

Roadmap Civic Social Media

Bouwen aan een veilig en vertrouwd, verantwoord, en
soeverein socialmedialandschap.

Introductie

We hebben sociale media nodig die veilig en vertrouwd, verantwoord, en soeverein zijn.

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

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

Wij spreken hier van civic social media, omdat wij ons vanuit een beleids- en

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

Er zijn ook alternatieve aanduidingen mogelijk, zoals **public social media** en **waardengedreven sociale media** waarbij de naam de nadruk legt op de publieke waarden die eraan ten grondslag liggen. De term **digitale gemeenschapsgoederen** benadrukt weer de rol van de gemeenschappen zelf in het beheer ervan. En zo zijn er meer begrippen in omloop die met een net wat andere nadruk in dezelfde richting wijzen: de noodzaak van een alternatief landschap voor sociale media, gebaseerd op publieke waarden en collectief welzijn.

Dit document kan worden beschouwd als een agenda of een **road map**: een verkenning van de weg die de samenleving af moet leggen om zo'n landschap van civic social media te realiseren. Het ontwikkelen daarvan gaat verder dan alleen het ontwerpen van een app of website. Er zijn ook nieuwe business modellen, ontwerpstrategieën, professionele rollen, wetgeving en culturele veranderingen nodig.

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

De routekaart heeft niet de pretentie om een compleet beeld te geven van alle ontwikkelingen rond alternatieve platforms, noch om een complete checklist te zijn van to-do's. Doel is vooral om de complexiteit van de opgave inzichtelijk te maken, en

tegelijkertijd een aantal concrete doelen te schetsen waar uiteenlopende partijen, van onderzoekers tot ontwerpers en programmeurs, en van beleidsmakers tot maatschappelijke organisaties, zich op kunnen richten.

Waar we naar toe willen is de realisatie van een gezond ecosysteem van uiteenlopende civic social media-toepassingen die zijn toegesneden op de behoeftes van uiteenlopende communities. Idealiter bouwen ze op elkaar voort, en maken ze daarbij gebruik van een gezamenlijke infrastructuur.

Wat daarvoor allereerst nodig is, is een gemeenschappelijk gedragen visie en een richting waar uiteenlopende partijen gezamenlijk aan kunnen werken. We hopen dat deze routekaart zowel voor onszelf als voor alle andere partijen in het veld een kompas kan zijn, dat helpt bij het plannen van volgende stappen, en ook in het bredere maatschappelijk debat bijdraagt aan de noodzaak van deze reis.

Ons huidige socialmediagebruik brengt een aantal grote risico's met zich mee voor de samenleving. Sociale fragmentatie, polarisatie en de verspreiding van misinformatie zijn schadelijk voor de democratie en onze maatschappelijke weerbaarheid. De verslavende werking van sociale media kan ten koste gaan

van ons welzijn. De afhankelijkheid van grote buitenlandse techbedrijven, die winst voor aandeelhouders belangrijker vinden dan het borgen van publieke waarden, ondermijnen onze digitale soevereiniteit en zeggenschap over belangrijke communicatiekanalen.

Wat zijn civic social media?

Civic social media zijn digitale platforms waarop **leden van gemeenschappen veilig en vertrouwd** met elkaar kunnen communiceren, samenwerken en informatie uitwisselen.

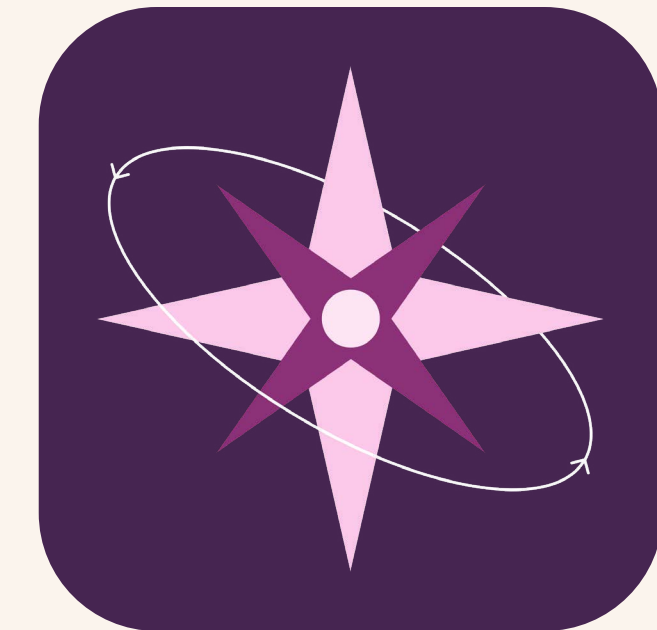
Deze platforms worden op **verantwoorde wijze ontwikkeld**, gebaseerd op **publieke waarden**. Ze worden **op soevereine wijze beheerd** door organisaties en initiatieven **met een maatschappelijke doelstelling**.



GEMEENSCHAPSGERICHT



VEILIG EN VERTROUWD



VERANTWOORD



SOEVEREIN



DIVERS ECOSYSTEEM

Kernwaarden

Hoe verschillen civic social media van andere social media? Ofwel, wat maakt social media ‘civic’? Civic social media zijn...

Gemeenschapsgericht

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

Veilig en Vertrouwd

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

Verantwoord

Civic social media worden ontworpen op basis van publieke waarden: autonomie, openheid, transparantie, soevereiniteit, de mens centraal,

duurzaam. In de inrichting en het beheer gaat maatschappelijk belang altijd voor commercieel belang.

Soeverein

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

Divers ecosysteem

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

Zes archetypes van communities op civic social media

Bij civic social media staan de behoeften van gemeenschappen centraal. Wat die behoeften precies zijn en welke functionaliteiten daarvoor nodig zijn, verschilt per gemeenschap. Om hier beter grip op te krijgen onderscheiden we zes archetypen van online gemeenschappen. Ze overlappen elkaar deels, maar bij elkaar geven ze een beeld van de soorten communities die kunnen floreren op civic socialmediaplatforms. Deze archetypen kunnen helpen bij het nadenken over wat voor platforms ontwikkeld moeten worden en welke infrastructuur, maatschappelijke condities en functionaliteiten daarvoor nodig zijn.



Communities of care

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

Voorbeelden hiervan zijn: patiëntenverenigingen, expat-communities, minderhedennetwerken gericht op professionele ontwikkeling.

Communities of knowledge & culture

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

Voorbeelden hiervan zijn: hobbygroepen waarin leden patronen of foto's van hun werk delen, citizen science projecten, lokale erfgoedverenigingen, boekenclubs.

