de bot on topic vragen stelt?



Wijnand Voogdt (Candle)

**Ook met Wijnand Voogdt heb ik een telefonisch interview afgenomen.
Hierbij een aantal hoofdpunten.**

Waarom geen reactiemogelijkheid?

De reacties vormen meer content dan het stuk.

Doorgeef luik zijn.

- Het artikel op zichzelf laten zijn.
- Ook om de 'respectvolheid' te garanderen.
- Moderatie zou duur zijn.

Toch wel een beetje overwogen.

Alexander Klopping: belangrijk om te zien hoe anderen erop reageren.
daar direct dingen te kunnen aanbevelen.
idee dat het niet veel gebruikt wordt.

Community bouwen?

Zijn jullie nog van plan om een community te bouwen?

Wel iets wat ze overwegen. Betrokkenheid creëren.

De focus ligt er niet.

Geen mooie discussie tussen uitersten.

Mensen schieten in hun eigen verhaal.

Een botje?

Op zo'n manier zou wel een verrijking zijn

Het vervelende van comments: ik ben wel geneigd ze te gaan lezen.

"Ik vind het kennelijk wel door getriggerd / belangrijk"

Wat heeft een ander er nou uitgehaald

Wat zag de ander dat nog ontbrak.

Commenting

Overwegen om te modereren.

Mensen gebruiken techniek

"Techniek zal niet mensen veranderen"

Nuance brengen



ND

Reactie per mail.

Dag Andrew,
Zie hieronder de antwoorden inline.
Veel succes met je afstuderen.
Met vriendelijke groet,
Marieke Westerterp

Hoe ervaren jullie de reacties op het ND?

Ik neem aan dat je de site nd.nl bedoeld. Wij hebben geen reacties op nd.nl. N.a.v. de vele niet inhoudelijke reacties en reacties met ongefundeerde meningen zijn we ertoe over gegaan geen reacties meer toe te staan.

Modereren jullie die?

Dat hebben we wel gedaan. Maar nu niet meer. We hadden ook een systeem waarbij mensen zelf vlaggen konden uit delen. Bij drie vlaggen werd een reactie verwijderd. Die tool werd misbruikt om elkaars reacties te verwijderen.

Denken jullie er wel eens aan om het anders aan te pakken?

Elsevier is gestopt met reacties toestaan. Hebben jullie dat ook ooit overwogen?

Wij zijn inderdaad gestopt met het toestaan van reacties.

Zien jullie meerwaarde in het hebben van een reactiedeel?

Wij hebben wel een tool waarbij we lezers oproepen om te reageren, maar dan naar aanleiding van onze vragen en verzoeken. Dat levert betere resultaten op. Zie meedenken.nd.nl/

Een selectie van lezers die hun mening sturen naar onze opinieredactie komt bijna dagelijks in de krant. Dat heet 'ingezonden' bij ons.

Hebben jullie weleens echte constructieve bijdrages in de reacties?

Een enkele keer.

En als laatste vraag: zou je mee willen denken?

Wat bedoel je precies? Meedenken bij je afstudeerscriptie of bij de app?



Als antwoord op mijn e-mail kwam deze reactie.

Re: Vragen tbv Afstudeeronderzoek

Beste Andrew,

Hierbij hopelijk wat antwoorden waar je wat mee kan op jouw vragen:

Hoe ervaren jullie de reacties op Refoweb? Modereren jullie die?

Over het algemeen zijn ze constructief. Voor het grootste onderdeel van de site, de vragenrubriek, hanteren we strenge voorwaarden. De reactie mag geen afbreuk doen aan het antwoord van de deskundige (ze stellen tenslotte vrijwillig hun tijd ter beschikking, kunnen zich niet verweren en bovendien vragen wij naar hun mening) en de bijdrage moet wat toevoegen. Een vraagsteller onder vuur nemen, is bijvoorbeeld niet gewenst.

Op het forum (dat neem ik ook maar mee omdat je daar ook reageren kunt) is veel meer mogelijk en daar laten we het wat meer begaan. Ook daar zijn we tevreden over.

Om er voor te zorgen dat er voornamelijk zinnige reacties geplaatst worden, verwijderen we consequent de off topic-berichten in serieuze onderwerpen. Dat kost wat tijd maar het levert een hoger niveau van discussie op.

Denken jullie er wel eens aan om een andere tool te gebruiken?

We hebben wel eens gedacht aan Disqus of het toestaan van Facebook-reacties. Dat is technisch alleen wat lastig. De vraag is tevens of dat het voor buitenstaanders niet te makkelijk maakt om (negatief) te reageren en of het aantal reacties niet enorm toe gaat nemen. Zie ook CIP.nl voor dit probleem.

Elsevier is gestopt met reacties toestaan. Hebben jullie dat ook ooit overwogen?

Nee, nooit. De goeden moeten niet lijden onder de kwaden. Ik snap wel dat het (te)veel tijd kost en dat dan deze afweging wordt gemaakt.



Zien jullie meerwaarde in het hebben van een reactiedeel?

Absoluut. Ik vind het altijd mooi om te zien als er bemoedigende woorden zijn van bezoekers voor een vraagsteller die in de problemen zit. Bovendien kun je van elkaar leren op deze manier en kan het een steun zijn dat je niet alleen staat. Op het forum is het mooi dat men zelf actuele onderwerpen op de agenda kan zetten.

Hebben jullie weleens echte constructieve bijdrages in de reacties?

Veel. Door streng te modereren. We lezen alles. Dat kost dus wel veel tijd, deels met inzet van vrijwilligers.

En uiteraard als laatste vraag: zou je belangstelling hebben in mijn eindproduct? (onderzoek/idee/concept/designs) (gewoon gratis)

Zouden jullie mee willen denken?

Voor mij is het nu nog wat abstract. Ik begrijp dat het o.a. een aparte app gaat worden. Dat lijkt me er lastig in te passen in de structuur van het huidige Refoweb, qua bestaande systemen m.b.t. registratie, inlog, reactiemogelijkheid, advertenties etc.

Daarnaast hebben we weinig tijd om hier mee bezig te zijn.

Groet en succes!

Henk



Jaap Marinus (Staat geschreven)

De reactie van Jaap Marinus op de vragen.

Ha Andrew, hier is ie dan eindelijk: mijn reactie!

Hoe ervoer je de reacties op SG? Kreeg je veel reaguurders?

De ene keer meer dan de andere. Reacties waren vaak anoniem en men praatte langs elkaar heen. Dit kwam met name door verschil in paradigma's: atheïsten en orthodox gelovigen.

Modereerde je?

Ja

Heb je destijds gekeken naar andere tools voor commenting?

Ja, Facebookreacties is een serieuze optie geweest. Ook het raten van reacties zat in de pijplijn, maar toen duidelijk werd dat we gingen stoppen hebben we dat niet meer doorgevoerd. Zie dumpert.nl voor een goed voorbeeld.

Was er meerwaarde in het hebben van een reactiedeel?

Ja, je bezoekersaantallen gaan erdoor omhoog, mits er discussie ontstaat. Ik heb ook altijd wel gezegd dat wij de eerste reactie geven en dat reaguurders een aanvulling (kunnen) zijn op het geschrevene, omdat we nooit volledig en genuanceerd kunnen zijn in een paarhonderd woorden.

Heb je weleens echte constructieve bijdrages gehad in de reacties?

Ja hoor

En uiteraard als laatste vraag: zou je belangstelling hebben in mijn eindproduct, misschien voor een ander platform dat je beheerd?

(onderzoek/idee/concept/designs) (gewoon gratis 😊)

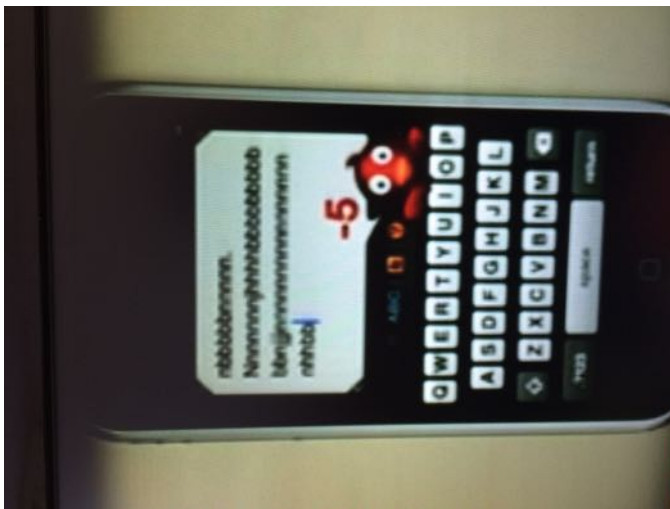
Je mag me altijd sturen wat je hebt. Ben zelf niet meer zo online bezig, vooral offline ;)

Hartelijke groet,

Jaap Marinus



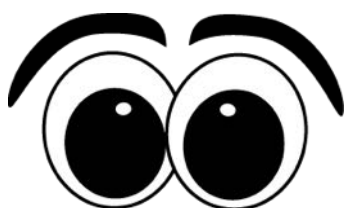
Bijlage 6 - Hoe kun je ogen op een niet storende manier verwerken in het design?



