

Polarisatie in de netwerksamenleving

Lidwien van de Wijngaert

Deze tekst onderzoekt de mogelijkheden (en beperkingen) die netwerkanalyse te beiden heeft om inzicht te krijgen in polarisatie in de samenleving. Dit is één van de benaderingen die het Trendbureau Overijssel wil onderzoeken ten behoeve van de toekomstverkenning polarisatie.

1. Inleiding

In 2015 zijn door de Nederlandse overheid een aantal decentralisaties doorgevoerd op het gebied van jeugdzorg, werk en inkomen en zorg aan langdurig zieken en ouderen. Deze decentralisaties maken het netwerkperspectief op de (gemeentelijke) samenleving zeer relevant. De reden is dat de decentralisaties een belangrijke aanjager zijn voor het intensiveren van lokale, regionale en Euregionale samenwerking. Van Mourik (2007) stelt dat door maatschappelijke netwerken in kaart te brengen en met elkaar te verbinden, een gemeente in staat is om de kennis en de belangen die er in deze netwerken aanwezig zijn te gebruiken voor een politiek-bestuurlijk gewenst effect. Het delen van kennis en samenwerking is echter slechts een kant van de netwerksamenleving (Van Dijk, 2014). Behalve kennisdeling en samenwerking zien we in de netwerksamenleving processen van conflict en polarisatie. Het delen van kennis en samenwerking en conflicten en polarisatie zijn dus in wezen twee kanten van de medaille van de netwerksamenleving. In dit document gaan we in op de achterkant van de medaille: de kant van polarisatie.

Dit document beschrijft zowel theoretische als methodologische handvaten waarlangs polarisatie kan worden begrepen. Hoofdstuk 2 begint met het hoofdonderwerp: een definitie van polarisatie en een theoretische verkenning vanuit communicatiewetenschappelijk perspectief. In hoofdstuk 3 volgt een introductie over netwerken in de context van de overheid. In hoofdstuk 4 wordt vervolgens aandacht besteed aan de mogelijkheden van de analyse van die netwerken. Met deze drie ingrediënten (theorie, overheidsnetwerken en netwerkanalyse) wordt in hoofdstuk 5 een casus over vluchtelingen in Enschede uitgewerkt. Het doel van hoofdstuk 6 is om alles samen te nemen door een aantal vragen te formuleren aan de hand waarvan inzicht in polarisatie in de netwerksamenleving kan worden verkregen.

2. Polarisatie vanuit theoretisch perspectief

In dit hoofdstuk gaan we kort in op de vraag wat polarisatie is. Vervolgens bespreken vanuit communicatiewetenschappelijk perspectief een aantal theoretische aanknopingspunten om processen van polarisatie te begrijpen.

Volgens Van Dale is polarisatie is de vorming van tegenstellingen, van uitersten, van tegengestelde polen. In de sociologische betekenis gaat het om het ontstaan of toenemen van (de tot dan toe verborgen) spanningen en tegenstellingen in een groep. De oorzaak van polarisatie is een conflict over tegenstrijdige belangen, tegenstrijdige inzichten en interpretaties of van tegengestelde normen en waarden tussen burgers, ambtenaren, organisaties of bedrijven. Een conflict kan op verschillende manieren worden aangegaan. In de eerste plaats is er de mogelijkheid om argumenten uit te wisselen om zo tot een oplossing van een conflict te komen. Partijen kunnen elkaar overtuigen of een middenweg proberen te vinden waar iedereen goed mee kan leven. Als het echter niet lukt om via 'polderen' tot een

oplossing te komen, kan het gelijk worden gehaald door de ander belachelijk te maken, te roddelen of buiten te sluiten. De uitkomsten van het conflict is nu dat de ander zich gewonnen geeft of zich terugtrekt. Als er echter geen winnaar uit het conflict komt dreigt de polarisatie. Bij polarisatie intensiveert en escaleert een conflict (Rubin et al. 1994). Een vicieuze cirkel van verwijten, minder vertrouwen en respectloosheid ontstaat. Op een gegeven moment is het doel niet meer om het conflict op te lossen maar om de tegenstellingen in stand te houden. Daarmee leidt polarisatie tot stagnatie en een situatie waarin problemen niet worden opgelost. Hoewel sommigen (als reactie op het polderen) polarisatie als een verfrissing zien, geeft De Dreu (2009) aan dat polarisatie niets oplevert en veel kost. Polarisation is daarmee iets om te voorkomen of, als het zich heeft aangediend, op te lossen.

Een eerste stap in de richting van een oplossing uit een gepolariseerde situatie is om te begrijpen hoe de polarisatie in elkaar steekt. Vanuit de sociale wetenschap, (sociale) psychologie en communicatiewetenschap zijn verschillende theoretische aanknopingspunten te vinden om polarisatie te begrijpen. In deze paragraaf kijken we naar: *structuration*, sociaal-kapitaal, agenda setting, *priming* en *framing*, zwijgspiraal en sociale identiteitstheorie. Hieronder zullen we deze theorieën en modellen kort beschrijven. Ook geven we aan hoe die theorie relevant kan bedragen aan begrip ten aanzien van de vraag hoe polarisatie tot stand komt.

Structuration

Het denken over structurering is geïntroduceerd door Anthony Giddens (1974). Het uitgangspunt van deze benadering is dat noch alleen het perspectief van het handelende individu noch alleen de werking van instituties (zoals overheden) kunnen verklaren hoe een systeem functioneert. Giddens brengt deze twee perspectieven bij elkaar door te zeggen dat het gaat om “*the production and reproduction of the social systems through members’ use of rules and resources in interaction*”. Gedrag en structuur hebben daarmee betrekking op elkaar. Mensen handelen vanuit structuren en bevestigen daarmee de bestaande structuren. Tegelijk worden ook voortdurend bestaande structuren door handelen veranderd. Er is sprake van een voortdurend proces van instandhouding en vernieuwing. *Structuration* vormt daarmee een algemene achtergrond waartegen processen van polarisatie kunnen worden begrepen. Vanuit *structuration* ontstaat het inzicht dat polarisatie niet iets is dat van de ene op de andere dag ontstaat, noch dat het van de ene op de andere dag kan worden opgelost.