Communities of intent

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

Voorbeelden hiervan zijn: activistennetwerken, energy communities, commons-initiatieven, 'vrienden van ...'-organisaties, vrijwilligersorganisaties, NGOs.

Communities of place

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

Voorbeelden hiervan zijn: buurtgemeenschappen.

Communities of constituents

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

Voorbeelden hiervan zijn: digitale loketten, inspraak- en co-creatie-trajecten, informatievoorzieningen of campagnes vanuit de overheid.

Communities of debate

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

Voorbeelden hiervan zijn: debatpodia.

De variëteit aan typen communities brengt met zich mee dat civic social media op een flexibele manier moeten worden ontwikkeld. Er is geen 'one size fits all'-platform dat aan alle behoeftes kan voldoen. De ontwikkeling van civic social media vraagt om de ontwikkeling van een generieke basis-infrastructuur waarop uiteenlopende typen platforms kunnen worden gebouwd.

Een routekaart voor civic social media

Hoe creëren we een omgeving waarin civic social media kunnen floreren?

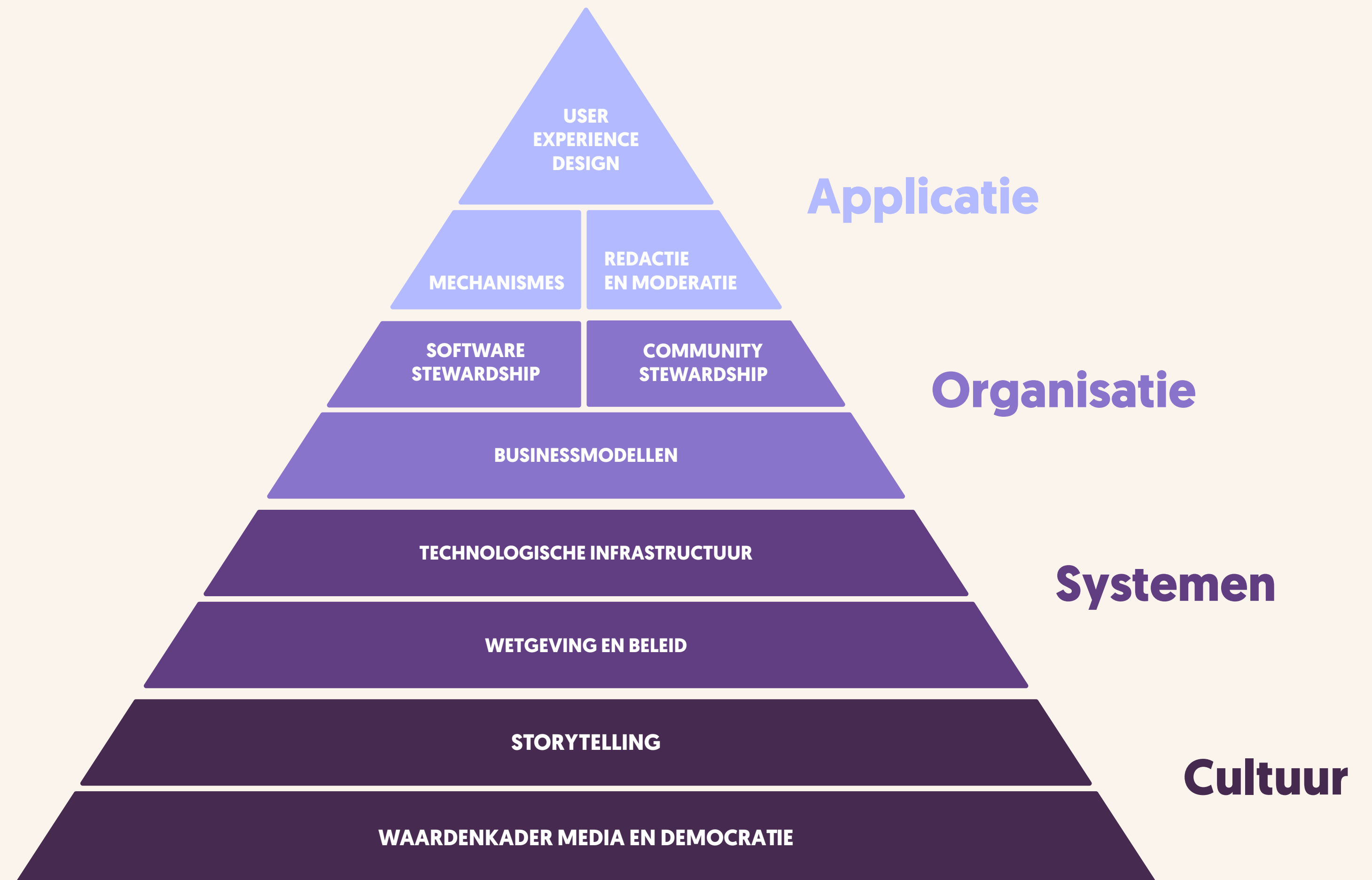
Voor de ontwikkeling van civic social media moet er in uiteenlopende domeinen actie worden ondernomen.

Cultureel

Voor de ontwikkeling van civic social media is een stevig (theoretisch) fundament van belang. Waarom – en op basis van welke principes en publieke waarden – verdienen civic social media aandacht in democratische samenlevingen? En hoe kunnen we organisaties, burgers en beleidsmakers op basis van deze principes enthousiasmeren om civic social media te omarmen als een alternatief voor bestaande socialemediapraktijken die publieke waarden juist ondermijnen? Wat is er in dat verband nodig om burgers mediawijs te maken of houden?

Systemen

Civic social media maken onderdeel uit van een bredere technologische infrastructuur – een public stack – van telecomnetwerken, clouddiensten, digitale identiteiten en



protocolen. Hoe kan ook dit bredere systeem zo worden (door)ontwikkeld dat het op alle lagen voldoet aan publieke waarden? En dat het het functioneren van civic social media, bijvoorbeeld op het gebied van interoperabiliteit, beter faciliteert? Naast een technologische infrastructuur, maken civic social media ook deel uit van een breder medialandschap waarvoor uiteenlopende wetten, regels en beleidsmaatregelen van kracht zijn. Hoe kunnen regelgeving en beleid de verdere ontwikkeling van civic social media stimuleren?

Organisatie

Twee typen organisaties spelen een belangrijke rol voor de ontwikkeling van civic social media. Ten eerste zijn er – al dan niet open source – software-stewardship-organisaties nodig die software voor civic social media ontwikkelen en aanbieden. Met stewardship bedoelen we het zorgvuldig en met toewijding beheren en ontwikkelen van iets, met als doel om het in goede staat te houden of zelfs te verbeteren. Ten tweede zijn er organisaties nodig die als stewards voor specifieke gemeenschappen fungeren. Dit zijn de organisaties die vanuit hun maatschappelijke missie een civic

socialmediaplatform inrichten en beheren, bijvoorbeeld omroepen, bibliotheken of andere culturele of maatschappelijke organisaties.