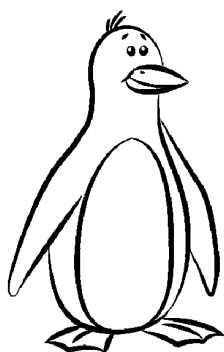
BIG BROTHER



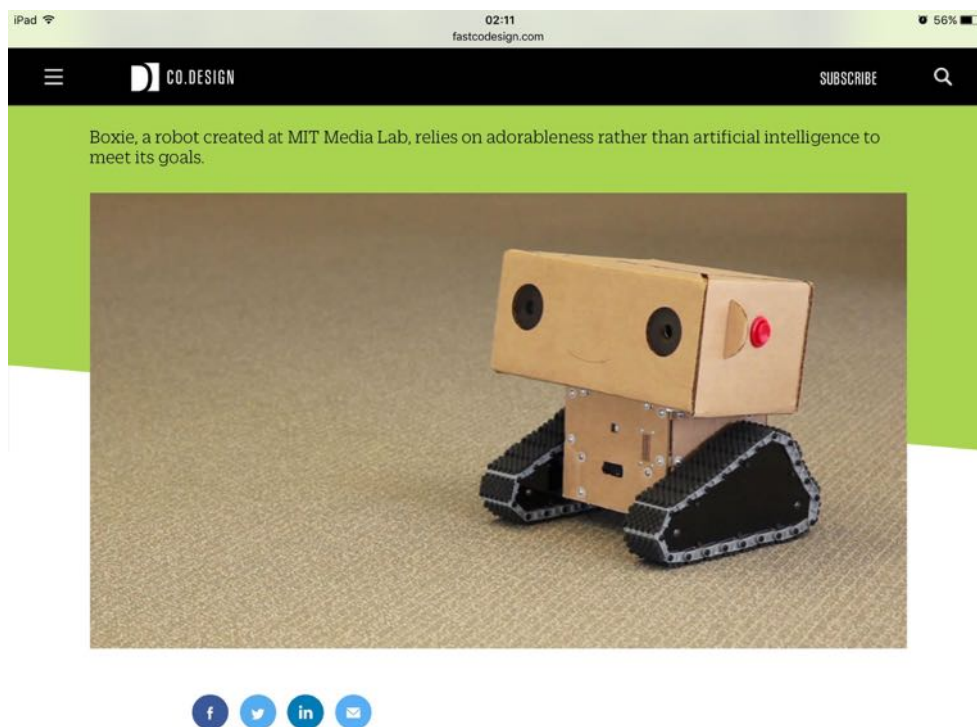
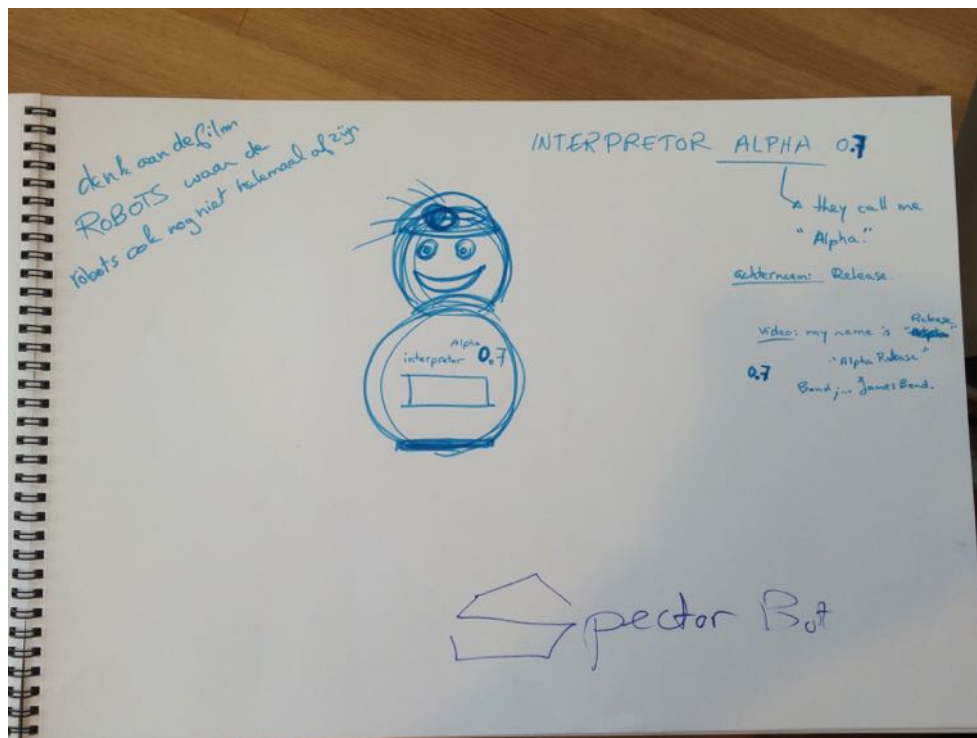
IS WATCHING YOU

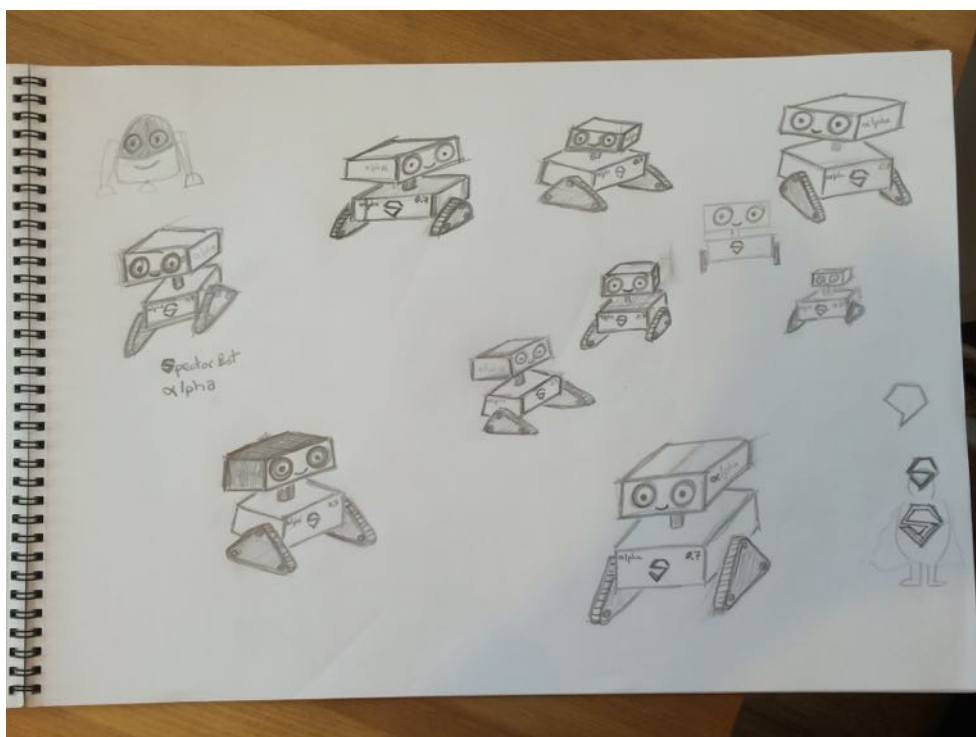
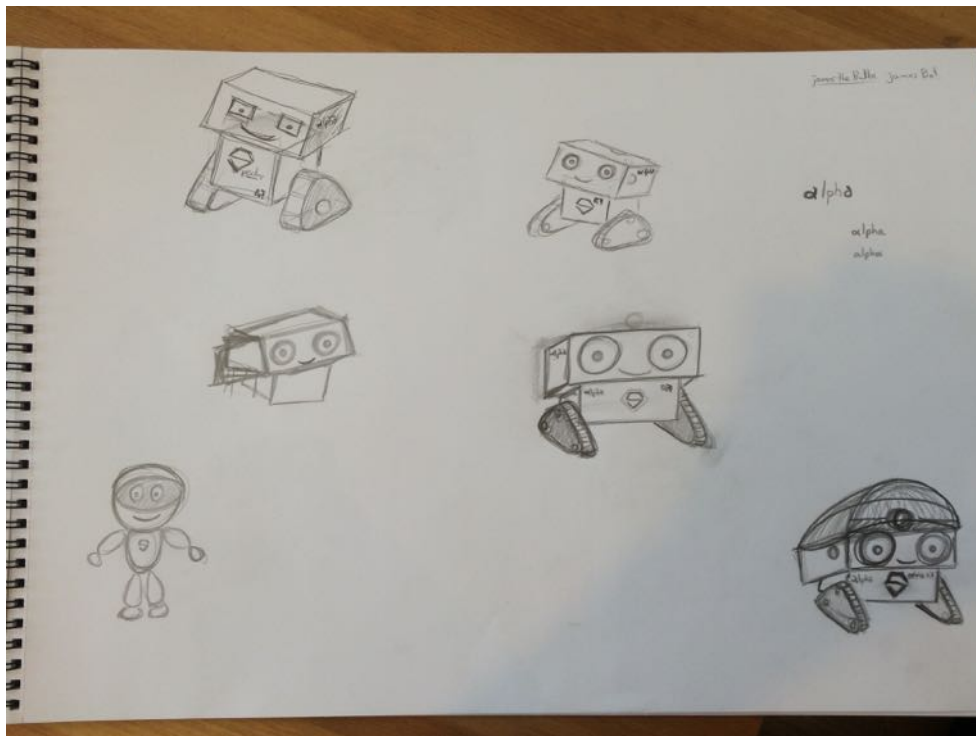


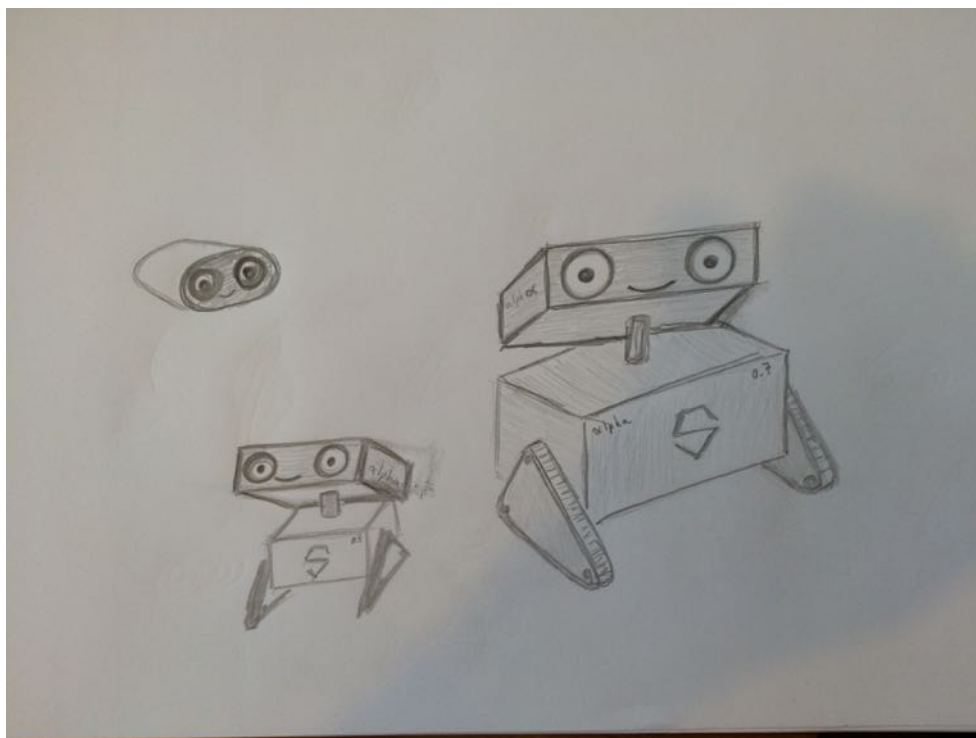
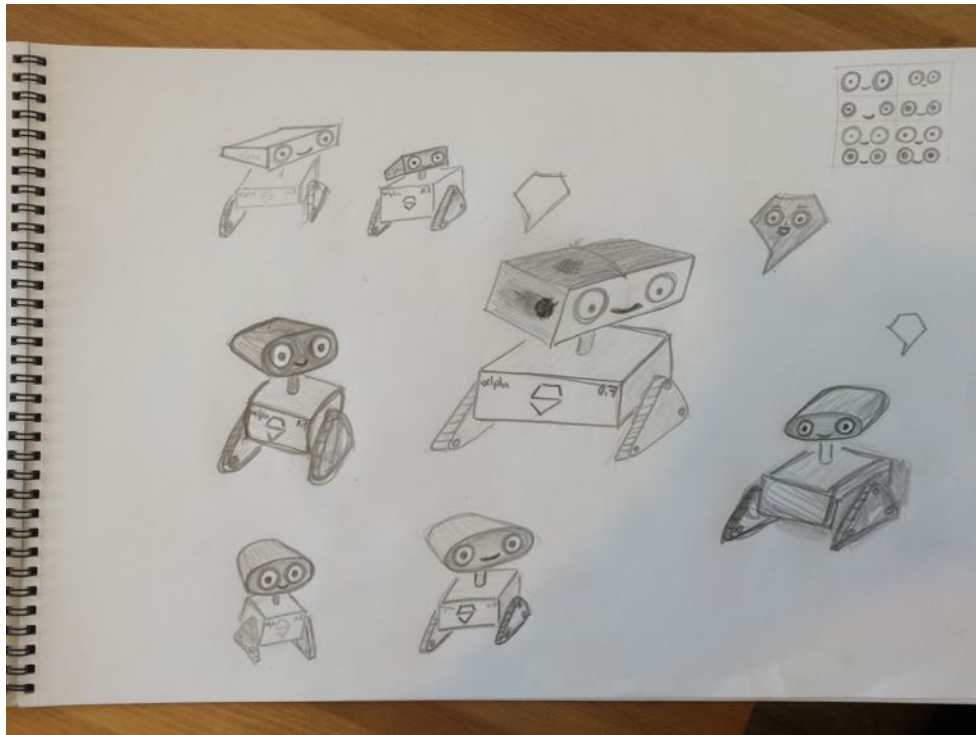
created 15h last reply 12h 2 replies 85 views 2 users 2 likes 1 link  



Bijlage 7 - Hoe design je een vriendelijke robot?