Sociaal kapitaal

Naast de klassieke vorm van economisch en cultureel kapitaal maakt Putnam (1995) onderscheid tussen twee soorten sociaal kapitaal: *bonding* en *bridging*. *Bonding* treedt op wanneer er wordt gesocialiseerd met mensen binnen de groep. Het gaat hierbij om het maken van verbindingen tussen mensen met bijvoorbeeld dezelfde leeftijd, hetzelfde ras, dezelfde religie en dergelijke. Bij *bridging* gaat het over het vinden van verbindingen tussen verschillende groepen. Putnam stelt dat voor een veilige en vruchtbare samenleving het van belang is dat zowel *bonding* als *bridging* kapitaal wordt ontwikkeld. In een gepolariseerde situatie heeft *bonding* de overhand gekregen en zijn er te weinig mogelijkheden om de verbinding tussen groepen te maken.

De effecten hiervan laten zich beschrijven aan de hand van *Priming* en *Framing*, de zogenaamde zwijgspiraal en de sociale identiteitstheorie.

Priming en Framing

Priming en Framing zijn theorieën die ingaan op de effecten van de (sociale) media. Bij *priming* gaat het over de vraag naar welke aspecten van het verhaal de aandacht uitgaat (Domke, Shah, & Wackman, 1998). Een *frame* is de specifieke benadering of invalshoek waarmee een verhaal wordt verteld. Deze invalshoek of het perspectief beïnvloedt de manier waarop we het nieuws (of meer algemeen informatie) begrijpen, bijvoorbeeld in termen van wie daders zijn en wie slachtoffers. Volgens Tversky & Kahneman (1981), is het perspectief van waaruit een verhaal wordt verteld (het *frame*) van invloed op de beslissingen die mensen nemen. De bijdrage van deze theorieën is dat ze begrijpelijk maken hoe verschillende groepen eenzelfde probleem op heel verschillende manieren kunnen *framen*. Doordat verschillende groepen een probleem op heel verschillende manieren begrijpen is het lastig om met elkaar in gesprek te gaan.

Zwijgspiraal

Uit psychologisch onderzoek blijkt dat mensen over het algemeen sociale isolatie uit de weg gaan. Wanneer mensen hun mening geven over een bepaald onderwerp lopen ze het risico te worden buitengesloten omdat anderen het niet eens zijn met deze mening. Dat is waarom we volgens Noelle Neumann (1974) steeds bezig zijn met het maken van een inventarisatie van de meningen die de mensen om ons heen hebben. Mensen zijn dus niet zozeer op zoek naar wat de meeste mensen vinden maar eerder naar wat meeste de mensen in de eigen omgeving vinden. Volgens Noelle-Neumann krijgen mensen meer zelfvertrouwen wanneer hun mening overeenstemt met de gepercipieerde meningen in de omgeving. Dat maakt het waarschijnlijker om die mening te delen. Wanneer echter de eigen mening afwijkt van die van de gepercipieerde meerderheid hebben mensen de neiging om hun mening voor zich te houden uit angst om anders te worden geïsoleerd. Wanneer dit met meer mensen gebeurt is de afwijkende mening steeds minder vaak te horen waardoor de indruk wordt gewekt dat nog minder mensen een afwijkende mening hebben. Op deze manier kan een minderheid ervoor zorgen dat hun mening als de algemene mening wordt gezien terwijl de *silent majority* niet van zich laat horen. Hoewel er de nodige kritiek is op de theoretische denkbeelden van Noelle Neumann verdient de theorie toch aandacht in een discussie over het ontstaan van polarisatie.

Sociale identiteitstheorie

Sociale identiteitstheorie is ontwikkeld door Tajfel en Turner in 1979. De theorie werd oorspronkelijk ontwikkeld om de psychologische basis van discriminatie tussen groepen te begrijpen. Bij sociale identiteit gaat het om het bewustzijn van een persoon tot een bepaalde groep (de *in-group*) te behoren, bijvoorbeeld op basis van nationale, culturele, geslachts-, politieke of stedelijke identiteit. Mensen die niet tot de groep behoren worden tot de *out-group* gerekend en worden ook als zodanig behandeld. Door deze processen is het lastig om bruggen te slaan tussen groepen en polarisatie te verminderen.

Naast deze theoretische aanknopingspunten biedt het netwerkperspectief een methodologisch aanknopingspunt om polarisatie te begrijpen. Het volgende hoofdstuk gaat hier op in.

3. Netwerken van de overheid

Een netwerk is een sociale structuur die wordt gevormd door een set actoren (knopen) en relaties (verbindingen) tussen die knopen. De knopen kunnen bijvoorbeeld mensen zijn maar ook organisaties, luchthavens of sociale media accounts. Wanneer de knopen mensen zijn, vormen de verbindingen bijvoorbeeld kanalen waarlangs communicatie kan plaatsvinden. Het kan echter ook gaan om bijvoorbeeld vriendschap, geldstromen of samenwerking.



Figuur 1 Knopen en relaties

Voorbeelden van knopen in overheidscontext zijn burgers, ambtenaren, organisaties of bedrijven. Bij de verbinding tussen deze knopen gaat het bijvoorbeeld om vriendschap, informatie-uitwisseling, samenwerking of geldstromen. Meer concreet gaat het om bijvoorbeeld netwerken van burgers, netwerken tussen organisaties in een stad of netwerken van ambtenaren (onderling) of met de buitenwereld. Ook online netwerken kunnen in kaart worden gebracht door bijvoorbeeld de hyperlinks tussen websites van relevante organisaties in kaart te brengen. In sociale media netwerken bestaan de knopen doorgaans uit accounts van burgers, ambtenaren, organisaties of bedrijven. De relaties tussen deze accounts worden op Twitter bijvoorbeeld gevormd door een *@mention* (iemand noemt iemand anders in een tweet) of een *retweet* (iemand *retweet* het bericht van iemand anders). Op Facebook worden relaties gevormd doordat mensen op elkaars *posts* reageren. Een voorbeeld hiervan wordt in de hoofdstuk 5 gegeven. Voor Twitter kunnen ook volg-relaties (volgers of volgend) door middel van een netwerk in kaart worden gebracht. Tot slot noemen we hier het bestuurlijk netwerk. Dit netwerk toont hoe bestuurders van organisaties elkaar verbonden zijn. Hoe zijn mensen met elkaar verbonden doordat ze in hetzelfde bestuur zitten?