Beide soorten organisaties kunnen voortbouwen op bestaande praktijken uit het maatschappelijke middenveld, maar deels zullen er ook nieuwe professionele rollen en taken moeten worden ontwikkeld. Ook moeten er bekostigingsmodellen komen waarmee ze deze activiteiten duurzaam kunnen uitvoeren.

Applicatie

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

Actoren

Wie kunnen er op welke manier bijdragen aan de ontwikkeling van civic social media?

Uiteenlopende actoren spelen een rol in het ontwerpen en promoten van civic social media.

De overheid kan vanuit haar rol als hoeder van de democratie voorwaarden scheppen voor een bloeiend civic socialmedialandschap door middel van regulering en stimulering. Ook kan ze de ontwikkeling en het gebruik van de onderliggende publieke digitale infrastructuur verder stimuleren. Daarnaast kan ze als ‘launching customer’ actief civic social media gebruiken en laten ontwikkelen om met burgers te communiceren, en een voorbeeldrol nemen door geen gebruik meer te maken van sociale media die in strijd zijn met publieke waarden. Ten slotte kan ze wettelijke aanpassingen doorvoeren in bijvoorbeeld aanbestedingsregels en subsidievoorwaarden.

Burgers kunnen ervoor kiezen om civic socialmediaplatforms te gebruiken, of een actieve rol te spelen in het beheer en de ontwikkeling ervan.

Publieke, culturele, of maatschappelijke organisaties kunnen ervoor kiezen om bij het uitvoeren van hun missie civic socialmediaplatforms in te zetten en als

community-stewards een actieve rol te spelen in het beheren van civic social media.

Het bedrijfsleven kan diensten ontwikkelen rond civic social media, zoals hosting, ontwerp van templates, beheer of advies. Ook kunnen bedrijven een rol spelen als ontwikkelaars van civic social media, mits ze daarvoor een bedrijfsmodel ontwikkelen dat overeenstemt met de publieke waarden waarop civic social media zijn gebaseerd.

Stichtingen en andere organisatievormen kunnen worden opgezet voor ontwikkeling en stewardship van civic social media, of voor de promotie ervan.

Ontwerpers en programmeurs kunnen zich ontwikkelen of specialiseren in civic social media, en de waardengedreven manier van werken die daarbij past.

Kennisinstellingen op het gebied van ontwerp, technologie, journalistiek, maatschappelijk werk, organisatie en business kunnen studenten opleiden om op een waardengedreven manier aan de slag te gaan met de ontwikkeling en implementatie van

civic social media. In het basis- en voortgezet onderwijs kan mediawijsheid een grotere plek krijgen in het curriculum.

Individuele onderzoekers, onderzoeksinstituten en denk-tanks kunnen helpen met het ontwikkelen en valideren van civic socialmediapraktijken en kennis daarover ontwikkelen, vastleggen en verspreiden. Het gaat dan om onderzoek op verschillende gebieden:

- Technologisch, ontwerp- en gebruikersonderzoek;
- Het verkennen van redactieprotocollen en organisatie-, governance- en verdienmodellen;
- Funderend onderzoek naar publieke waarden en de rol van civic social media in de democratische samenleving.

Cultuur

Waardenkader media en democratie

Naast een praktische, technische en organisatorische opgave, is civic social media in de eerste plaats een concept. Civic social media bieden een specifieke lens voor de ontwikkeling en het gebruik van digitale media voor contact tussen leden van gemeenschappen. Deze manier van kijken is gegrond in theorieën over de democratische samenleving, de rol van civil society daarin en hoe zij bij kan dragen aan het collectief welzijn. In die gronding ligt ook de legitimatie voor betrokkenheid van overheden, maatschappelijke organisaties en burgers bij de ontwikkeling van civic social media. Waarom zijn civic social media belangrijk? Waarom is het verantwoord om hier tijd, middelen en energie in te steken? Welke rol heeft civic social media voor de democratie en civil society?

Key drivers

- Bewustwording: er komt steeds meer aandacht en bewijs voor de negatieve invloed die big-tech-platforms kunnen hebben op de democratie en het collectieve en individuele welzijn van burgers. De behoefte aan alternatieven neemt toe. Ontwerp, beleid en wetgeving hiervoor hebben behoefte aan gegronde concepten en begrippen die houvast en richting bieden.

Opgaven, onder meer:

- Verder gronden van civic social media in theorieën over democratie en media en koppelen aan beleid op het gebied van media, communicatie en infrastructuur.
- Verdieping van waardenkaders die sturend moeten zijn in de ontwikkeling van civic social media, inclusief mogelijke spanningen daartussen. Bijvoorbeeld op het gebied van veiligheid, toegankelijkheid, openheid, inclusiviteit.
- Doorontwikkelen van een gedeeld begrippenkader waarin helder wordt wat onder civic social media wordt verstaan, inclusief de noodzakelijke randvoorwaarden op het gebied van regelgeving, voorwaarden en financiering. Vermijden van silo's en

opengooien van netwerken is niet alleen een technisch uitgangspunt, maar ook een zaak van dezelfde taal spreken en dezelfde waarden hanteren.



Storytelling

Om civic social media tot een succes te maken is het belangrijk het narratief erover verder te ontwikkelen en de urgentie ervan breed onder de aandacht te brengen. Hoe kunnen we organisaties en burgers op overtuigende wijze uitnodigen om gebruik te gaan maken van civic social media?

Bij social media spelen netwerkeffecten een belangrijke rol: mensen gebruiken het platform waar hun **peers** te vinden zijn. Overstappen of het gebruiken van een additioneel netwerk is daarmee niet vanzelfsprekend. Ook voor organisaties is dit een belangrijke drempel om de overstap te maken.

Een belangrijk aspect van de overgang naar civic social media is dan ook het bewustmaken van gebruikers. “If you’re not paying for it, you’re not the customer, you’re the product being sold.” Dat is voor veel professionals een geijkte uitspraak, maar veel socialmediagebruikers zullen zich hier nauwelijks van bewust zijn. Communicatie, marketing en storytelling zijn dan ook onlosmakelijk verbonden met een overgang naar door publieke waarden gedreven social media. Tegelijkertijd kan het belang van civic social media ook bij beleidsmakers en maatschappelijke organisaties nog beter onder de aandacht worden gebracht.