Bijlage 8 - Wat moet in de tekstballon van Spector?

vodafone NL

21:33

41%

<

Review How to Get Peop...

How to Get People to Do Stuff

By Susan M. Weinschenk

Narrated by Jo Anna Perrin

Overall :

★★★★★

Performances :

★★★★★

Story :

★★★★★

Write a full review? ^

Enter a headline for your review (required)

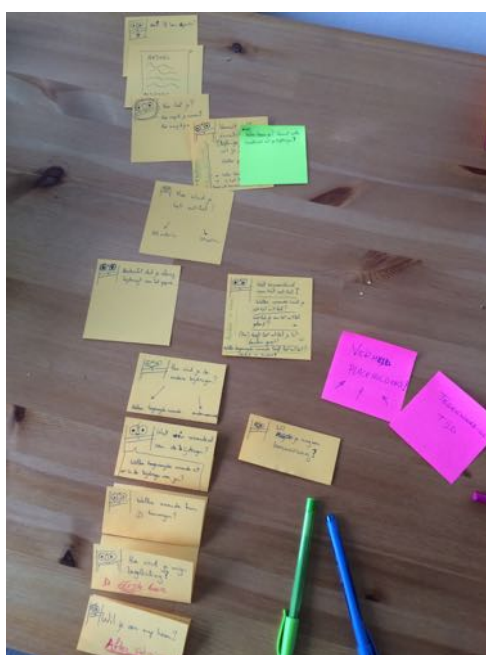
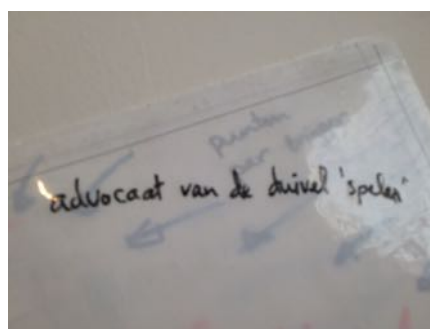
Write your review here (required)

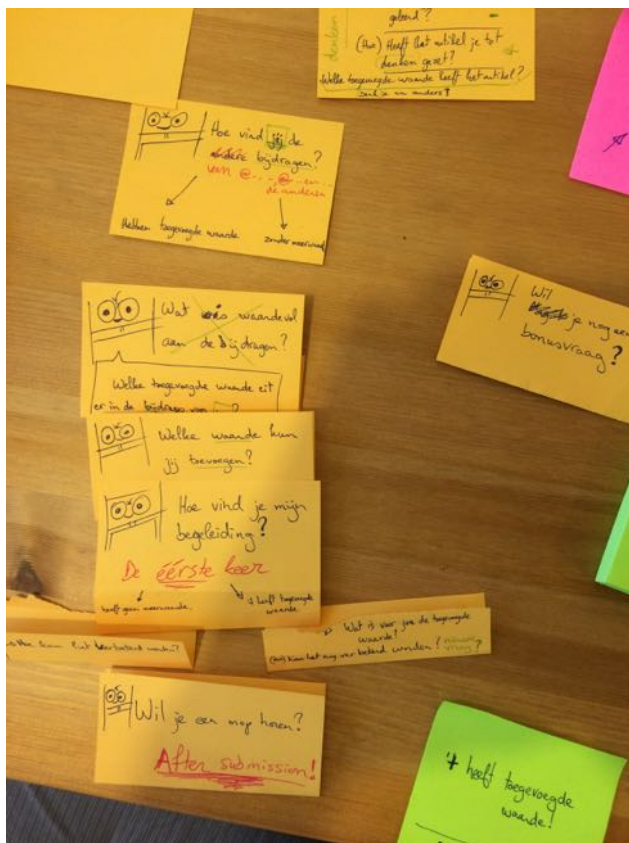
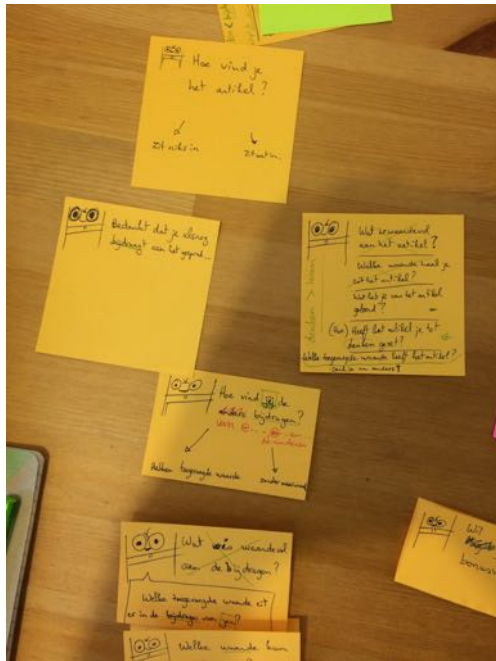
What did you like or dislike?

Whom would you recommend this book to?

Why did you choose this rating?

Submit





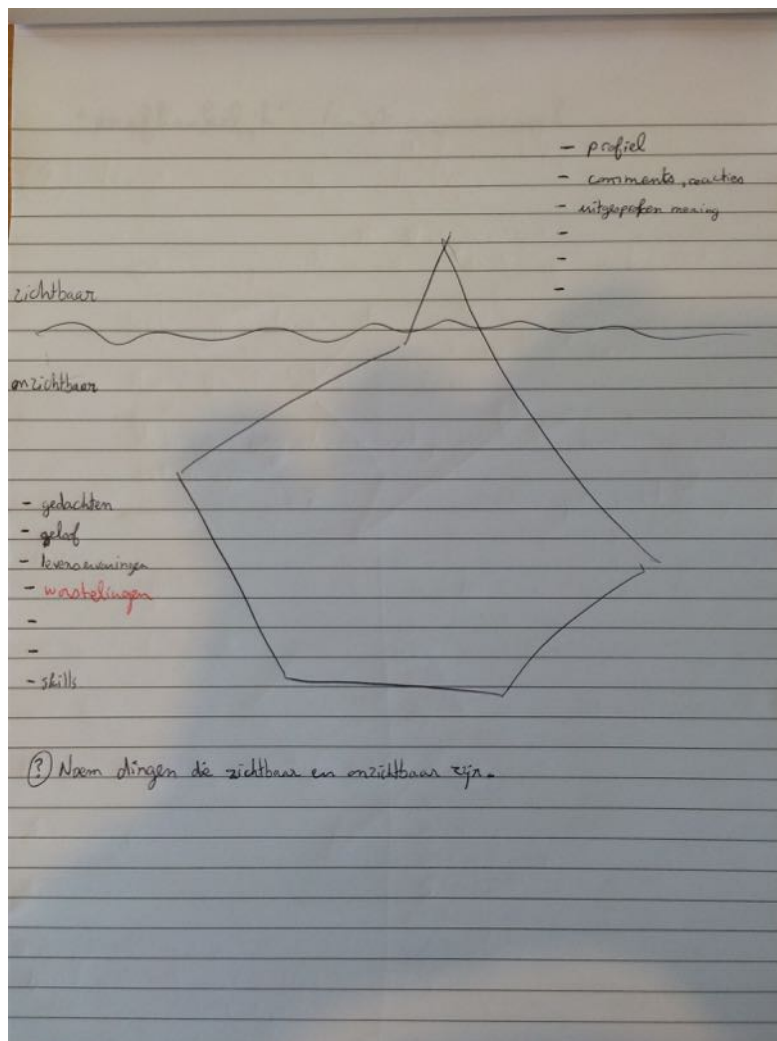
③ Vragen om te stellen

ben jij wel eens "bot" op internet? *wees geen bot! Denk teugwel!*

heb je daar dan achteraf spijt van?

Hoe komt dat?

Heb je ~~wees~~ ideeën wat je een stimuleren minder bot te zijn? *wees geen bot! Toegeswel!*



Patrick Koning (Mediawijsheid in de klas)

- Hi Andrew,
- At 2:58 PM, Patrick Koning said the following:
Interessante casus ;-))Zie je de meerwaarde van een omgeving zonder reaguurders? Zie je meerwaarde voor een tool die jongeren helpt om te reflecteren over hun reacties voordat ze die plaatsen? Denk je dat het mogelijk is om via gamification jongeren te motiveren om zo'n reflectie-proces te ondergaan? En als laatste vraag: zou je mee willen denken?
- At 3:02 PM, Patrick Koning said the following:
Zie je de meerwaarde van een omgeving zonder reaguurders?
Veiligheid (pyramide van Maslow) is een basis behoeften van mensen. En dus ook een randvoorwaarden van een community. Zonder veiligheid laat je jezelf niet zien. Ik kan me voorstellen dat als het om geloof gaat dit mogelijk nog extra van belang is. Op veel fora schieten de verwijten over een weer. En is het soms een sport om de ander in de gordijnen te jagen. Ik denk dat er mogelijk ook een redactie moet zijn om personen of commentaar te verwijderen als deze buiten wet- en regelgeving gaat. Ik gebruik regelmatig besloten Facebook groepen hiervoor.
- At 3:04 PM, Patrick Koning said the following:
Zie je meerwaarde voor een tool die jongeren helpt om te reflecteren over hun reacties voordat ze die plaatsen? Hoe zie je dit voor je? Een checklist met: 1. is je reactie discriminerend van aard? 2. is je reactie aanstootgevend voor anderen? ... Ik ken dit concept (nog) niet, maar kan me voorstellen dat het je even aan het denken zet voordat je op send (eigenlijk moet je 2x op send drukken) drukt.
- At 3:06 PM, Patrick Koning said the following:
Denk je dat het mogelijk is om via gamification jongeren te motiveren om zo'n reflectie-proces te ondergaan? Interessante vraag ;-)) Ik kan me voorstellen dat je punten kunt verdienen als je respectvol met anderen omgaat. Een soort xp points voor respect?! Al weet ik niet of dat voor een gemiddelde jongeren belangrijk



ervaren wordt?! Kun je status verdienen met respectvol zijn? Of ben je dan juist suf?! Ken je mijn collega Sem van Geffen? Hij houdt zich bezig met Gamification. Hij kan hier zeker over meedenken.