Uit bovenstaande voorbeelden kan worden afgeleid dat in de context van de overheid netwerken op veel verschillende manieren kunnen worden gedefinieerd. De manier waarop (de grenzen van) het netwerk wordt gedefinieerd en de data wordt verzameld bepaalt de reikwijdte van de uitspraken die op basis van het onderzoek kunnen worden gedaan.

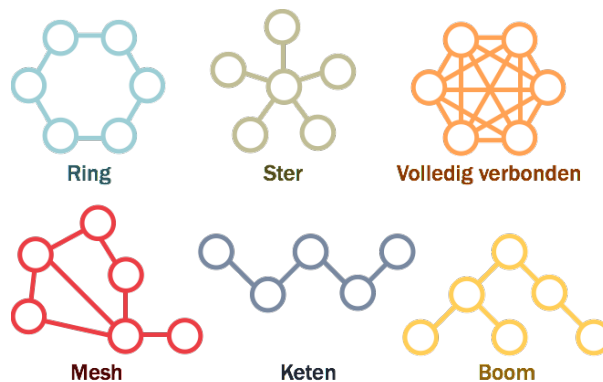
In het volgende hoofdstuk gaan we in op de manier waarop de analyse van deze netwerken kan bijdragen aan het begrijpen (en mogelijk het oplossen) van polarisatie.

4. Netwerkanalyse

In dit hoofdstuk gaan we in op netwerkanalyse als onderzoeksmethode. We bespreken verschillende netwerk-topologieën en manieren om netwerken te analyseren. Ook komt aan de orde hoe polarisatie in het netwerk kan worden herkend. Daarmee wordt een schets gemaakt van de gereedschapskist die sociale netwerkanalyse te bieden heeft.

Netwerk topologieën. De wijze waarop knopen door middel van relaties met elkaar verbonden zijn bepaalt de structuur van het netwerk. Deze structuur beïnvloedt de manier waarop informatie kan stromen. Een beperkt aantal (theoretische) basisvormen (topologieën) kunnen worden onderscheiden (Zie Figuur 2). We leggen deze topologieën uit aan de hand van een voorbeeld waarbij de knopen mensen zijn en de relaties kanalen waarlangs informatie wordt uitgewisseld:

- Het **ringnetwerk** heeft geen leider. Elke knoop heeft precies evenveel mogelijkheden om de groep als geheel te beïnvloeden, namelijk door informatie uit te wisselen met de naastgelegen knopen.
- De **keten** is vergelijkbaar met het ringnetwerk, behalve dat de einddelen met slechts één persoon kunnen communiceren.
- In het **sternetwerk** zijn alle leden met elkaar verbonden via een centrale persoon. Om informatie te verspreiden moet altijd het pad langs deze centrale knoop worden bewandeld.
- In een netwerk waar iedereen met **iedereen verbonden** is kan informatie snel worden gedeeld met alle leden van het netwerk. Net als in het ringnetwerk heeft iedereen een gelijkwaardige positie. Het onderhouden van de vele relaties kost echter ook energie. Daarmee is een volledig verbonden netwerk niet per definitie een efficiënt netwerk.
- Een **boomnetwerk** bestaat uit een hoofdtak met zijtakken die steeds verder kunnen worden uitgesplitst. Formele organisatiestructuren worden vaak op deze manier weergegeven. De uitwisseling van informatie tussen twee willekeurige knopen loopt altijd via een vast pad langs de hiërarchische lijnen. Naarmate twee knopen verder van elkaar verwijderd zijn moet hoger in de boom worden geklommen om een gedeelde knoop te vinden. Informatie kan minder gemakkelijk stromen.
- Als laatste noemen we hier het *random* of **mesh**-netwerk. Bij deze topologie zijn de beschikbare verbindingen willekeurig verdeeld over de knopen. Hierdoor wordt het mogelijk om via verschillende routes de andere kant van het netwerk te bereiken.

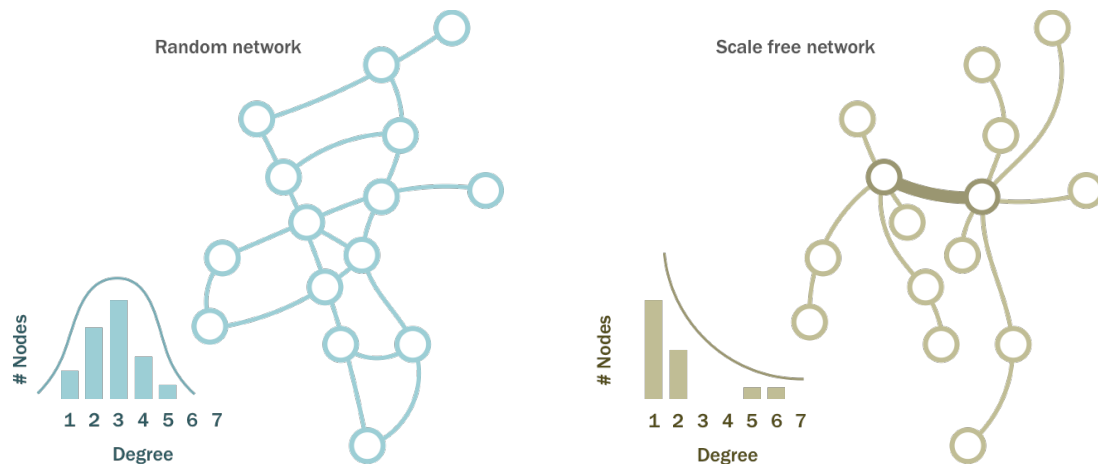


Figuur 2 Netwerktopologieën

Uit de beschrijving van de topologieën blijkt dat verschillende vormen aan elkaar gerelateerd zijn. Zo kan een boomstructuur worden beschreven als een combinatie van een keten en een sternetwerk en geldt dat hoe meer verbindingen er zijn in een *mesh* netwerk, hoe meer het gaat lijken op een verbonden netwerk. Netwerken worden bijna altijd gevormd door combinaties van bovenstaande topologieën. Ook zijn de netwerken meestal groter dan bovenstaande topologieën.