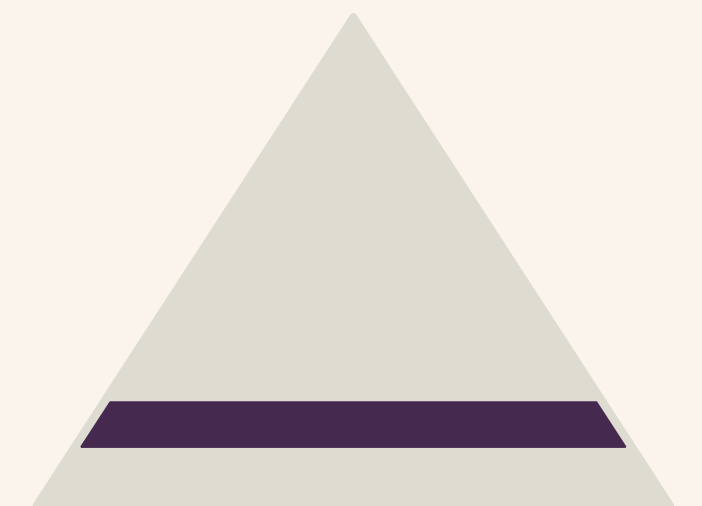
Key drivers

- Er is inmiddels een breder maatschappelijk debat over de rol van sociale media in de samenleving, en de rol van big tech in de democratie. Er is aandacht voor alternatieve platforms zoals Signal en BlueSky en campagnes zoals [Make Socials Social Again](#). Hoe kunnen we deze discussie verder aanjagen en het voor burgers en organisaties makkelijker en aantrekkelijker maken om over te stappen?

Opgaven, onder meer:

- Organiseren van een gerichte lobby richting beleidsmakers, financiers en maatschappelijke organisaties om het belang van civic social media onder de aandacht te brengen.
- Versterken van de rol van overheden als partner en voorbeeld.
- Activeren van bestaande (online/offline) netwerken (zoals bibliotheken, scholen, omroepen) als ambassadeurs en verspreiders van civic social media.
- Formuleren van richtlijnen voor organisaties over welke social media zij gebruiken voor welke doelen en onder welke publieke voorwaarden.

- In gang zetten van een brede burgerbeweging die het gebruik en de bekendheid van civic social media stimuleert.
- Creëren van showcases en best practices die laten zien hoe civic social media in de praktijk bijdragen aan publieke doelen.



Systemen

Wetgeving en beleid

Voor de aanleg van een soevereine, publieke digitale infrastructuur en het faciliteren van civic social media kunnen beleid en wetgeving een belangrijke rol spelen. Regelgeving voor sociale media heeft een significante impact op de manier waarop platforms opereren en met gebruikers omgaan.

Tot nu toe is wetgeving vooral gericht op het tegengaan van negatieve effecten van social media als desinformatie en haat. Met name vanuit Europa is verdergaande regelgeving ontwikkeld zoals de AVG om privacy van gebruikers van digitale platforms te borgen en de Digital Services Act (DSA) om de online verspreiding van illegale inhoud te voorkomen en de grondrechten van gebruikers te beschermen.

Daarnaast is de Digital Markets Act (DMA) ontwikkeld om een hogere mate van concurrentie op de Europese digitale markten te garanderen, te voorkomen dat grote bedrijven misbruik maken van hun marktmacht en de weg vrij te maken voor nieuwe spelers op de markt. Deze laatste is ook van belang voor de ontwikkeling van civic social media. De EU wil dat socialmediaplatforms meer samenwerken met elkaar. Dit zou het voor

gebruikers makkelijker moeten maken om te communiceren met vrienden en familie op verschillende platforms. Dit maakt de weg vrij voor meerdere kleinere aanbieders die nu niet kunnen opwegen tegen de technische en financiële macht van Big Tech.

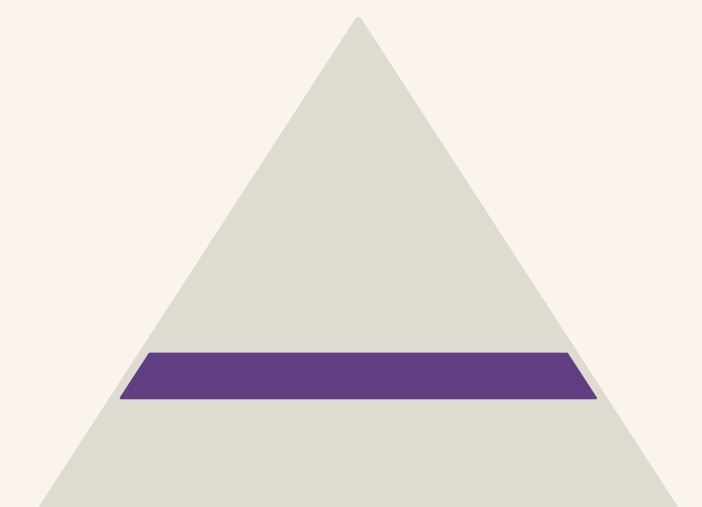
Naast het reguleren zou de overheid ook een centralere actieve rol kunnen spelen in het faciliteren van digitale publieke infrastructuur en civic social media, onder meer vanuit beleidsterreinen als infrastructuur, communicatie, media, gezondheid en welzijn, en democratie. De overheid kan de verantwoordelijkheid (inclusief financiering daarvoor) voor civic social media beleggen bij onafhankelijke organisaties die op enige afstand van de overheid staan. Zo heeft momenteel de publieke omroep de taak om voor een pluriform media-aanbod te zorgen, en de bibliotheek om ontmoeting en debat te faciliteren. Hoe kan de uitbreiding van deze taken naar online omgevingen via civic social media het beste worden belegd?

Key drivers

- Europese regelgeving rond AVG, DSA en AI speelt een belangrijke rol in de ontwikkeling van het digitale medialandschap. Hoe kan

dit momentum benut worden voor het verder verankeren van publieke waarden en digitale soevereiniteit rond digitale publieke infrastructuren en civic social media?

- Overheden herijken hun rol in het digitale medialandschap. Kunnen ze naast hun rol als regulator ook een actieve stimulerende rol spelen, bijvoorbeeld rond de realisatie van een digitale publieke infrastructuur, of voortbordurend op de kamerbrief rond Digitale gemeenschapsgoederen. Kan de overheid meer verantwoordelijkheid gaan tonen voor de aanleg van fundamentele digitale infrastructuren die ook een belangrijke maatschappelijke infrastructuur vormen, zoals ze dat doet voor essentiële infrastructuren zoals het wegennet of de publieke omroep?