- At 3:08 PM, Patrick Koning said the following:
En als laatste vraag: zou je mee willen denken? Ik ben wel benieuwd naar je verdere ideeën. Met name het reflectiedeel vind ik interessant. En is mogelijk universeel toepasbaar ;-))
- At 3:08 PM, Patrick Koning said the following:
Ben benieuwd naar je reactie.

Mijn reactie

Dank voor je koppeling met Maslow, wat betreft 'veiligheid'. Moderatie zou zeker meerwaarde hebben. Echter is dat vaak achteraf. Mijn visie is om écht vóóraf al veel te ondervangen. Ik geloof dat sociale wetenschappen hier wel al adviezen voor hebben. (kleurgebruik, afbeeldingen, woordkeuzes)

Ik zit onder andere inderdaad te denken aan een checklist met dat soort vragen.

Ook denk ik aan iconen die groen worden wanneer

- je hooguit 1 woord in hoofdletters hebt getypt
- je reactie meer is dan 120 tekens (kan ook een ander getal zijn, maar iig meer dan OK of EENS of een emoticon)
- je reactie minstens 1 kernwoord hergebruikt (ik twijfel hier nog over) : dat is dan een woord uit het hoofdartikel of uit 1 van de reacties (en niet een lidwoord)
- wellicht minstens 1 vraag aan anderen bevat (zodat elke reactie een richtlijn geeft van hoe het gesprek verder kan lopen)

Daarnaast heb ik van verschillende mensen (waaronder jij) de tip gekregen om een 'preview' knop (reflecteer/inspecteer) (met tekst: "weet je zeker dat je dit wilt plaatsen?" (of misschien iets beter) toe te passen met daarna pas een 'publiceer' knop.

Wellicht met de "optie" om je eigen "keyword" te highlighten (zodat ik



check dat ze hun stuk echt even hebben nagelezen, en omdat het wellicht meerwaarde heeft). Wat vind je daar van?

Ik heb Sem net gemaïld met de vraag of hij mee wil denken.

Ik zat vroeger te denken aan XP points en zo (ook voor het ge-researchte (of daar bepaalde hot-words in zaten)) maar vraag me idd ook af of het niet juist suf is voor deze leeftijdscategorie.

Zodoende zoek ik meer iets zoals een robotje die verschillende animaties doet naargelang de tekst wel of niet 'geschikt is'. (of een totaal ander ingrediënt)

Door het principe van 'media equation' vraag ik me ook af of een dom robotje die verder niet intelligent is (maar alléén lukraak dingen zegt) (dus tekening met tekst) niet alsnog kan zorgen dat jongeren constructief bijdragen en gestimuleerd worden om zich goed te gedragen (omwille van het robotje dat vriendelijk voor ze is)

Wat voor reflectie trucs pas jij toe in je onderwijs?

Laat je leerlingen weleens browsen en online reageren op artikelen?

Denk je dat mijn (maatschappelijke) platform een goede omgeving zou zijn om dit te 'oefenen'? En zie je daar de meerwaarde van in?

Ik denk er ook aan het veld 'invalshoek' toe te voegen aan het reactiedeel. Daarmee kun je bijvoorbeeld besluiten een reactie te plaatsen als 'advocaat van de duivel' of om aan te geven dat je een 'nihilistische blik' hebt.

Wat denk je? Zou dat wat zijn?

Heb je meer gedachtenspels gekregen naar aanleiding van het bovenstaande?

Ik ben benieuwd naar wat je er van vind.



Sem van Geffen (Gamification in de klas)

Hi Andrew,

het eerste wat in mij opkomt: een emoticon die verandert (positief of negatief) afhankelijk van de lengte en inhoud van de reactie.

Je zou een reactie geven (een reflectie plaatsen) ook kunnen opsplitsen in een aantal stappen, met behulp van de denkhoeden van de Bono:

- Vertel hoe je je voelt (rode hoed)
- Vertel waar dit door komt (witte hoed)
- Vertel wat je inspireert (gele hoed)
- Vertel wat je niet goed vindt (zwarte hoed)
- Heb je een oplossing? (groene hoed)
- Wat raad je de ander aan om nu te doen? (blauwe hoed)

Het reactieformulier laat je in stappen iets invullen en bundelt alle input per stap, zodat er in de uiteindelijke reactie van een gebruiker een opbouw in zit.

Samen met de emoticon die per stap 'reageert' op jouw input, heb je misschien iets wat de gebruiker handig vindt. Ik zou de gamification niet zoeken in het geven van punten, tenzij je met deze punten iets kunt verdienen op het forum.

Ken je de STARR methodiek? Deze wordt vaak gebruikt om te leren reflecteren.

Ik hoor het wel.



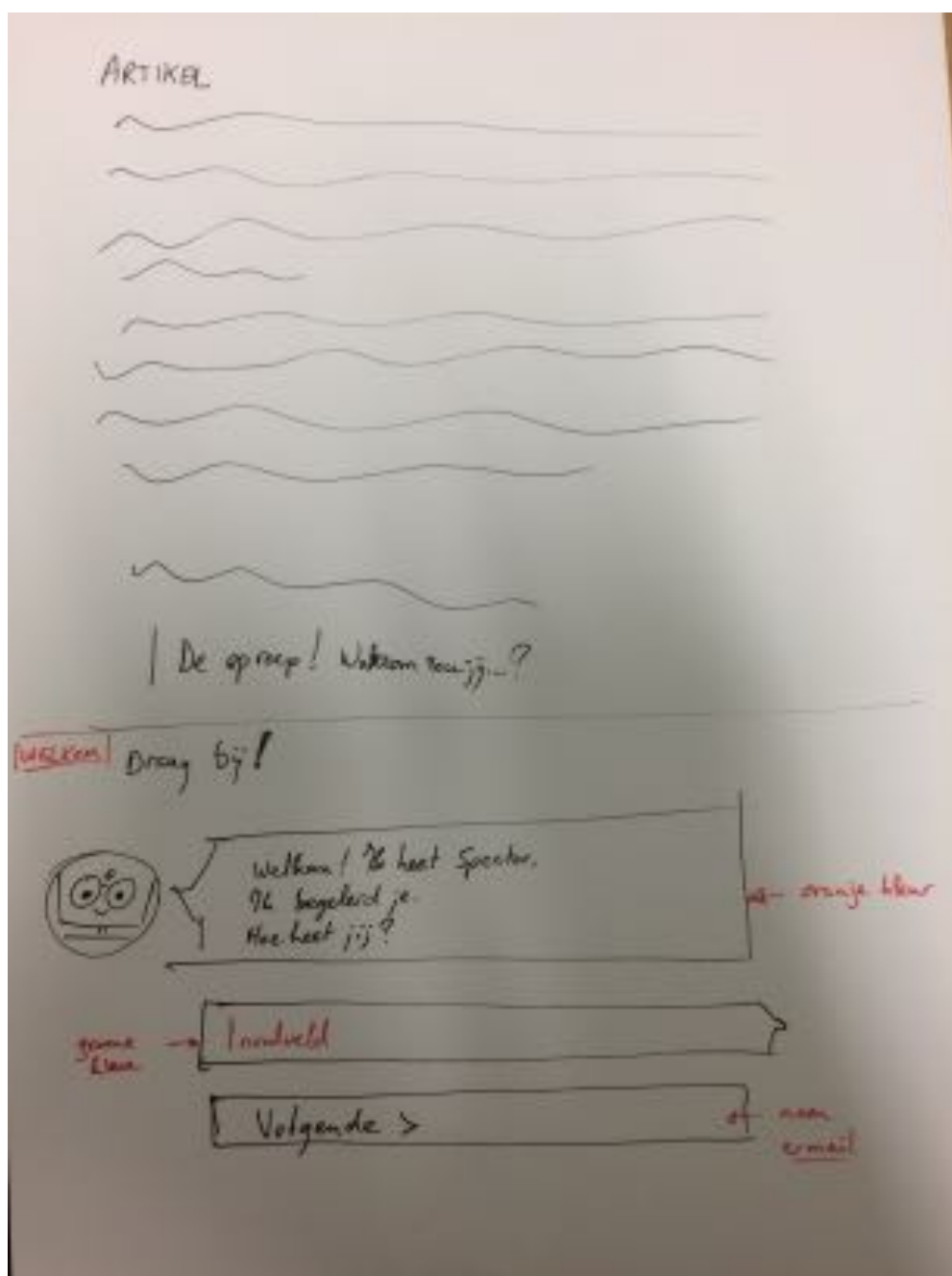
Bijlage 9 – Welke gamemechanics passen bij een reactiesysteem?