Random en scale free netwerken. In de praktijk hebben netwerken vaak de vorm van een *random* of *scale free* netwerk. Het verschil tussen deze typen netwerken heeft betrekking op de verdeling van de verbindingen over de knopen. Hiervoor wordt gebruik gemaakt van het begrip *degree* (of graad). *Degree* is het aantal verbindingen dat van en naar elke node gaat. Sommige knopen hebben relatief weinig verbindingen terwijl andere knopen relatief veel verbindingen hebben. In een *random* netwerk volgt het aantal verbindingen per knoop een Poisson verdeling. De meeste knopen hebben een gemiddeld aantal verbindingen. Slechts

een paar knopen hebben minder of juist meer dan het gemiddelde aantal verbindingen. In een *scale free* netwerk volgt de verdeling van het aantal verbindingen over de knopen een parabolische functie: de meeste knopen hebben relatief weinig verbindingen terwijl slechts enkele knopen heel veel verbindingen hebben.



Figuur 3 *Random* versus *Scale free* netwerk

Het verschil tussen deze twee typen netwerken kan het beste worden uitgelegd aan de hand van een voorbeeld (Barabási, 2011). Een *random* netwerk lijkt het meest op een landkaart waarop snelwegen de verbindingen vormen tussen steden (zie Figuur 3, links). Veel steden liggen langs een snelweg of op het kruispunt van twee snelwegen. De meeste steden hebben daarmee een *degree* tussen twee en vier. Slechts enkele steden hebben, doordat ze aan het einde van een snelweg liggen, een *degree* van slechts een. Tegelijk hebben alleen de meest centrale steden hebben een *degree* van vijf of meer. Een *scale free* netwerk (Figuur 3, rechts) laat zich het beste vergelijken met een netwerk van vliegbewegingen. Daarin zien we enkele *hubs* die centraal staan in het netwerk: grote luchthavens die veel verkeer trekken. Vanuit kleinere luchthavens gaat het verkeer via hubs naar de eindbestemming.

In de praktijk hebben netwerken veel vaker de structuur van een *scale free* netwerk dan van een *random* netwerk. De verklaring hiervoor is dat de meeste netwerken zijn ontstaan in de loop van vele jaren. Nieuwkomers in het netwerk kunnen zich het snelst een goede plek in het netwerk verwerven als ze zich verbinden aan de mensen of organisaties die reeds een centrale positie hebben. Hierdoor worden de *hubs* nog belangrijker en nog weer aantrekkelijker voor nieuwelingen.

Scale free netwerken hebben verschillende voor- en nadelen. Het *scale free* netwerk is bijvoorbeeld met weinig links (en dus kosten) sneller in staat om alle knopen in het netwerk te bereiken. Dat zou in theorie kunnen leiden tot een vermindering van polarisatie. Wanneer echter een van de hubs wordt uitgeschakeld, of er is maar beperkt sprake van een verbinding tussen hubs, dan valt het netwerk gemakkelijk uit elkaar en kan in theorie polarisatie makkelijk ontstaan.

In het bovenstaande zijn impliciet drie belangrijke concepten uit de netwerkanalyse genoemd: netwerkcentraliteit, cliques en transitiviteit. Om inzicht te krijgen in de centrale spelers van het netwerk kan voor elke knoop een aantal statistieken worden berekend. Zoals modus, mediaan en rekenkundig gemiddelde op verschillende manieren inzicht geven in het centrum

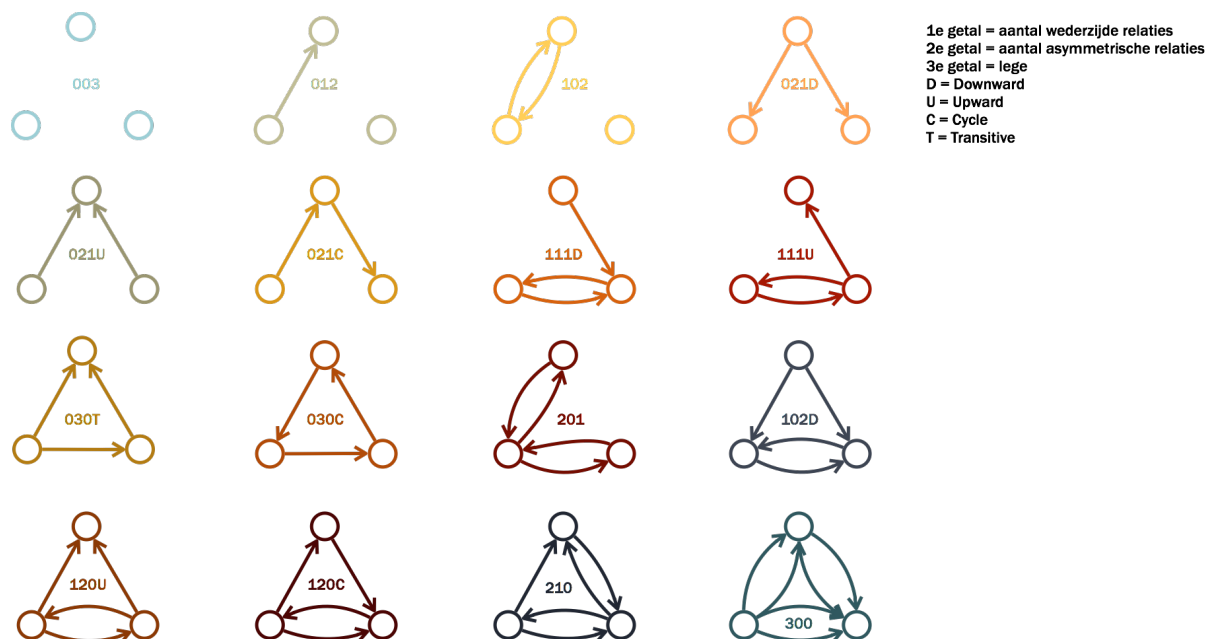
van een verdeling hebben ook deze drie maten een verschillende manier om de meest centrale actoren te identificeren:

- *Degree* is het aantal directe relaties (ingaaend en uitgaand) dat een persoon in een netwerk heeft
- *Pagerank* is ontwikkeld door Google als manier om inzicht te krijgen in welke pagina's belangrijker zijn dan anderen. Een knoop (of webpagina) krijgt een hogere *Pagerank* als er meer knopen (of webpagina's) met een hoge *Pagerank* linken aan die knoop (of webpagina).

Cliques zijn subgroepen in het netwerk waarvan de leden onderling meer met elkaar zijn verbonden dan met de rest van het netwerk. Inzicht in de mate en wijze van clustering in een netwerk kan worden verkregen op basis van het *modularity* algoritme. Dit algoritme identificeert subgroepen op basis van de relaties tussen knopen. Inzicht in de aard en grootte van de groepen kan bijdragen aan het verkrijgen van de mate van polarisatie tussen twee of meer groepen.

Door te kijken naar *betweenness* kan inzicht worden verkregen in welke knopen een verbindende rol spelen in het netwerk. *Betweenness* heeft betrekking op de mate waarin een knoop verschillende delen van het netwerk met elkaar verbindt. Een knoop met een hoge *betweenness* bevindt zich tussen twee subgroepen. Hierbij wordt ook wel gerefereerd aan *weak ties* (Granovetter, 1973). *Weak ties* zijn knopen die toegang geven tot een heel ander (deel van het) netwerk. Met de *strength of weak ties* wordt gerefereerd aan de verbindende rol die deze knopen kunnen spelen doordat ze toegang hebben tot andere bronnen van informatie dan andere knopen.

Tot slot noemen we hier het concept van transitiviteit om inzicht te krijgen in de mate van polarisatie in een netwerk. Dit inzicht wordt verkregen door de *triad census* in beeld te brengen. In een netwerk is elke willekeurige set van drie knopen op een bepaalde wel of juist niet met elkaar verbonden. De *triad census* is een overzicht van de 16 mogelijke verbindingen die kunnen bestaan tussen drie knopen. Figuur 4 toont een overzicht van deze 16 mogelijkheden. De meeste setjes van drie willekeurige knopen zullen niet (003) of slechts met een enkele link (012) met elkaar verbonden zijn. In een enkel geval zijn alle drie de knopen van een willekeurig setje van drie met elkaar in twee richtingen verbonden (300).



Figuur 4 *Triad census*

Wanneer we in een netwerk relatief vaak een *triad* zoals 030C of nog beter 120C tegenkomen kunnen we ervan uitgaan dat informatie relatief makkelijk kan stromen. Wanneer bijvoorbeeld de *triad* 102 relatief vaak voorkomt, dan kan informatie minder makkelijk stromen. Naar aanleiding van de analyse van het voorkomen van verschillende typen *triads* kan inzicht worden verkregen in de mate van polarisatie. Met name vergelijkenderwijs kan dit interessante informatie opleveren. Met behulp van *Exponential Random Graph Models* (ERGM) (Hunter et al., 2008) is het mogelijk om uitspraken te doen met betrekking tot het significant vaker voorkomen van bepaalde structuren.

In het volgende hoofdstuk zullen we aan de hand van een casus laten zien hoe een aantal van deze analyses inzicht kunnen geven in de mate van polarisatie in een netwerk. Daarbij zullen we ook, waar mogelijk, laten zien hoe de theoretische aanknopingspunten uit hoofdstuk 2 tot uiting komen.

5. Casus: Vluchtelingen in Enschede

In de casus over vluchtelingen in Enschede staat de vergelijking tussen twee Facebookpagina's centraal. Beide Facebookpagina's hebben betrekking op de problematiek rondom vluchtelingen en asielzoekerscentra. De insteek van de twee pagina's is echter zeer verschillend:

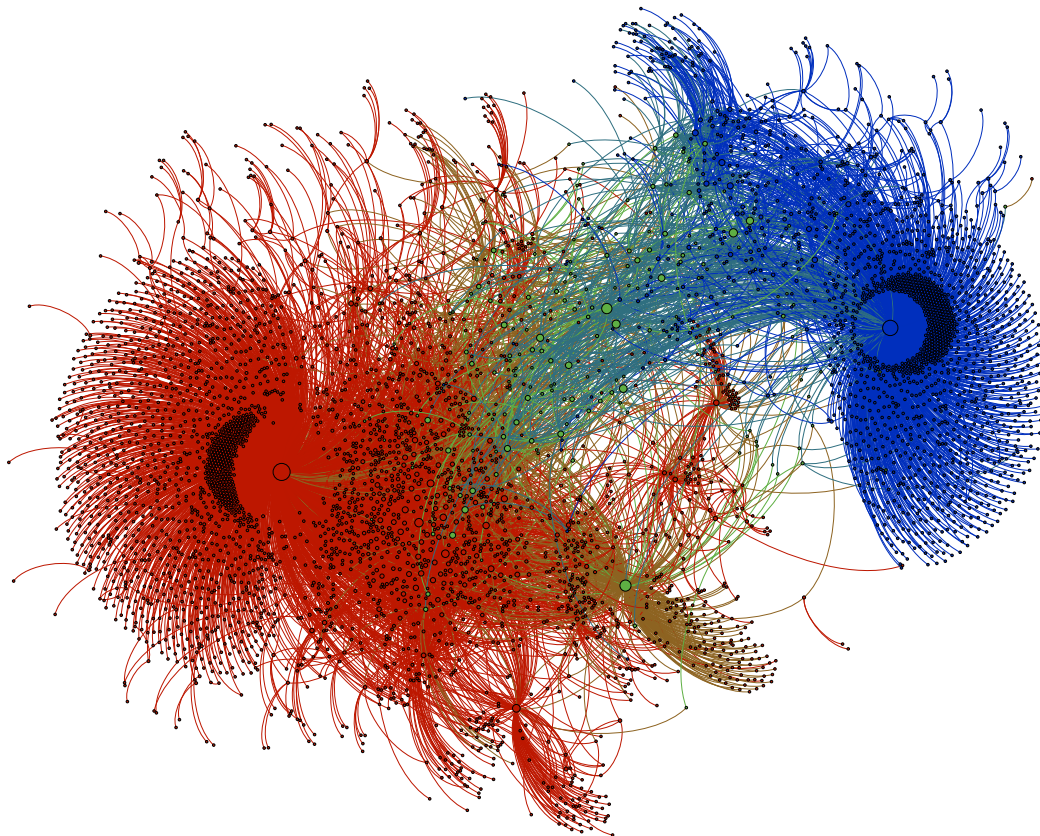
- AZC Alert is eind 2014 opgericht. "Het AZC-Alert burgerplatform wil de weerstand en actiebereidheid van ontevreden burgers en vooral direct omwonenden kanaliseren en benutten om de besluitvorming en informatievoorziening rond de komst van een AZC serieus te beïnvloeden en waar mogelijk plaatsing te verhinderen. Wij strijden samen voor een beter en humaner asielbeleid, waarbij opvang in de regio ons uitgangspunt is'.
- Welkom in Enschede wordt op 2 september 2015 opgericht als tegenreactie op de protesten tegen de komst van een asielzoekerscentrum in de Eschmarkerveld. Hun omschrijving luidt als volgt: 'We heten de asielzoekers die binnenkort komen gaan, van harte welkom. Inwoners van Enschede verwelkomen het AZC in onze stad.'

De berichten, *likes* en reacties die tussen begin augustus 2015 en eind november 2015 zijn *gepost* op AZC Alert en Welkom in Enschede zijn *gescraped* met behulp van het programma NodeXL. De data zijn geanalyseerd door middel van kwalitatieve, kwantitatieve methoden. Ook is netwerkanalyse toegepast.

Voor we ingaan op de resultaten van deze analyse moet worden gezegd dat de uitingen op sociale media niet per definitie representatief zijn voor het geheel van de samenleving. Walker (2010) maakt onderscheid tussen drie groepen mensen. De meerderheid van de gebruikers van sociale media zijn *lurkers*. Deze mensen lezen, bekijken of beluisteren, de berichten van anderen. Een veel kleiner aandeel van de van de mensen reageert actief op de berichten van anderen door bijvoorbeeld een *retweet*, *like* or *comment*. Een nog kleiner deel van de mensen is actief in het zelf creëren van oorspronkelijke content (Edelman, 2013). Nielsen (2006) hanteert verhouding van 90%-10%-1% maar dit wordt meer gezien als een vuistregel (Ochoa & Duval, 2008). De analyse van sociale media content richt zich daarmee op de kleine minderheid die actief is op sociale media. Dit zou kunnen betekenen dat uitspraken op basis van sociale media data slechts betrekking hebben op een zeer beperkt deel van de samenleving. Tegelijk is het ook mogelijk om te beargumenteren dat onder deze *lurkers* zich mannen en vrouwen uit alle lagen van de bevolking en met allerlei verschillende meningen bevinden. Om gefundeerde uitspraken te doen over de overeenkomsten en verschillen tussen de mening van mensen die actief berichten sturen en mensen geen gebruik maken van sociale media of alleen luisteren is het belangrijk om niet alleen online onderzoek te doen, maar vooral ook de combinatie te maken met 'offline' onderzoek. Bij wijze van eerste stap presenteren we hier de resultaten van data die online is verkregen.

Verloop van het berichtenverkeer. Tot half augustus 2015 worden er gemiddeld 20 berichten per dag *gepost* op de Facebookpagina AZC Alert. Wanneer begin September bekend wordt waar het AZC zal worden geplaatst, groeit het berichtenverkeer snel naar zo'n 200 berichten en/of *likes* per dag. Begin september wordt de Facebookpagina Welkom in Enschede opgericht om een ander geluid te laten horen. In het begin trekt deze pagina veel aandacht (300 berichten en *likes* op een dag) maar al snel droogt het berichtenverkeer op terwijl AZC Alert actief blijft met zo'n 100 berichten per dag. Niet alleen heeft AZC Alert meer verkeer, ook is het verkeer intensiever. Bij Welkom in Enschede bestaat driekwart van de reacties uit *likes* op *posts* of *comments*. Bij AZC Alert is dat 'slechts' twee derde. Op beide pagina's sturen de meeste mensen slechts één bericht of *like*. Bij AZC Alert zijn er echter meer mensen die meerdere berichten sturen.

Netwerkanalyse. De knopen in onderstaand netwerk (Figuur 4) representeren accounts van mensen die hebben gereageerd op de Facebookpagina AZC Alert of Welkom in Enschede. In rood de mensen die door middel van een *like* of *comment* hebben gereageerd op een *post* in AZC Alert en in blauw de mensen die hebben gereageerd op Welkom in Enschede. In groen de mensen die op berichten op beide pagina's hebben *gepost*. Een relatie tussen twee mensen is afgebeeld wanneer de ene account heeft gereageerd op een bericht van de ander. Dit kan door een *like* of reactie op een *post* of *comment*.



Figuur 5 AZC Enschede en Welkom in Enschede

De twee grote waaiers in rood en blauw aan de linker en rechterkant zijn mensen die een bericht van AZC Alert of Welkom in Enschede zelf hebben *geliked* of becommentarieerd. Deze mensen hebben verder niet gereageerd op berichten van anderen in het netwerk. Voor beide Facebookpagina's is dus de pagina zelf het grootste aandachtspunt. Bij AZC alert zien we daarnaast nog een duidelijke groep van mensen die reageren op elkaars berichten. Bij Welkom in Enschede zien we ook wel een groep betrokkenen maar deze is veel losser verbonden dan bij AZC Alert.