Wetgeving en beleid

Opgaven, onder meer:

- Doorontwikkelen visie op verantwoordelijkheid van overheid voor stimuleren van digitale publieke infrastructuur, en daarbinnen ook civic social media als maatschappelijke infrastructuur.
- Verbinden van deze rol met beleidsthema's op gebied van veiligheid, soevereiniteit, welzijn, media en communicatie.
- Ontwikkelen wettelijk fundament voor financiering van digitale basisinfrastructuur. Vergelijk bijvoorbeeld de rol van kijk- en luistergeld en de wegenbelasting.
- In kaart brengen welke wetgeving raakt aan civic social media en welke wetgeving (extra) nodig is; op welk niveau moet wetgeving worden ingericht?
- Concreet beleid ontwikkelen op deelonderwerpen, bijvoorbeeld rond digitale identiteiten en interoperabiliteit.
- Beleid ontwikkelen ten behoeve van bescherming van kinderen en jongeren op socialmediaplatforms.
- Doorontwikkelen van visie op toezicht op socialmediaplatforms met betrekking tot vrijheid van meningsuiting, discriminatie, hate speech en des/misinformatie.
- Doorontwikkeling van aanbestedingsrecht: wat mag de overheid en waar moeten overheden actief zijn, waar zit regelgeving in de weg?
- Doorontwikkelen van stelsel van subsidie- en financieringsvoorwaarden: waaraan moeten publieke organisaties voldoen waar het gaat om gebruik van socialmediaplatforms om publieke financiering te ontvangen?
- Wettelijke kaders ontwikkelen of aanscherpen om nieuwe bedrijfs- en organisatievormen mogelijk te maken die publieke waarden kunnen verankeren in mediabeheer (bijvoorbeeld steward ownership in wettelijk kader).



Technologische infrastructuur

Civic social media staan niet op zichzelf. Ze zijn afhankelijk van een bredere infrastructuur die bestaat uit communicatienetwerken, cloud-diensten, digitale identiteiten en protocollen die doorontwikkeling van en samenwerking tussen verschillende civic social media mogelijk maken. Een groot deel van deze infrastructuur is nu in handen van buitenlandse big-tech-bedrijven waarover Nederlandse overheden en organisaties weinig of geen zeggenschap hebben. Ook de socialmediaplatforms zelf zijn op dit moment sterk gecentraliseerd: een commerciële organisatie beheert de volledige infrastructuur van het netwerk.

Om te komen tot een lokaler en meer waardengestuurd netwerk van samenwerkende platforms is er een andere infrastructuur nodig: een die decentraal is georganiseerd en waarvan ook de onderliggende netwerken en diensten zijn gebaseerd op publieke waarden en soevereiniteit.

Inmiddels zijn er verschillende initiatieven die dit doel ondersteunen, zoals ActivityPub (het decentrale protocol waarop diensten als

Mastodon werken) en Matrix (het protocol waarvan het Nederlandse netwerk PubHubs gebruikmaakt).

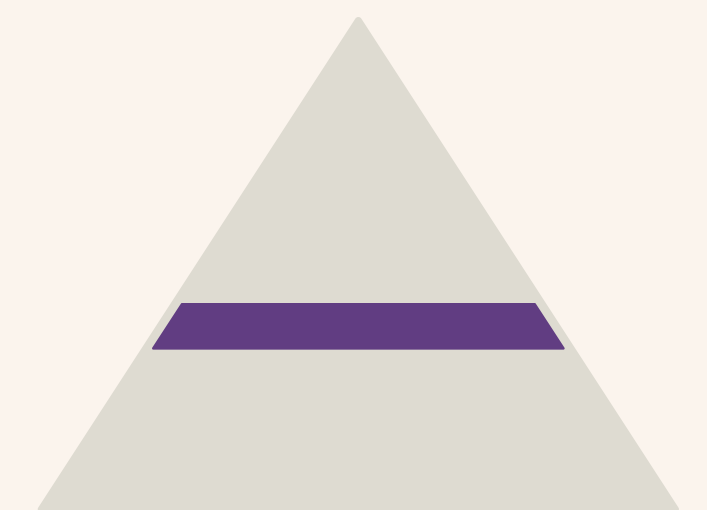
Key drivers

- Geopolitieke ontwikkelingen hebben meer mensen ervan bewust gemaakt dat onze technologische infrastructuur grotendeels in buitenlandse handen is, en we daardoor weinig of geen grip hebben op deze essentiële diensten. Er wordt hard gewerkt om Europese en nationale (open source) alternatieven te ontwikkelen, waaronder clouddiensten en (Europese) systemen voor digitale identiteiten. Er zijn inmiddels uiteenlopende veelbelovende initiatieven op het gebied van publieke digitale infrastructuur en digitale soevereiniteit, waaronder ideeën voor een EuroStack. Dit is niet alleen van belang vanuit het perspectief van digitale strategische autonomie, maar ook vanuit het oogpunt van economische groei, innovatie- en concurrentiekracht.
- Specifiek met betrekking tot alternatieven voor de bestaande sociale media zijn er veel ontwikkelingen op het gebied van het Fediverse – de ontwikkeling van een infrastructuur van protocollen die

ontwikkeling van en uitwisseling tussen socialemedianetwerken mogelijk moet maken.

Opgaven, onder meer:

- Versterken van discussies over en plannen voor publieke digitale infrastructuur die nodig is voor soeverein internet in brede zin en de doorontwikkeling van civic social media in het bijzonder. Welke rol moeten overheden spelen in het faciliteren hiervan?
- (Door)ontwikkelen van interoperabiliteit tussen socialmedianetwerken, gezamenlijke protocollen, afspraken en techniek.
- Consolidatie, afstemming en ontwikkeling van een trusted identity management. Identity management is nu versnipperd en complex. Meerdere spelers beheersen delen



Technologische infrastructuur

van de markt. Die wordt nu nog grotendeels beheerst door commerciële initiatieven als Apple en Google ID. In toenemende mate spelen ook overheid (DigID), maatschappelijke organisaties (Yivi), en de media-industrie (Datakluis/jouw.id) een rol.

- Verder uitwerken van de rol van de overheid. Hoe vertaalt de rol van de overheid zich tot de technologische infrastructuur – netwerken, identity management, data portabiliteit, etc – en de organisatie daarvan?
-



Organisatie

Stewardship

De proliferatie van civic social media vereist twee typen organisaties. De eerste bestaat uit organisaties die de ontwikkeling van (open source) software stimuleren en daarvoor kunnen optreden als ‘stewards’. Deze software-stewards zetten zich in voor het beheer en ontwikkeling van een collectief goed, en dragen zorg voor de kwaliteit ervan. Het tweede type bestaat uit organisaties die een civic social media platform beheren en optreden als stewards voor hun gemeenschappen.