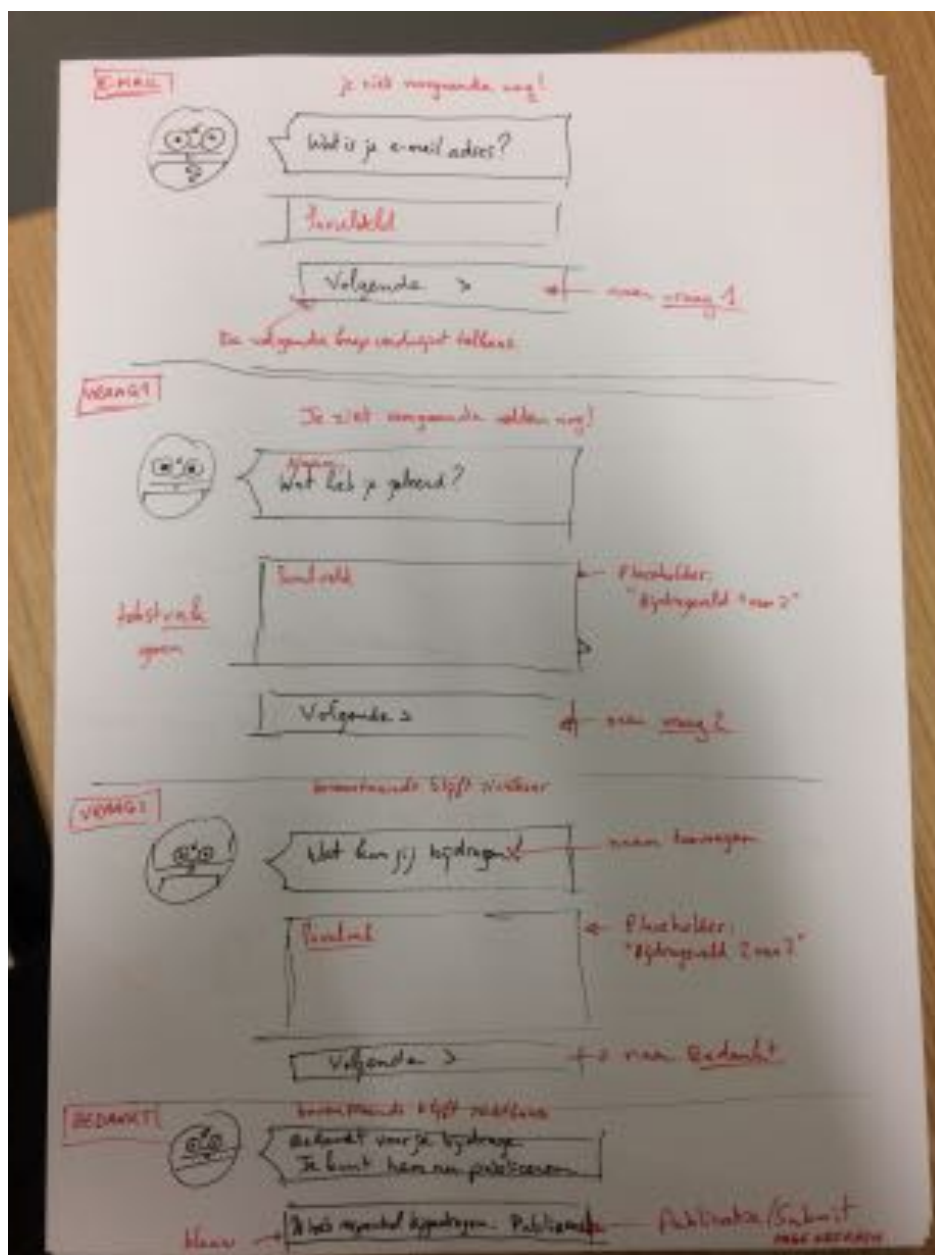






Bijlage 10 - De ontwerpen





Bijlage 11 - De bijdragen

Auteur	Reactie	In reactie op	Geplaatst op
 Andrew	<i>De toegevoegde waarde:</i> Ik ben wel weer tot nadenken gezet. Waarom ben ik hier nou? Neem ik genoeg met de kleine dingetjes in het leven? "Think butterfly-effect" vind ik wel mooi. Ook kleine dingen hebben hun plek in het geheel. Ik word altijd bemoedigd door de wetenschap dat God een goed werk in me is begonnen, en tot het einde Trouw is. Samen met Hem kom ik er wel. Ik mag luisteren naar Zijn stem en samen met anderen optrekken en Zijn volgelinge zijn. Hem volgen en vertrouwen, dat is volgens mij het doel!	Wat is mijn doel hier op aarde? Bericht bekijken 10 reacties	11 mei 2016 om 23:42
 RienJ	<i>De toegevoegde waarde:</i> - mijn visie en kijk op het leven; die wellicht anders is dan die van de schrijver.	Wat is mijn doel hier op aarde? Bericht bekijken 10 reacties	12 mei 2016 om 09:42
 Joël	Ik weet het niet. Dit artikel raakt mij persoonlijk niet heel erg, wie weet kun je meer van me leren als ik me flink opwind over een artikel ;).	Van vooroordelen naar bijna geloven?! Bericht bekijken 10 reacties	13 mei 2016 om 07:52
 Nanda	A few years back I was asking myself the same kind of questions, this is part of what I wrote: Life is too beautiful and short to miss, postpone or even to ignore the most important and the best thing, God's plan for our lives. God's plan for everyone is the same, spreading the good news everywhere, but the execution is different for everyone. God has made it clear that his personal plan for our lives is not something he governs from above, but what he has put it in our hearts. And if someone were to ask me "What is going on in your heart? What do you get excited about? What touches you? How would you like to serve others? I think after asking yourself the above questions you will also find the answer to your question: why on earth am I here / wat is mijn doel hier op aarde?	Wat is mijn doel hier op aarde? Bericht bekijken 10 reacties	13 mei 2016 om 12:27
 Patrick	<i>De toegevoegde waarde:</i> Het feit dat Tara nu in volle borst meezingt zette me aan het denken over vooroordelen in verschillende situaties. Ik zie graag een artikel over vooroordelen waarbij Tara niet mee zou zingen.	Van vooroordelen naar bijna geloven?! Bericht bekijken 10 reacties	13 mei 2016 om 14:18
 Adrienne	<i>De toegevoegde waarde:</i> Leuke boekentip! Dank! Sturing in reflectie op grote levensvragen. Een kleine handeling kan grootse gevolgen hebben. Ik vind het een prachtig artikel.	Wat is mijn doel hier op aarde? Bericht bekijken 10 reacties	13 mei 2016 om 19:06
 Spactor	<i>De toegevoegde waarde:</i> Dat de vooroordelen bevooroordeeld waren. Niet zo heel veel waarde... Ik vraag mij wel af, hoe iemand uit volle borst kan meezingen dat Jezus van je houdt, terwijl ze zegt, niet in God te geloven. Als ik niet kan of kon geloven, kan of kon ik persoonlijk ook niet zo meezingen.	Van vooroordelen naar bijna geloven?! Bericht bekijken 10 reacties	19 mei 2016 om 20:02
 Wilma	<i>De toegevoegde waarde:</i> De vragen van het leven worden gesteld; een goede vraag zonder dichtgetimmerd antwoord prikkelt en stimuleert tot nadenken, daar hou ik van. Leuk om te lezen wat de schrijver geïnspireerd heeft in de zoektocht. Prachtig voorbeeld van de rivier. Zet me wel stil bij de vraag of ik vooral bezig ben om nuttig te zijn of om 'Wilma' te zijn - de unieke persoon die God mij gemaakt heeft. Mijn huis is niet schoon, de tafel ligt vol paperassen, de tuin is een rommeltje en de bloemen bloeien daartussen. Niks staat op zijn plek waar het hoort... De kleine dingen zijn belangrijk, dat weet ik zeker, en bij mij ziet dat er wel anders uit dan in het voorbeeld, zowel letterlijk als figuurlijk ;-). Ik weet dat God niet naar me toekomt om mijn prestaties te zien, maar om mijzelf, Zijn geliefde dochter: ga je mee op avontuur Wilma? Zullen we samen genieten van mooie dingen? Hij kijkt naar mij, en naar jou, met een warme lach en zonder veroordeling, met sprinkelende ogen en een	Wat is mijn doel hier op aarde? Bericht bekijken 10 reacties	19 mei 2016 om 21:10



uitnodigende blik! En terwijl ik denk aan alles waarin ik tekort schiet, zie ik dat Hij hele andere gedachten over mij koestert – en ik voel me verwonderd, dankbaar en vol vreugde en hoop. Dat is voor mij de zin van het leven, een kind zijn van mijn Abba, struikelend achter Jezus aan, levend vanuit ware liefde.



Marco

De toegevoegde waarde:
Verschillen in beleving. Dat je je eigen beleving even tussen haakjes kunt zetten en dan opener kunt zijn.
Mijn vraag is hoe je verder kunt komen NADAT je die openheid hebt. Dus kun je ook leren van anderen die echt anders zijn? Mijn (voor) oordeel: geloof en cultuur lopen flink door elkaar!

[Van vooroordelen naar bijna geloven?!](#) 20 mei 2016 om 10:06
[Bericht bekijken](#)

10 reacties



Mark

De toegevoegde waarde:
Mense hebben te makkelijk vooroordelen. Gunst. Ik weet het niet.

[Van vooroordelen naar bijna geloven?!](#) 23 mei 2016 om 13:39
[Bericht bekijken](#)

10 reacties



Joke

De toegevoegde waarde:
Het artikel heeft me aan het denken gezet. Niet omdat we onze taak goed volbracht hebben, neemt God ons aan het eind van onze levensweg mee naar het paradijs, maar door het volbrachte werk van onze Here Jezus Christus. Het leven als christen is zeker niet saai. Laten we om ons heen zien met de ogen van Christus, dan is er heel wat te doen en heel wat te genieten.
Groeneboer schrijft in een van zijn boeken: "Het christen-zijn wordt pas echt een avontuur als je gaat beseffen dat het Gods bedoeling is om je een taak te geven in het leven". Als christen hoef je dus bepaald geen saai leven te leiden. We hebben een taak hier op aarde. God schiep ons naar zijn beeld d.w.z. we zijn gemaakt om lief te hebben.
We zitten niet nutteloos in een wachtkamer, maar we mogen in dienst staan van onze hemelse Heer.
Kies ervoor om tot het doel te komen, dat God met je leven heeft!

[Wat is mijn doel hier op aarde?](#) 24 mei 2016 om 21:22
[Bericht bekijken](#)

10 reacties



Bas

De toegevoegde waarde:
boeiend verhaal
Gelovigen zijn rare mensen

[Van vooroordelen naar bijna geloven?!](#) 25 mei 2016 om 09:11
[Bericht bekijken](#)

10 reacties

Avonturen – Zitwat.in

[...] niet altijd mijn avonturen te vertellen. Laatst had ik het met een klasgenoot van me over het 'bladzijde 634' verhaal en hoe mooi het aansloot op mijn situatie. Hij verwierp het door me te vertellen dat hij [...]

[Nader tot God](#) 26 mei 2016 om 02:09
[Bericht bekijken](#)

1 reactie



Robert

De toegevoegde waarde:
De herkenning van de complexiteit van de hele vluchtelingen situatie. Wat is wijsheid..
Als het te onveilig wordt om mijn eigen gezin hier veilig te laten wonen, en als hier blijven niet bijdraagt aan de oplossing van het probleem, dan zou ik vertrekken.

[Gouden tijden](#) 26 mei 2016 om 11:35
[Bericht bekijken](#)

3 reacties



Marijke

De toegevoegde waarde:
Ik vind het stuk goed geschreven De verhalen van twee vluchtelingen spreken me aan.
Ik vind de vergelijking tussen de Randstad en Groningen niet zo geslaagd. Persoonlijk woon ik liever in de provincie dan in de Randstad (waar ik overigens vandaan kom) en voel me hier veel fijner. Leuker, ruimtelijker wonen en gemoedelijker en ook wel veiliger! In Nederland is het eigenlijk overal veilig (tenzij anderen het persoonlijk op je gemunt hebben). Dus speelt dat issue hier weinig.
Ik kijk er niet gek van op als de wereld steeds onveiliger wordt. Ook in Nederland. Het kwaad heeft vele vormen en wij zijn er niet immuun voor. Dat ik zo denk, heeft te maken met mijn toekomstverwachting. Ik denk dat het zeker mogelijk is dat overal dreiging komt van terreur. De Bijbel heeft dit lang geleden al voorspeld. Op dat moment is er geen fysieke plek meer om naartoe te vluchten. Gelukkig wel een Persoon. Ik hoop dat dit me voldoende kracht zal geven, om eventuele terreur in de toekomst te kunnen doorstaan.