Om de inhoud van het berichtenverkeer te verkennen hebben we allereerst naar de frequentie gekeken waarmee woorden voorkomen. In AZC Alert komen woorden als gemeente, asielzoeker en omwonenden vaak naar voren terwijl bij Welkom in Enschede woorden als vluchtelingen, mensen, samen en willen meer naar voren komen. Als we naar de berichten zelf kijken zien we bij AZC Alert dat mensen fel gekant zijn tegen asielzoekers in het algemeen en een AZC in de Eschmarkerveld in het bijzonder. Bij Welkom in Enschede is de toon over het algemeen milder van aard en wordt tegelijkertijd een sterk moreel oordeel geveld. Beide Facebookpagina's worden gebruikt om mensen te mobiliseren voor actie. Voor beide groepen geldt dat ze (via Facebook) kennis nemen van een gekleurd beeld van de werkelijkheid. Mensen krijgen een beeld dat is *geframed* vanuit een gezichtspunt. Hierdoor kan makkelijk het beeld ontstaan dat iedereen denkt volgens een bepaald frame. Volgens de theorie van de zwijgspiraal kunnen mensen die gematigder denken dan hun omstanders geneigd zijn om niet deel te nemen aan de discussie waardoor een extremer beeld ontstaat dan wat in werkelijkheid wordt gevoeld.

Tussen de twee pagina's in zien we een vrij kleine groene groep. Deze groep bestaat uit mensen die zowel reageren op *posts* en *comments* uit AZC Alert als op *post* en *comments* van Welkom in Enschede. Er is dus een relatief kleine groep mensen die actief is op beide pagina's de meeste mensen zijn op slechts een pagina actief. In het groene tussenstuk komen de partijen elkaar tegen wat leidt tot felle confrontaties. Ook wordt mensen die zich 'in het hol van de leeuw begeven' in niet mis te verstane woorden te kennen gegeven dat ze hun boodschap elders moeten slijten. Naast de vijandigheden over en weer zien we dat op sommige momenten sommige mensen op zoek gaan naar nuance. Deze nuance kan zowel van voor- als van tegenstanders komen. De voorzichtige pogingen om elkaars standpunten te begrijpen worden echter vaak al snel de kop in gedrukt. Hoewel er wat over en weer wordt gepraat komen voor- en tegenstanders niet tot elkaar. We zien hoe in elk van de discussies argumenten voor het eigen standpunt naar voren worden gebracht. Ook zien we dat mensen die het al met elkaar eens waren de argumenten van hun medestanders onderstrepen door ze te beamen. Tegenstanders proberen de argumenten juist onderuit te halen. Daarbij worden, zowel door de bezoekers van AZC Alert als door bezoekers van Welkom in Enschede een sarcastische ondertoon en benamingen niet geschuwd.

Opvallend is dat op beide pagina's de bijdragen van tegenstanders worden geweerd. Dit fenomeen laat zich verklaren vanuit Sociale identiteitstheorie (Tajfel and Turner, 1986). De sociale identiteitstheorie gaat ervan uit dat mensen zich niet zozeer laten leiden door hun persoonlijke overtuigingen maar eerder door de groep waartoe ze behoren. Lidmaatschap van de '*in-group*' of '*out-group*' bepaalt de manier waarop we op elkaar reageren.

We concluderen dat de discussie is gepolariseerd. Groepen weten elkaar online niet of nauwelijks te vinden. Sociale media lijken, met de mogelijkheid om onafhankelijk van tijd en plaats te communiceren, een uitgelezen medium om processen van *bridging* te ondersteunen. Echter, in de manier waarop sociale media op dit moment zijn ingericht zien we voornamelijk dat processen van *bonding* tot stand komen. Door mensen of meningen die we waarderen te volgen of te *liken* wordt het beeld dat we hebben van de werkelijkheid bevestigd.

Ook het feit dat het grootste gedeelte van de mensen alleen passief gebruik maakt van sociale media kan een vertekend beeld geven van de manier waarop meningen in werkelijkheid zijn verdeeld. Op dit moment hebben we geen inzicht in hoe de meningen voor en tegen zich verhouden in de groep die niet actief is op sociale media. Onderzoek naar de verhouding tussen meningen op sociale media en in de samenleving als geheel is hiervoor nodig.

6. Communiceren in (gepolariseerde) netwerken

De casus uit hoofdstuk 5 laat zien op welke manier een gepolariseerde discussie plaatsvindt op sociale media. Het beeld dat uit de analyse naar voren komt laat zien dat het niet gemakkelijk is om via sociale media een middenweg te vinden tussen de partijen. Ook wordt uit een analyse van sociale media alleen niet duidelijk wat de rol is van de grote groep mensen die niet actief is op sociale media. Tegelijk biedt de netwerkanalyse ook aanknopingspunten groepen wel bij elkaar te brengen. Daarbij is het van belang niet alleen te kijken naar netwerken in sociale media maar ook inzicht te krijgen in 'offline' netwerken zoals de netwerken tussen ambtenaren en organisaties of netwerken tussen burgers onderling. In deze paragraaf zullen we deze aanknopingspunten belichten.