Software-stewardship

Voor organisaties die fungeren als software-stewards moet een rechtsvorm worden gezocht die past bij het verankeren van publieke waarden. Bovenal is er behoefte aan de ontwikkeling van verdien- of bekostigingsmodellen: hoe kan de ontwikkeling van software worden bekostigd? Niet langer wordt de (door)ontwikkeling van platformen vooral gefinancierd vanuit reclame-opbrengsten en het verhandelen van gebruikersdata. Alternatieven kunnen bijvoorbeeld bestaan uit abonnementsgelden, licentieopbrengsten, donaties, bekostiging uit publieke middelen of een combinatie daarvan.

Ook moet er verder worden nagedacht over de ontwikkeling van verschillende licentiemodellen waarin verantwoordelijkheden tussen de ontwikkelende organisatie en de gebruikers worden geregeld, bijvoorbeeld op het gebied van de borging van publieke waarden bij vervreemding.

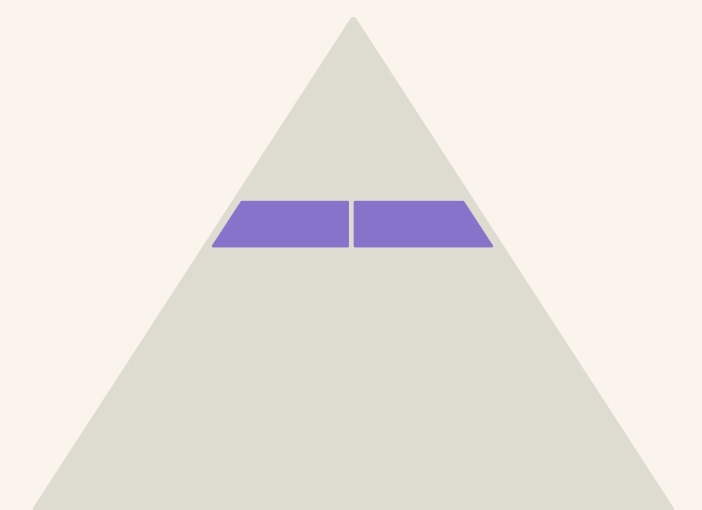
Rondom de ontwikkeling van de software zelf kan een ecosysteem van bedrijven ontstaan die uiteenlopende diensten aanbieden aan de beheersorganisaties, van hosting en consultancy voor de inrichting ervan tot het ontwerp van templates.

Key drivers:

- Er zijn wereldwijd diverse initiatieven ontstaan voor de ontwikkeling van civic social media initiatieven, veelal (maar niet altijd) met een open source karakter. Van het Nederlandse PubHubs, Gebied online, KennisCloud of Open Stad via het Spaanse Decidim en het Taiwanese Pol.is tot de verschillende Fediverse-netwerken als Mastodon en Lemmy. Vanuit organisatie-perspectief zijn de bekostiging en het beheer ervan belangrijke vraagstukken die volop in ontwikkeling zijn.

Opgaven, onder meer:

- Experimenteren met diverse organisatie-, ontwikkel- en stewardshipmodellen voor civic social media, en de vraag hoe die publieke waarden het beste kunnen borgen.
- De inrichting van een bijbehorende ondersteuningsstructuur voor duurzame technische ontwikkeling, waaronder langetermijnonderhoud, innovatie, open source-bijdragen en helpdesk.
- De ontwikkeling van governance-structuren voor ontwikkelorganisaties die publieke verantwoording en participatie van gebruikers in het beheer en de doorontwikkeling van platformen mogelijk maken.
- De zoektocht naar een duurzaam bekostigingsmodel voor de ontwikkeling van civic social media. Waaronder



Stewardship

de ontwikkeling van hybride financieringsvormen, zoals combinaties van publieke middelen, lidmaatschapsmodellen en maatschappelijke investeringen.

- Onderzoeken van mechanismen voor publieke aanbesteding of subsidiëring van civic social media als digitale publieke infrastructuur.
- Verkennen van coalities tussen maatschappelijke organisaties, overheden en private partijen om de gezamenlijke ontwikkeling en instandhouding van civic social media mogelijk te maken.
- De ontwikkeling van licentie-modellen waarin voorwaarden worden vastgelegd voor het gebruik van civic social media door organisaties en individuele gebruikers. Met daarin afspraken over het borgen van publieke waarden en afspraken over data-eigendom en -beheer, zodat data niet alsnog een verdienmodel wordt dat publieke waarden ondermijnt.
- Organiseren van toezicht op de naleving van basisprincipes, bijvoorbeeld door het ontwikkelen van keurmerken, trainingen

en ondersteuningsstructuren voor civic social media, vergelijkbaar met initiatieven van bijvoorbeeld de NVJ, de Raad voor de Journalistiek of het Commissariaat voor de Media.

- De ontwikkeling van een ecosysteem van uiteenlopende bedrijven die hulpdiensten als hosting of ontwerp en implementatie voor civic social media kunnen verzorgen.

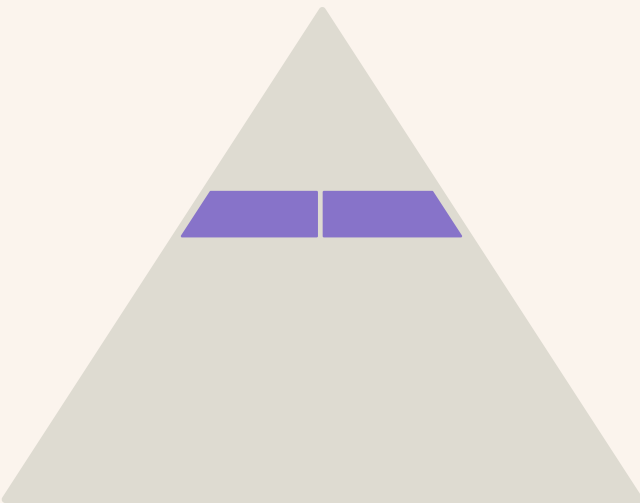
Community-stewardship

Civic social media worden beheerd door maatschappelijke organisaties, bedrijven of initiatieven die daarmee communicatie met of tussen mensen in gemeenschappen mogelijk willen maken. Zij fungeren als stewards voor de gemeenschappen. De inzet van civic social media vanuit hun missie vraagt nieuwe vaardigheden en rollen van haar medewerkers, en in sommige gevallen een verandering in de organisatie zelf, of de organisatiecultuur. Beherende organisaties zullen op de een of andere manier verantwoordelijkheid moeten nemen voor een veilige en vertrouwde cultuur op het platform, waardoor deelnemers zich thuis kunnen voelen. Ook moeten ze nadenken over strategieën om de verspreiding

van desinformatie te voorkomen. Dit kan deels technologisch worden belegd in de ontwikkeling van de mechanismes en UX van de applicatie, deels zullen hiervoor nieuwe rollen en protocollen moeten worden ontwikkeld, bijvoorbeeld op het gebied van moderatie en de rol van gebruikers zelf daarin.