[Gouden tijden](#) 26 mei 2016 om 12:49
[Bericht bekijken](#)

3 reacties



	<i>De toegevoegde waarde:</i> Goed verhaal. Duidelijk. God houdt van ons en daar kunnen we zelf met ons goede gedrag niets aan toevoegen. Vanochtend hoorde ik op Groot Nieuws radio een uitspraak van C.S. Lewis (van o.a. Nardia) die hier mooi bij aansluit. "Een christen denkt niet, dat God van ons zal houden, omdat hij of zij goed is, maar dat God ons goed zal maken omdat Hij van ons houdt. Als christen weet je dat het alleen uit genade is dat God van ons houdt. Hij hield zoveel van ons, dat Hij zelfs Zijn Zoon aan ons gegeven heeft, opdat iedereen die in Here Jezus gelooft, niet verloren gaat maar eeuwig leven heeft.	God + iets = niets Bericht bekijken 1 reactie	26 mei 2016 om 12:56
	<i>De toegevoegde waarde:</i> Ik vraag me af wat ik zelf zou doen in een land waar je je leven niet zeker bent. Blijven of vluchten? Mensen migreren ook om minder dringende redenen en daar zeggen we toch ook niets van? Ik vraag me af waar je nog veilig bent als het ook in Nederland niet meer veilig is. Als er mensen ongestraft met wapens over straat kunnen lopen en iedereen neerschiet wanneer ze zin hebben ga ik denken aan vluchten.	Gouden tijden Bericht bekijken 3 reacties	26 mei 2016 om 18:12
	<i>De toegevoegde waarde:</i> Ik geloof zelf niet in god, maar ik vind samen komen en samen dankbaar zijn voor de mooie dingen van het leven en die bezingen wel heel waardevol. Ook een concert van de toppers leidt tot verbroedering. Als atheïst probeer ik wel altijd andere zienswijzen en gewoontes te respecteren. Ik denk dat veel godsdiensten meer moeten kijken naar overeenkomsten en vanuit overtuigingen naar de wereld mogen kijken. Het is zinvol om voor elke maaltijd stil te staan bij de waarde van voedsel en een gezonde levensstijl. Vooral omdat wij het percipieren als 'normaal' terwijl driemaal daags een maaltijd kunnen nuttigen in de helft van de wereld niet de norm is...	Van vooroordelen naar bijna geloven?! Bericht bekijken 10 reacties	27 mei 2016 om 09:47
	<i>De toegevoegde waarde:</i> Deze lectio divina is een hele eenvoudige, maar krachtige methode. Het lijkt veel op wat ik heb meegekregen als "stille tijd". Varieer de manier waarop je dit doet, om het levend te houden. Gebruik bijvoorbeeld steeds verschillende bijbelvertalingen. Ook kunst kan helpen om eens op een andere manier te mediteren.	Lectio Divina Bericht bekijken 3 reacties	27 mei 2016 om 17:17
	Punkers, zijn vies en MAF en allemaal aan de dope, agressief en onbeschoft	Meer of minder azijnpijpers? Bericht bekijken 3 reacties	29 mei 2016 om 11:55

Auteur	Reactie	In reactie op	Geplaatst op
	In antwoord op Marc. Allemaal? En heb je ook wat bij te dragen? Tot welke minderheid behoor jij?	Meer of minder azijnpijpers? Bericht bekijken 3 reacties	29 mei 2016 om 12:13
	<i>De toegevoegde waarde:</i> Zoals ik gister weer heb gehoord: "Je leert meer van een ander, dan van jezelf" :). Ik ben dankbaar dat het blijkbaar niet voor jullie geldt. Vele hebben een antwoord, of hebben überhaupt niet het gevoel dat ze in een wachtkamer zitten. Het is ook heel persoonlijk. Waar ik lang mee gestoeid heb is: "ik krijg mijn hele leven te horen, dat het meest fantastische is wat ik kan meemaken? Naar de hemel gaan. Al begint het koninkrijk nu al, hierop aarde" Als kind (ja.. God heeft ook van mij een uniek ventje gemaakt:) vroeg ik een keer: "Wil een Christen, niet heel graag zelfmoord plegen? Want dan ben je pas heel dichtbij God" Klinkt vreselijk depressief, maar dat was het niet! Het was een verlangen om dicht bij God te zijn. Wist ik veel, dat Hij al die tijd in mijn hart woont? Vast wel eens een keer over gezongen, maar beseffen? Dat kwam later. En toen verschoof mij doel naar kortere termijn, meer aards zal ik maar	Wat is mijn doel hier op aarde? Bericht bekijken 10 reacties	30 mei 2016 om 14:11



zeggen.

Ik wil nog wel een fout met jullie delen, die ik ook vaak hoor. Lange tijd heb ik mijn leven/doel vergeleken met die van een ander. Bijvoorbeeld: "Als je vader of moeder bent? dan heb je pas een reden om je bed uit te komen. Dan heb je je doel bereikt" Toen ik dat als vrijgezel tegen vrienden zei, werden die bijna boos "lekker dan, dus mijn leven is bij de geboorte van mijn zoon voltooid? Ik ben meer dan een moeder alleen" Dat was leerzaam, haha.



Joke

De toegevoegde waarde:

Mooi geschreven stukje.

Ook ik heb soms mijn vooroordelen, maar als je dan zelf die ander beter leert kennen, blijken die vooroordelen nergens op te slaan. Dan begrijp je waarom iemand op die manier handelt en krijg je er vaak zelfs respect voor.

Zo is het ook belangrijk om God zelf te leren kennen. Naar Hem toe te gaan. Hij wacht op je. Je mag bij Hem komen zoals je bent. Hij wil je graag welkom heten en als je besluit naar Hem toe te gaan, dan leer je Hem zeker weten goed kennen, want Hij wil niets liever alles met je delen.

Van vooroordelen naar bijna geloven?!
Bericht bekijken

30 mei 2016 om 16:05

10 reacties



Andrew

De toegevoegde waarde:

For my English speaking friends! First you're asked to say your name.

Then you're asked for your e-mail (it will not be shared). Then You're asked two questions. The first one is "what did you learn / what triggered your thoughts? "

The second one is: "what can we learn from you? what can you contribute?"

And: "Do you ever try to accomplish the mission of an other? What is your mission on earth?"

I desire Cola
Bericht bekijken

30 mei 2016 om 20:15

2 reacties



test

De toegevoegde waarde:

ik herken het wel.

een erg goede handreiking voor stille tijd:

<http://www.heartcry.nl/index.php?docID=343>

Lectio Divina
Bericht bekijken

30 mei 2016 om 20:53

3 reacties



Hanna

De toegevoegde waarde:

Interessant artikel, herkenbaar.

Ik probeer soms een wereldverbeteraar te zijn, ik wil graag bijdragen aan het stoppen van armoede en onrecht. Tegelijkertijd raak ik soms enorm gefrustreerd en voel ik me niet heel nuttig. Ik vind het verhaal van de rivier mooi. De rivier probeert niet om nuttig te zijn, maar gewoon een rivier te zijn. Misschien moet ik dat ook eens doen ...

Wat is mijn doel hier op aarde?
Bericht bekijken

31 mei 2016 om 21:01

10 reacties



Hanna

Ontspamd door Zitwat

De toegevoegde waarde:

"pouring soda on plants, such as Classic Coca Cola, is inadvisable. Coke has a jaw dropping 3.38 grams of sugar per ounce, which would certainly kill the plant as it would certainly be unable to absorb water or nutrients."

Source: <http://www.gardeningknowhow.com/garden-how-to/soil-fertilizers/using-soda-on-plants.htm>

I desire Cola
Bericht bekijken

31 mei 2016 om 21:05

2 reacties



Joke

De toegevoegde waarde:

Ik heb heel veel bewondering voor de zus. Ze was bewogen en zette die bewogenheid om in actie.

De zus had ook durf. Als ik bewogen ben, zet ik mijn bewogenheid soms ook om in actie, maar vaak in maar een klein beetje actie, omdat ik niet weet wat er uit de actie die ik onderneem nog kan voortvloeien.

De reactie van het dochtertje van de zus is prachtig. Kinderen voelen vaak haarscherp aan wat goed is.

Waarom mijn zus een van mijn geloofshelden is
Bericht bekijken

1 juni 2016 om 11:05

2 reacties



Spactor

De toegevoegde waarde:

Mij triggert het dat mensen denken dat ze zelf God kunnen samenstellen. Althans dat is hoe deze trend op mij overkomt.

Ik geloof niet in lego geloof, maar in een puzzel geloof.

Ik geloof niet in iets omdat ik de blokjes die ik leuk vind bijelkaar geplaatst heb.

Daar kom je m.i. niet mee bij de waarheid.

Ik geloof, wat ik geloof, omdat ik gezocht heb, en de puzzelstukjes van de Waarheid passen maar op één manier in elkaar, zoals een puzzel maar één uitkomst heeft, ongeacht wie hem maakt, omdat de puzzel ontworpen is om één geheel te vormen.

Flexibel geloven
Bericht bekijken

2 juni 2016 om 10:35

5 reacties



Als je dus op zoek gaat naar de waarheid, kom je uit bij dé Waarheid.



zitwadmin

In antwoord op [Spactor](#).

Dankjewel voor je bijdrage Spactor. Heb je ooit ontdekt dat een bepaald puzzelstukje toch niet pastte in het geheel?

Flexibel geloven
[Bericht bekijken](#)

2 juni 2016 om 18:22

5 reacties



Joke

De toegevoegde waarde:

Het stukje heeft me echt aan het denken gezet over vooroordelen. Vanmorgen las ik op de achterkant van het boek "Onvoorwaardelijk" van Joyce de Vos:

"Vaak zijn we enorm kortzichtig in onze omgang met elkaar. Niet alleen ten opzichte van hen die dichtbij ons staan, maar ook ten opzichte van hen, die we niet of nauwelijks kennen. Zo hebben we vaak al onze mening over de ander, nog voordat we iemand de kans gegeven hebben om zich aan ons bekend te maken. Wanneer je er bewust van wordt dat achter ieder gezicht een eigen verhaal en een unieke achtergrond schuilgaat, begrijp je dat iedereen beweegredenen heeft voor zijn doen of laten en de manier waarop hij reageert."

Hoop dat Tara nieuwsgierig wordt naar wie Jezus nu echt is!

Van vooroordelen naar bijna geloven?!
[Bericht bekijken](#)

2 juni 2016 om 19:16

10 reacties



Joke

De toegevoegde waarde:

Prachtig geschreven! Het verhaal laat me niet los.

Op de achterkant van het boek "Onvoorwaardelijk" van Joyce de Vos las ik vandaag:

"Door het boek heen zullen je ogen geopend worden voor het feit dat het alledaagse bestaan zo voorbij kan zijn. Kun je dan zonder spijt terugkijken op een leven waar in je de mensen om je heen de onvoorwaardelijke liefde en ruimte gegeven hebt die zij van je nodig hebben?"

De zus in het verhaal hoeft geen spijt te hebben van haar spontane actie.

Waarom mijn zus een van mijn geloofshelden is
[Bericht bekijken](#)

2 juni 2016 om 19:32

2 reacties



Spactor

De toegevoegde waarde:

"geloof in God heb ik niet veel andere mensen voor nodig, maar 'heidense dance festivals ' daar weer wel" de schrijver zet er gelukkig zelf wel zijn vraagtekens bij, maar als je zo denkt, hoe kan je dan serieus voor God leven? God maakte de mens om niet alleen te leven, om het geloof in Hem met elkaar te vinden.

Samen zullen wij in staat zijn de veelkleurige wijsheid van God te zien, te zien hoe groot zijn liefde is, in ons eentje lukt dat echt niet zo goed. Nee ik ben nooit naar de eo jongerendag geweest, maar wie weet nodigd men "Spactor" ;-) ooit nog wel eens uit om de jongeren daar toe te spreken :-)

De toegevoegde waarde:

...
Lees dit.