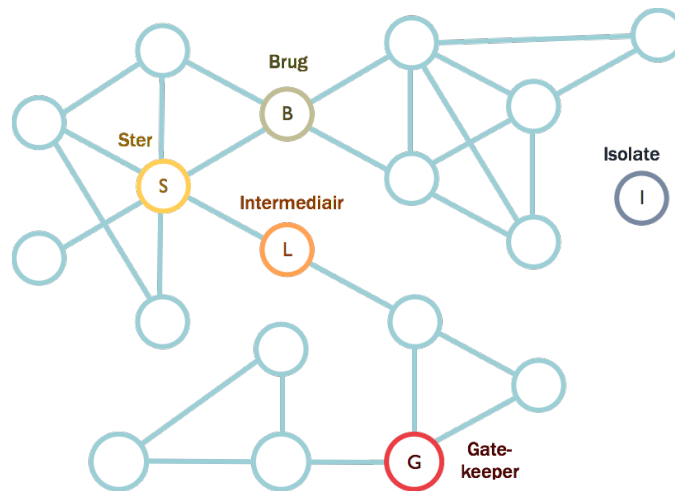
Allereerst gaan het om de vraag welk netwerk in kaart wordt gebracht. De basiselementen van elke netwerkanalyse zijn knopen en relaties. De knopen kunnen bestaan uit mensen (ambtenaren, burgers), organisaties (bedrijven, overheden) of, als het gaat om online onderzoek, om bijvoorbeeld accounts of websites. De relaties kunnen worden gevormd door vriendschap, de uitwisseling van informatie, samenwerking enzovoort. De manier waarop het netwerk wordt gedefinieerd bepaalt de reikwijdte van de uitspraken die op basis van het onderzoek kunnen worden gedaan. Om deze reikwijdte te bepalen moet antwoord worden gegeven op onderstaande vragen:

- Wie zijn de knopen?
- Hoe worden relaties gedefinieerd?
- Welke attributen (kenmerken) van knopen en relaties worden meegenomen?
- Waar liggen de grenzen van het netwerk?
- Wordt de data online of offline verzameld?

Bij de analyse van een netwerk gaat het steeds om het verkrijgen van antwoord op de vraag wie welke rol speelt in het netwerk.

- Wie zijn de centrale spelers in het veld?
- Hoe deze centrale spelers zijn verbonden met andere actoren in het veld?
- Welke actoren vormen juist een verbindende factor in het netwerk

In Figuur 6. is een aantal voorbeelden gegeven van rollen in het netwerk. De positie in het netwerk bepaalt de rol die iemand vervult. Een ster is bijvoorbeeld de spil binnen een (kleine) groep. Een brug verbindt twee groepen met elkaar. Een Intermediair doet dit ook maar is geen onderdeel van beide groepen. Een brug zal hierdoor bijvoorbeeld op een andere manier met vertrouwen omgaan dan een intermediair. Een gatekeeper verzamelt informatie van buitenaf voor zijn of haar eigen groep. Daarmee kan een gatekeeper informatie van buiten halen (of informatie van buiten tegenhouden).



Figuur 6 Rollen in het netwerk

Naast vragen over de individuele knopen in het netwerk kunnen we vragen stellen over groepen in het netwerk.

- Kunnen in een netwerk verschillende subgroepen (of cliques) worden onderscheiden?
- Gebruiken verschillende groepen verschillende frames om het probleem te omschrijven? Hoe wordt het probleem geprimed door verschillende groepen?
- In hoeverre ontlenen mensen hun identiteit aan het lidmaatschap van een groep?
- Zijn er mensen of organisaties die de subgroepen met elkaar verbinden? Wie zijn deze mensen of organisaties?
- Wat is de rol van de overheid in het netwerk?

Het antwoord op deze vragen geeft inzicht in de mate en wijze waarin er sprake is van polarisatie in het netwerk. Door de groepen in het netwerk te kennen wordt het ook mogelijk om te sturen in de mate en wijze waarop groepen verbonden zijn. Op basis van deze kennis kan het netwerk worden versterkt door bijvoorbeeld extra verbindingen te maken door bijvoorbeeld een brug of intermediair in te zetten. Dit kan een taak van de overheid zijn. Andersom kan een analyse van het netwerk ook uitwijzen dat de overheid een stapje terug kan treden.

Referenties

- Barabási, A. L. (2011). Introduction and keynote to a networked self. *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*, NY/Oxon: Routledge, 1-14.
- Cohen, B. C. (1963). The press, the public and foreign policy. *Reader In Public Opinion and Communication*, 134-35.
- DeSanctis, G., & Poole, M. S. (1994). Capturing the complexity in advanced technology use: Adaptive *structuration* theory. *Organization science*, 5(2), 121-147.
- Domke, D., Shah, D.V., & Wackman, D.B. (1998). Media *priming* effects: accessibility, association, and activation. *Communications abstracts*, 21(6).
- Edelmann, N. (2013). Reviewing the definitions of “*lurkers*” and some implications for online research. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(9), 645-649.
- Granovetter, M. S. (1973). The *strength of weak ties*. *American journal of sociology*, 1360-1380.
- Hunter, D. R., Handcock, M. S., Butts, C. T., Goodreau, S. M., & Morris, M. (2008). ERGM: A package to fit, simulate and diagnose exponential-family models for networks. *Journal of statistical software*, 24(3), nihpa54860.
- Koulen, I., Scheidel, C. & Wolthuis, J.A. (2006). De gemeente als regisseur Lokale daadkracht mobiliseren. Denk Haag: Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties.
- Mourik, P. V. (2005). De regisserende gemeente. *Alert/Van der Veer Media, Blaricum*.
- McCombs, M.E., & Shaw, D.L. (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36 (Summer), 176-187.
- Nielsen J. (2006) “90-9-1” Rule for participation inequality: *lurkers* vs. contributors in Internet communities. Jakob Nielsen’s Alertbox.
- Noelle-Neumann, E. (1974). The spiral of silence a theory of public opinion. *Journal of communication*, 24(2), 43-51.
- Tversky, A., & Kahneman, D. (1981). The *framing* of decisions and the psychology of choice. *Science*, 211(4481), 453-458.
- Tajfel, H., & Turner, J. C. (1979). An integrative theory of intergroup conflict. *The social psychology of intergroup relations*, 33(47), 74.
- Putnam, R. D. (1995). Bowling alone: America's declining social capital. *Journal of democracy*, 6(1), 65-78.
- Walker B., Redmond J., Lengyel A. (2010), Are They All The Same? *Lurkers* and *Posters* on The Net. *eCulture (Research Online)*, 3, 155-165.