Key drivers:

- Overheden, maatschappelijke organisaties en burgerinitiatieven zijn op zoek naar op publieke waarden gebaseerde platforms voor hun communicatie en hebben behoefte aan meer structurele kennis over wat er komt kijken bij het beheer van zo’n platform
- In toenemende mate wordt AI ingezet als instrument voor moderatie. Dit kan drempelverlagend werken; anderzijds

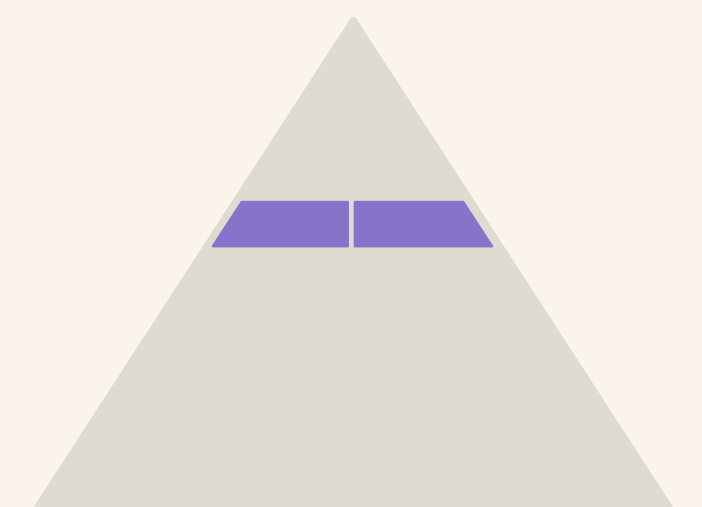


Stewardship

moet er extra aandacht zijn voor de onderliggende algoritmen en de mogelijk ingebakken vooroordelen.

Opgaven, onder meer:

- Ontwikkelen van strategieën voor de inpassing van social media in publieke organisaties, inclusief het opbouwen van capaciteit en competenties voor moderatie en community management.
- Ontwikkeling van handleidingen en leidraden voor het uitoefenen van community-stewardship via civic social media. Kunnen we de inrichting van civic social media inzichtelijk maken door een canvas te ontwikkelen, bijvoorbeeld geïnspireerd op het community canvas (<https://community-canvas.org>)?
- Vaststellen van de organisatiestructuur en verantwoordelijkheden mbt het borgen van publieke waarden en de afstemming tussen leden van gemeenschappen en de organisatie die hen een platform biedt.
- Ontwikkelen van professionele protocollen binnen organisaties, waaronder instrumenten als redactiestatuten, moderatieregels, trainingen en de bevordering van passende attitudes.
- Inpassing van civic social media in bredere organisationele processen.



Applicatie

Applicatie

Civic social media worden uiteindelijk primair gebruikt op specifieke, concrete digitale platforms. Voor het ontwerp daarvan onderscheiden we drie belangrijke elementen:

User Experience

De User Experience (UX) is de ervaring die gebruikers hebben als ze een civic social media platform bezoeken. Die bestaat onder meer uit de onboarding- en inlog-procedures, de navigatie, de esthetische ervaring, de presentatie van de inhoud, en de uiteenlopende mogelijkheden om contacten te leggen of bij te dragen. Uiteraard is gebruiksgemak hier van doorslaggevend belang. Tegelijkertijd vragen civic social media om een andere aanpak in applicatieontwerp dan ‘traditionele’ sociale media, die vaak als doel hebben om de aandacht van gebruikers zo lang mogelijk vast te houden. De ervaring van civic social media draait vooral om het zichtbaar maken van de gemeenschap en de collectieve doelen of ervaringen en moet uitnodigen uit tot samenwerken, discussie, empathie en verbinding.

Redactie en moderatie

De back-end met tools voor redactie en moderatie. Beheerders van civic social media hebben ook gebruiksvriendelijke ‘back-end’ nodig, waar ze op overzichtelijke wijze hun rol kunnen uitvoeren.

Mechanismes

De onderliggende mechanismes van onder meer algoritmes, reputatiesystemen, identiteitsbeheer die (partieel) toegang geven tot het platform, en de informatie ordenen, doorzoekbaar maken of aanraden. Op basis van welke principes worden deze mechanismes ontworpen? Raadt een platform gebruikers bijvoorbeeld vooral soortgelijke content aan? Of nodigt het uit om nieuwe perspectieven te verkennen? Zoekt het overeenkomsten in debat of benadrukt het juist de verschillen?

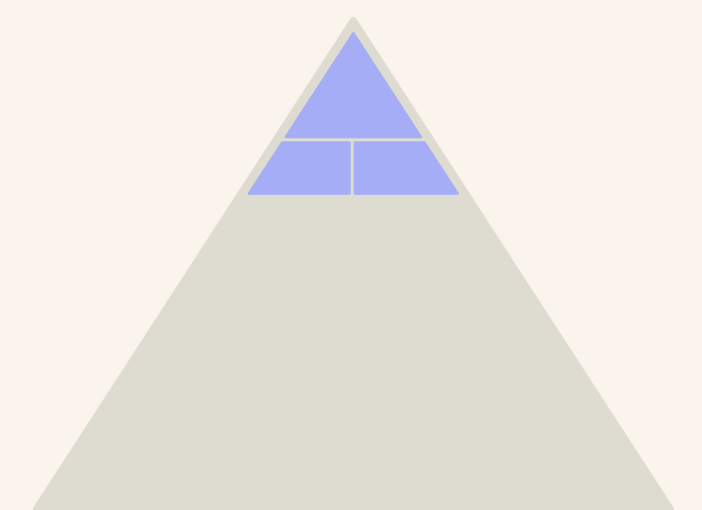
Ontwerpen voor andere vormen van engagement in combinatie met een hoge mate van gebruiksgemak en functionaliteit is een complexe ontwerpopgave voor civic social media.