In het algemeen vind ik het met dit soort vrij absurd dat één dergelijk persoon dit wil veranderen. Om dit vervolgens via overheidsinstantie en machtsposities dit te willen veranderen. Ik denk dat we veel "nobeler /"humble" mogen zijn. Komt daar boven op dat een dergelijk persoon buiten die "instantie" zit.

De wereld verandert heus wel vanzelf. En ook zoals in het artikel staat: ook instanties veranderen mee en pikken de nieuwe waarden van een aankomende nieuwe wereld op.

Daarvoor hoeft niks ... gepresst/onder druk te worden gezet. Op dit moment vind ik dat een instantie zijn steun verliest ver gaan. In hoe verre is het dat een buitenstaander zich er in mengt en vanuit zijn "waarden" vindt dat het anders moet?

....

EO jongerendag, 1x maar nooit weer
[Bericht bekijken](#)

2 juni 2016 om 20:56

2 reacties



DG

Gewoon afbreken die kerken
[Bericht bekijken](#)

3 juni 2016 om 06:59

5 reacties



Regelbinkie

De toegevoegde waarde:

Het raakt me omdat ik denk dat deze gedacht niet van mijn God komt, maar van de tegenstander van God. Ik ben ervan overtuigd dat er maar één God is dat er maar één weg naar die God toe is. Boeken, verhalen, meningen, uitingen die iets anders bewaren zie ik als een bedreiging voor de enige waarheid die er is als het gaat om God. Geloof en alles boeken die daarbij horen zijn geen algemene wijsheden waaruit je een stukje kunt toepassen op je eigen leven. Het is zwart wit, je kiest voor het een of het ander. Je kunt ze niet mixen. Dat geldt voor alle geloven. Aan ons de taak om de enige levende God te vinden. (waarbij iedere gelovige zal denken dat het de zijne is).

Flexibel geloven
[Bericht bekijken](#)

3 juni 2016 om 08:58

5 reacties



Een lego-geloof is voor mensen die bang zijn om te kiezen. Ze durven zich niet te binden aan één geloof omdat in elke geloof facetten zitten die ze tegenstaan. Door uit meerder geloven te consumeren hoeft je geen verantwoordelijkheid te nemen voor de dingen die je tegenstaan en kun je inderdaad je eigen bouwwerkje maken. Maar als je waarheden en onwaarheden door elkaar heen laat lopen zul je uiteindelijk altijd met een complete onwaarheid blijven zitten.



Regelbinkie

De toegevoegde waarde:

Ik word al bijna onrustig bij de gedachte dat ik tijd en rust moeten nemen bij het lezen van de Bijbel. Mijn leven is zo vol gepland dat ik niet zo weten wanneer dit dan zou moeten. Tegelijk weet ik hoe waar dit is. Tijdens een retraite van 5 dagen heb ik ervaren hoe dichtbij God wil en kan komen door enkel het bovenstaande toe te passen. De rust kwam echter niet naar een uur of een dag. Pas op de 3de dag kwam ik in de rust stand die hierboven staat beschreven. Dit weer gelezen hebbende en nadenken over mijn retraite vind ik het zeker de moeite waard om toch een manier te vinden om deze methode toe te gaan passen. Ook al begin ik maar met één dag in de week. Mijn voorbeeld van de retraite week is zeker een getuigenis dat bovenstaande methode werkt. Het dagboek van Henri Nouwen, Binnen Groepen, vind ik prachtig. Het brengt je werkelijk dichterbij het vaderhart van Goed.

Lectio Divina
[Bericht bekijken](#)

3 juni 2016 om
09:26

3 reacties



Spactor

De toegevoegde waarde:

Wel, allerlei teksten verpakt in een theorie, maar waar is de context van elke tekst afzonderlijk
Ik word wel onzeker van dit soort teksten. Maar ik moet, bij elk, mijzelf ook de vraag stellen, gaat dit wel over Christenen?!

1 e tekst, denk ik wel algemeen, maar Jezus sprak het tot nog niet wedergeboren mensen op dat moment.

2e het lijkt erop dat dit kan gaan over niet christenen, (niet ieder die zegt God te kennen of mensen die zeggen christen te zijn. Zijn het ook)

3e, mensen die zeggen dat ze Jezus naam gebruikt hebben maar Jezus zegt ik heb jullie nooit gekend. Het lijkt hier op mensen die vanalles doen voor het geloof. Zonder misschien te geloven in Jezus plaatsvervangend offer voor hen persoonlijk?

Volgende tekst ook ongeveer zo

5e kan beangstigend zijn. Maar we moeten wel de hele bijbel nemen, niet alleen een paar moeilijke teksten.

Er staat ook geschreven, wie tot Mij komt zal Ik geenszins uitwerpen.

En ook: als wij onze zonden erkennen, belijden dan is God zo trouw en rechtvaardig om ze te vergeven!

Volgende tekst geeft wel weer aan, sommige zijn er trots op vanalles mee te maken met de Heer. Maar hun naaste in nood zien ze niet, dan is dat alles niets waard.

7e tekst, onderzoekt uzelf of u wel in Christus bent.

Dat kan wel beangstigend zijn. Wanneer weer de focus gaat van geloof in het volbrachte werk in Jezus, naar eigen werken? Wat zou de context hier betekenen. Wordt niet erbij gezet...

Laatste tekst, welk volk? DIT volk wat daar beschreven staat. Geldt dat dan ook gelijk voor mij? Nee, voor mij geldt als ik in Christus ben is er geen veroordeling. Voor mij geldt, als ik geloof in Jezus het fundament, dan is daar redding, ook als ik mijn leven bouw met stro stoppelen of hout wat zal verbranden, in plaats van bouwen met Goud enz wat zal blijven. Als het fundament Jezus er is. Is er redding staat er.

Dus ja, als zulke teksten zo op een rijtje worden neergezet, dan kan dat angst en verwarring geven, het is m.i. Dan ook niet goed dat men dat doet.

Een Godsdienst leraar op school zo het eens zo: je kan niet teksten zomaar pakken hier en daar vandaan om je punt te willen maken.

Dan zou je kunnen antwoorden met: er staat geschreven Judas ging heen en hing zichzelf op. En daarna zou je zeggen: ga jij heen en doe jij evenzo.

Beide zijn bijbelteksten, maar uit de context. Kan en mag een tekst niet zo gebruikt worden.

8 Bijbelverzen die waarschuwen tegen een lauw geloof
[Bericht bekijken](#)

3 juni 2016 om
12:04

2 reacties



Anonymous

De toegevoegde waarde:

De hypocrisie. alsof homo's in landen waar men de kerken afbreekt het beter hebben?
Vrijheid van meningsuiting is dacht ik een grondrecht.
Discriminatie willen we ook niet

Gewoon afbreken die kerken
[Bericht bekijken](#)

3 juni 2016 om
12:19

5 reacties



Maar als de ene minderheid de andere minderheid wil dwingen tot het een of het ander. Krijg je dictaturen.
Zeker, er zijn christenen die geloven dat homofilie zonde is, dat geloven ze ook over liegen, mogen ze dat niet meer zeggen?
Als we het normaal vinden om de kerken te verbannen, omdat een minderheid of meerderheid daar voor zou gaan, heb je net zoveel kans dat homo's op een gegeven moment ook dat gevaar lopen.
Denk maar aan Nazi Duitsland, kerken werden aan banden gelegd (om hun redenen dan weer), Joden vervolgd, en ook homo's vervolgd.
Onder het communisme hadden de homo's ook geen vrijheid hoor.
In Afrika, denk je dat ze daar meer vrijheid hebben?
Maar als we hier 1 stuk vrijheid opofferen, voor de gevoelens van anderen, dan loop je dus een groot risico dat die anderen opeens ook hun vrijheid kwijtraken, omdat het principe "vrijheid" niet meer een vast gegeven is.
Dat denk ik.



Maria

De toegevoegde waarde:

Volgens mij moet er een maatschappelijk debat komen over goede/ veilige arbeidsomstandigheden voor mensen waar ook ter wereld. De overheid kan hierbij een stimulerende rol spelen. Maar ook door stelling te nemen tegen....

Er kunnen in opdracht van wetgeving afspraken gemaakt worden met de sector evt. met sancties die ook daadwerkelijk uitgevoerd worden.

Duur betaald koopje
[Bericht bekijken](#)

3 juni 2016 om 13:09

1 reactie



Karel

De toegevoegde waarde:

Herkenbaar, maar dat betekent niet dat mijn nekhalen niet stijl omhoog gaan.

Nuweira, "individuele inzichten"? Er is geen ruimte binnen religie voor "individuele inzicht". Tenminste daar is het niet voor bedoeld. Het is een menselijk tekort komen dat we zoveel geloven hebben. Deze inzichten zijn dus niet "prachtig" maar een tekortkoming

Monique, "God is daar waar men zoekt"? God is het begin, Hij is de initiator in leven & verbond. De mens "gelukkig" niet, want die denkt dat we het zelf kunnen. Als de mens zoekt? Dan heeft God al voor die tijd de eerste stap genomen.

Rabbi, "...om de wereld te verbeteren"? Als je goed naar de wereld kijkt, beseft je dat hij een reddingsplan nodig heeft. Mensen zijn daar niet toe in staat. Wij breken alleen maar af. Al zijn er mensen die met goede intenties een poging doen. Maar wees eerlijk.. De wereld nadert zijn einde, elk jaar sneller.

Lisette, "soepel, vrij, vorm zoeken die bij hun past". Een van de vooroordelen die mensen hebben over religie: "jullie doen het om je beter te voelen" Dat geldt niet voor mij. Mijn natuur, mijn wil gaat vaak, heel vaak in tegen wat mijn religie van mij vraagt. En uit dankbaarheid en commitment, doe ik het vaak toch, al ga ik ook vaak ook m'n bek. Wat is de echtheid/waarde van religie, als je zelf de hogere macht kan invullen? Wat voor zin heeft het dan om je daar op te richten in dit leven.

Andre, het kan een maatschappelijke realiteit zijn. Maar dat betekent niet, dat je je religie maar daar op aan moet passen. Ik vul mijn leven in, op een manier, die mij wordt verteld, door een wezen die ik nog nooit letterlijk gezien heb. Ik vertrouw op een gebeurtenis, waar ik niet bij was.

Maatschappelijk gezien, ben ik dan misschien niet goed wijs. Ik sta wel in de maatschappij, maar met mijn hoofd omhoog

Flexibel geloven
[Bericht bekijken](#)

3 juni 2016 om 14:52

5 reacties

Auteur

Reactie

In reactie op

Geplaatst op



Louis

De toegevoegde waarde:

God is groter dan mijn verstand. God is groter dan mijn hart. De volledige werkelijkheid is voor mij niet te kennen, laat staan dat ik de werkelijkheid kan zien vanuit Gods perspectief. Het inkaderen van God en geloof in vastomlijnde kaders en in beton gegoten dogma's heeft door de eeuwen al veel narigheid veroorzaakt. Daarom laat ik mijn geloof en Godsbeeld graag flexibel. God daarentegen is de Eeuwige, Ik ben die Ik ben, Hij die is, was en zal zijn, de Eerste een de Laatste. Dat maakt mij als gelovige bescheiden en flexibel. Voor je het weet heb je de waarheid (of de Waarheid) in pacht. Dan sta je niet meer open voor verandering, omdat je weet hoe het zit. Weten hoe het zit is echter wat anders dan de waarheid (of de Waarheid). Ik ben geen los op zichzelf staande gelovige; ik moet het hebben van mijn relatie met de Ander en de ander om waarde

Flexibel geloven
[Bericht bekijken](#)

3 juni 2016 om 14:57

5 reacties



(waarheid?) te kunnen toevoegen aan mijn eigen bestaan en dat van de ander. Flexibel geloven, ja dus.
Zitwat.in maakt gebruik van de diamant als logo. Waarschijnlijk als symbool voor de vele facetten van de toegevoegde waarde, zoals de diamant steeds weer een ander licht weerspiegelt. Afhankelijk van hoe je 'm vasthoudt en er naar kijkt. Voor mij is dat met geloof niet anders. Andere gelovigen weerspiegelen iets van de geloof-, hoop- en liefdefacetten die ik zelf niet of in mindere mate heb. Hoe kleurrijk wil je het hebben? Het geloof(sbeeld) dat je op je 15e had is niet hetzelfde als het geloof op je 32e of 56e. Wie zegt dat dit wel zo is, heeft niet geleefd. Ook dit schrijfsel breng ik bescheiden naar voren, want: 'het onuitsprekbare (dat, wat me geheimzinnig toeschijnt en ik niet onder woorden kan brengen) geeft misschien de achtergrond, waartegen dat wat ik wel onder woorden kan brengen betekenis krijgt' (Ludwig Wittgenstein)



Karel

De toegevoegde waarde:
Overdrijven is ook een kunst
Wat kan mij het schelen? Dan houden ze het geld toch? Ik vind "afbreken/verbieden van de kerken" veel verder gaan, dan maatschappelijk geld anders indelen.
Als je de kerk\ je eigen vrijgevigheid koppelt aan het geld wat je (terug)krijgt? Is dat het fundament? God is zelf het fundament van het lichaam van Christus. Vrij vertaalt mattheus 5: "gelukkig zij die arm blijven, door het mislopen van de ANBI status"

[Gewoon afbreken die kerken](#)
[Bericht bekijken](#)

3 juni 2016 om 15:06

5 reacties



Andrew

In antwoord op Karel.
De toegevoegde waarde:
Wat mij triggert is idd ook die ANBI status verliezen.
Ik ben ook van mening dat je in sommige gevallen beter je ANBI status kunt verliezen dan meegaan met de wereld. Uiteraard mag hier verder over gediscussieerd worden.
Maar, wat vind je van de vraag:
Hoe ga je respectvol met elkaar om, maar dan wel zonder je Bijbelse principes in te leveren? Moet je de Bijbelteksten naast je neerleggen en de achterliggende gedachte bespreken?
Of zijn die vragen te ver gezocht bij dit stukje? Misschien zijn de vragen off topic als je kijkt naar het artikel, maar toch ben ik benieuwd naar reacties erop!

[Gewoon afbreken die kerken](#)
[Bericht bekijken](#)

3 juni 2016 om 16:14

5 reacties



DG

De toegevoegde waarde:
@Anonymous
Heel mooi geschreven en mooie vergelijkingen.

[Gewoon afbreken die kerken](#)
[Bericht bekijken](#)

3 juni 2016 om 21:08

5 reacties



Joke

De toegevoegde waarde:
Ik vind het evenals de schrijver geweldig, dat er zoveel jongeren naar deze dag komen. Jongeren vanuit het hele land en uit allerlei kerken om samen te zingen, samen naar muziek te luisteren en samen naar een spreker te luisteren.
Ja, God is nog steeds aan het werk in Nederland. Hij houdt evenveel van ons als van de mensen in Azië en Afrika. Veel jongeren die naar deze dag komen verlangen er naar om God beter te leren kennen en zij die alleen maar komen voor de muziek, komen vaak mee met vrienden, die de genade en liefde van de Here Jezus kennen en na een inspirerende boodschap kunnen zij doorpraten met hun vrienden over datgene wat ze gehoord hebben.
Ik bid, dat het morgen weer een mooie inspirerende dag zal zijn.

[EO jongerendag, 1x maar nooit weer](#)
[Bericht bekijken](#)

3 juni 2016 om 22:10

2 reacties



Nanda

De toegevoegde waarde:
Interessant artikel! Zeker lastig om te weten wanneer wel en wanneer niet 'iets doen'...
Mooie woorden van Gandhi en het zou zeker helpen, maar persoonlijk denk ik niet dat bijv. heel NL christelijk zou worden als NL Christenen (meer) op Christus zouden lijken... (de Bijbel zouden naleven). Want zelfs Adam en Eva gingen de mist in en die leefden met God, we blijven mens... denk dat al zouden we allemaal nog zo op Christus lijken (net als dat er meer wonderen zouden gebeuren) dat het wel verschil maakt, maar niet 'HET' verschil...

[Twijfelpacifist](#)
[Bericht bekijken](#)

4 juni 2016 om 11:11

1 reactie



	Omdat ik de Schrijver ken die liefde is!, maar tegelijk rechtvaardig en heilig, stimuleert het mij. God houdt niet van hypocriet zijn. Hij houdt van echtheid en naasteliefde en kan heel direct zijn. Hij zegt 'Wees heilig, want Ik ben heilig.' We kunnen het niet uit eigen kracht! Gelukkig helpt Hij ons door Zijn Geest!	8 Bijbelverzen die waarschuwen tegen een lauw geloof Bericht bekijken	4 juni 2016 om 23:27
	<i>De toegevoegde waarde:</i> Ik herken de vraag soms, maar soms ook niet. Het continue gedreven zijn voor 'alles moet zin hebben' is ook vermoeiend. Het vraagt naar het kader van waaruit je dit beantwoordt. 'God' lijkt hier een frame te zijn voor een antwoord. Maar wel met een vooronderstelling van hoe, wie, wat God is en hoe hij de zaken bekijkt... Je denkt teveel vanuit een frame. Ik vind het nogal denigrerend over het leven dat slechts 'de wachtkamer' zou zijn, wachten op wat er echt toe doet. Volgens mij is het leven juist wat ertoe doet. En is het beeld van een wachtkamer vooral 'escapisme'. Dat is jammer. Verder is het natuurlijk goed om liefde boven alles te zetten: God en naaste. Maar omdat liefde voor God nogal eens te theoretisch is moet je volgens mij hier inzetten op 'liefhebben van de ander zoals je liefde hebt voor jezelf'.	2 reacties Wat is mijn doel hier op aarde? Bericht bekijken	6 juni 2016 om 10:26
	<i>De toegevoegde waarde:</i> Ja, minderheden bijvoorbeeld. Jullie kunnen van me leren dat, hoewel ik een groot gevoel van recht (en dus ook onrecht) heb en me boos kan maken over misstanden, het mogelijk is om met begrip, nuance en context te kijken naar en spreken over uitgesproken meningen. Dit heeft ook te maken met de minderheid waartoe ik behoor en mijn ontwikkeling daarin. Ik behoor tot de minderheid: christen en homo. Welke vooroordelen? Veel, heel veel, veel te veel.	Meer of minder azijnpijlers? Bericht bekijken	6 juni 2016 om 14:14
	<i>De toegevoegde waarde:</i> Voor mij is het leven zeker geen 'wachtkamer', maar meer een 'werkplaats'. Het leven is er om geleefd te worden. En in het leven mogen we bijdragen aan het ontwikkelen van de aarde (of schepping zoals je wilt). Ieder mens heeft daar mogelijkheden voor in zich (christen of geen christen). Veel mensen zijn gefocust op wat anderen van hen verwachten en dat draagt niet echt bij aan 'levensgeluk' en 'ontplooiing' van de ander. Dan is of wordt het leven alleen maar als een last ervaren. Daar doen we als christenen ook vaak aan mee. Dus als ik voor mijzelf spreek, dan is mijn doel hier gewoon beschikbaar zijn en de capaciteiten die ik in mij heb zo gebruiken dat anderen er voordeel aan hebben. Dat klinkt heel christelijk, maar we kunnen vaak een voorbeeld nemen aan mensen die niets met God hebben. Je spreekt ook over de hemel en hoewel het daar fantastisch zal zijn verlang ik te 'leven' hier op aarde. (ik ga trouwens voor de 100 en als het even kan voor de 120) De hemel is ook maar een tussenstation. Ik geloof dat we hier weer op een nieuwe aarde komen en dan mogen we verder aan de slag. aker als christenen) meer oog moeten hebben voor de mensen om ons heen. Er is zo ontzettend veel shit in deze wereld en dan hoef je helemaal niet ver te gaan. Kijk maar in je eigen straat wat daar gebeurt. Dat is onze 'werkplaats', er te zijn voor die mensen (jong en oud). Zoveel eenzaamheid, mensen die het leven niet meer zien zitten en er een eind aan maken (5 per dag), depressiviteit, ziekte, gebroken relaties, en zo kan ik nog wel even doorgaan. Daarom wil ik niet in een wachtkamer zitten totdat ik gered wordt, maar de mouwen opstropen om te doen wat ik kan om mensen te laten merken dat ze waardevol zijn. Om het maar even op een christelijke manier te zeggen: hen de liefde van Jezus laten zien. Lastig, jazer, maar ik kan niet anders. Zullen we het met elkaar oppakken? Dan gaat er zeker iets veranderen.	Wat is mijn doel hier op aarde? Bericht bekijken	7 juni 2016 om 15:50
	<i>De toegevoegde waarde:</i> Vandaag las ik nog een uitspraak van Albert Einstein, die ik jullie niet wil onthouden. "Een vooroordeel is moeilijker te splitsen dan een atoom."	Van vooroordelen naar bijna geloven?! Bericht bekijken	8 juni 2016 om 20:22

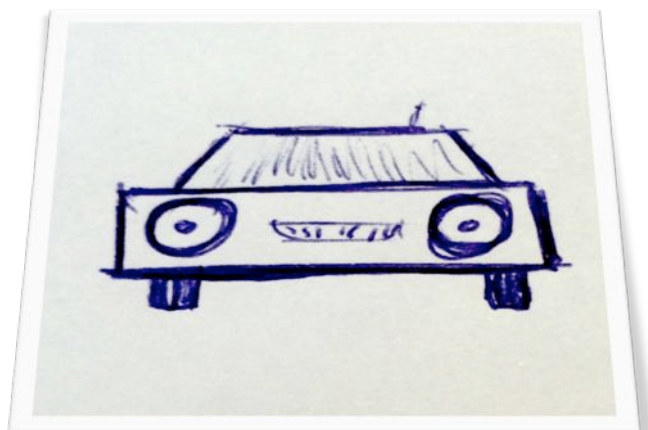


Bijlage 12 – Diversen

Mindnotes



Voorbeeld avatar voor 'Carbage' community-site



Voorbeeld avatar voor site voor meisjes



Spector op Creatov.nl



In den beginne...