Key drivers

- Er is een internationale gemeenschap aan het ontstaan van ontwerpers en programmeurs die zich richten op civic social media. Daarmee ontstaat er meer kennis over design-patterns of design-benaderingen en attitudes waarmee civic social media vormgegeven kan worden. Vaak is er een nadruk op het technologisch ontwerp, en kan de gebruikerservaring nog verder worden versterkt.

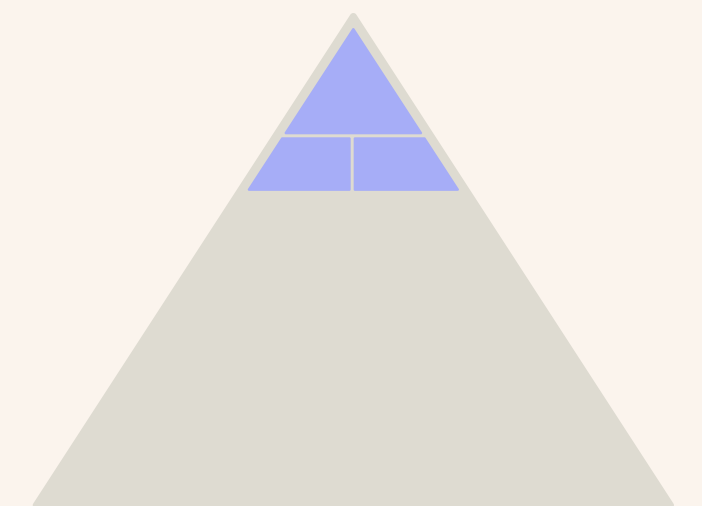
Opgaven, onder meer:

- De gebruiksvriendelijkheid van interfaces/applicaties van civic social media is over het algemeen niet op het niveau dat gebruikers kennen van big tech platformen. Het versterken van ontwerpkwaliteit op UX-gebied is een belangrijke opgave.



Applicatie

- Ontwerpen voor civic social media brengt ook nieuwe ontwerpbenaderingen met zich mee, die zich behalve op individueel gebruiksgemak ook richten op vraagstukken rond collectiviteit, samenwerking en gevoel van verbondenheid. Dit is niet alleen een opgave voor ontwerpers, maar ook voor ontwerpopleidingen.
- Het ontwikkelen van nieuwe mechanismes en informatie-architectuur die passen bij de uitgangspunten van civic social media. Daaronder vallen ook algoritmes die publieke waarden borgen, het ontwikkelen van filters die informatie-overload voorkomen en de balans tussen individuele en collectieve belangen bewaken.
- Het ontwikkelen van patronen voor curatie, selectie en filtering, waarbij een balans wordt gevonden tussen personaliseren en verbinden, afhankelijk van de behoeften van de gebruiker en de gemeenschap op verschillende momenten.
- Het ontwikkelen van gebruiksvriendelijke onboarding en login-praktijken gericht op bescherming van gegevens, bijvoorbeeld door middel van attribute-based authenticatieprocedures.
- Het ontwikkelen van patronen voor zichtbaarheid van mensen en informatie. Wat wordt er wanneer aan wie gepresenteerd?
- Scheppen van voorwaarden voor leeftijdsgrenzen en ouderlijk toezicht, ter bescherming van jongere gebruikers.
- Ontwerpen van de relatie tussen online en offline interactie, bijvoorbeeld zoals toegepast bij initiatieven als KennisCloud.
- Van memo's naar demo's: Ontwikkel concrete toepassingen rondom een bepaald thema. Op korte termijn liggen hier bijvoorbeeld grote kansen voor het thema mentale gezondheid



Verantwoording

Deze routekaart komt voort uit een samenwerking tussen het [Lectoraat Civic Interaction Design aan de Hogeschool van Amsterdam](#), [PubHubs](#), [PublicSpaces](#), de gemeente Amsterdam en de Universiteiten van [Nijmegen](#) en [Utrecht](#) rond het ontwikkelen van een UX-design en Use Cases voor PubHubs. Dit onderzoek is mogelijk gemaakt dankzij een financiële bijdrage van het [SIDN-fonds](#). Voor de ontwikkeling van de Routekaart was PublicSpaces in de lead.

De thema's in deze routekaart zijn voortgekomen uit desk research naar recente ontwikkelingen op het gebied van social media en het bredere [ontwerpende onderzoekstraject](#) van de HvA naar de User Experience en Use Cases voor PubHubs. De focus lag daarbij op het ontwerp van wat we Civic Social Media zijn gaan noemen, en die ontwerpende invalshoek heeft ook deze routekaart gekleurd. Specifiek voor deze roadmap zijn aanvullend een tweetal workshops georganiseerd waarin projectpartners en vertegenwoordigers van diverse organisaties zoals Waag, Ypsilon, Rathenau Instituut, KennisCloud en het Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties input hebben gegeven.

Diverse andere onderzoeksagenda's, manifesten en onderzoeksrapporten hebben ons daarbij geïnspireerd, zoals het werk van Waag rond de [Public Stack](#); de [Tech Radars](#) van de Gemeente Amsterdam; het Rathenau-programma [Inclusieve Sociale Media](#); de [Rathenau-rapporten over het borgen van publieke waarden](#) bij de digitalisering van de samenleving; De WRR-adviezen over [Media](#)

[en democratie](#) en [AI](#); en het werk van het Commons Netwerk rond [digitale gemeenschapsgoederen](#). Concrete voorbeelden in Nederland vonden we onder meer bij [GebiedOnline](#) en [Openstad](#). In het recente publieke debat vinden we aansluiting bij de activiteiten rond de campagne [Make Socials Social Again](#) en verschillende manifesten en position papers die er zijn verschenen, zoals Bert Huberts Manifest [Big Tech Alternatieven: Wat moet er beter](#). Internationaal is het werk rond [New Public](#), [Decidim](#) en [Pol.is](#) een inspiratiebron geweest, als ook de recente discussies rond de [Euro Stack](#), het Nesta-rapport [Towards public digital infrastructure](#), en het werk van [Open Future](#).

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

Pepijn Lemmens, Martijn de Waal, Esther Hammelburg en Eva Oosterlaken [2025] *Routekaart Civic Social Media. Naar een veilig & vertrouwd, verantwoord en soeverein social media-landschap.* Amsterdam: PublicSpaces & Lectoraat Civic Interaction Design Hogeschool van Amsterdam

Onderzoeksteam Hogeschool van Amsterdam

Esther Hammelburg, Jorgen Karskens, Eva Oosterlaken, Harold Pflug, Martijn de Waal

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

www.pubhubs.nl

www.publicspaces.net

www.civicixd.com

<https://civicixdproject.com/civicsocialmedia/>

Illustraties en grafische vormgeving

Eva Oosterlaken en Lianne Siemensma