

social media:

Daar Heb je (n)iets aan 

Een verkenning naar het gebruik van social media als informatiebron voor onderzoek naar depressieve jongeren door Integraal Toezicht Jeugdzaken

Utrecht, 6 juni 2011
Aude Molkenboer

Titel: Social media daar heb je (n)iets aan – Een verkenning naar het gebruik van social media als informatiebron voor onderzoek naar depressieve jongeren door Integraal Toezicht Jeugdzaken

Student: Aude Molkenboer

Studentnummer: 3016757

Opleiding: Bestuurs- en Organisationswetenschap aan de Universiteit Utrecht
Master Communicatie, Beleid en Management

Begeleider: Prof. dr. Eugène Loos

Tweede lezer: Drs. Elyse Walter

Utrecht, juni 2011

Voorwoord

Helemaal in de eerste fase van het scriptieproces beschreef Pauline Hörmann dat een scriptie geen oneindig proces kan zijn, waar je mee door kan gaan totdat je oud en grijs bent. Alhoewel dat zou prima kunnen, maar dat is niet de bedoeling van een scriptie. Het is een proeve van bekwaamheid op een bepaald moment. En dit is het op dit moment, mijn masterscriptie is af en met trots presenteer ik u mijn proeve van bekwaamheid. Deze masterscriptie is het puntje op de i van mijn studie, maar ook van mijn studententijd. Vijf jaren van heel veel leermomenten, tentamenstress en deadlines tot enorme genietmomenten en een tussenjaar op reis. Deze proeve van bekwaamheid had ik nooit kunnen schrijven met dank aan een aantal mensen.

Ik wil graag alle medewerkers van ITJ bedanken voor jullie hulp, interesse, tijd en medewerking in de focusgroepen. Jullie ervaringen op het gebied van onderzoek onder jongeren heeft mij enthousiast gemaakt voor jullie vak. In het bijzonder Brenda, bedankt voor je kritische blik en het meedenken bij mijn onderzoek. Daarnaast bedank ik ook al mijn andere respondenten: de psychologen, online hulpverleners, docenten en de jongeren die ik mocht interviewen voor dit onderzoek.

Ook wil ik heel graag mijn begeleider Eugène Loos bedanken. Met jouw kort, maar krachtige en kritische feedback, enthousiasme en altijd positieve kijk wist je mij te motiveren om alles er uit te halen wat er in zat. Dank voor deze intensieve begeleiding, face-to-face of via social media....

Jes, ook jij hebt me weer waanzinnig geholpen! Dank voor het lezen en verbeteren van al die lappen tekst. Ik kan altijd op jou terugvallen, wat wil je nog meer van je grote zus.

En Xander, zo ontzettend lief dat jij mij steeds wist op te peppen, te motiveren en te stimuleren als ik vast liep, als het even niet lukte of als ik gewoon even wilde klagen. Heel erg bedankt dat je er altijd voor me bent!

En ook al mijn vriendinnetjes ontzettend bedankt! Zonder een terrasje in de zon, alle lieve aandacht en interesse, had ik deze scriptie niet kunnen schrijven.

Ik kan terug kijken op een half jaar scriptie schrijven, waarin ik veel heb geleerd, een masterjaar waarin ik mezelf heb overtroffen en een fantastische studententijd, waar ik alles uit heb gehaald wat er in zit.

Aude Molkenboer

Utrecht, juni 2011

Inhoudsopgave

Voorwoord	2
Samenvatting	6
Hoofdstuk 1 Inleiding	7
1.1 Aanleiding.....	7
1.2 Achtergrondinformatie.....	8
1.3 Onderzoeksvragen en doelstelling.....	8
1.4 Methode van onderzoek.....	9
1.5 Positionering als onderzoeker	10
1.6 Relevantie.....	12
1.7 Leeswijzer	12
Hoofdstuk 2 Social Media	13
2.1 Digitalisering van de maatschappij	13
2.2 Social media.....	15
2.3 Social media in het publieke domein	17
2.4 En dan nu.... Zorg 3.0?.....	22
2.5 Online hulpverlening.....	22
2.6 Social media in het jeugd domein.....	23
2.7 Gebruik van social media door jongeren met een depressie	25
2.8 Deelconclusie 1	26
Hoofdstuk 3 Integraal Toezicht Jeugdzaken (ITJ).....	29
3.1 De organisatie ITJ	29
3.2 De fases van ITJ-onderzoeken.....	30
3.3 Jongeren participatie.....	31
Hoofdstuk 4 Methode & technieken.....	32
4.1 Onderzoeksstrategie.....	32
4.2 Respondenten.....	33
4.3 Topic selectie	34
4.4 Onderzoekstechnieken	35
4.4.1 Interviews	35
4.4.2 Focusgroepen.....	36
4.5 Validiteit en betrouwbaarheid.....	36
4.6 Data-analyse	37
Hoofdstuk 5 De inzichten van de actoren	38

5.1 Interviews met professionals	38
5.1.1 Digitalisering	38
5.1.2 Social media	39
5.1.3 Jeugd domein en social media	39
5.1.4 Depressieve jongeren	40
5.1.5 Onderzoek	41
5.1.6 Probleemafhankelijk	42
5.2 Focusgroepen met medewerkers van ITJ	42
5.2.1 Digitalisering	42
5.2.2 Social media	42
5.2.3 Jeugd domein en social media	43
5.2.4 Depressieve jongeren	43
5.2.5 Onderzoek	44
5.2.6 Probleemafhankelijk	45
5.3 Focusgroepen met jongeren	46
5.3.1 Digitalisering	46
5.3.2 Social media	46
5.3.3 Jeugd domein en social media	46
5.3.4 Depressieve jongeren	47
5.3.5 Onderzoek	47
5.3.6 Probleemafhankelijk	47
5.4 Deelconclusie 2	48
Hoofdstuk 6 De actoren versus de literatuur	51
6.1 Digitalisering in de publieke sector	51
6.2 Online hulpverleningssites: bron van informatie, open en anoniem	51
6.3 Groot bereik van social media	51
6.4 Laagdrempeligheid	52
6.5 Data automatiseren	52
6.6 Transparantie versus privacy	52
6.7 Selecteren van informatie	53
6.8 De betrouwbaarheid van de informatie	53
6.9 De waarde van informatie	53
6.10 Depressieve jongeren	54
Hoofdstuk 7 Conclusie en aanbevelingen	55
7.1 Conclusie onderzoeksvragen	55
7.2 Aanbevelingen	58
7.3 Vervolgonderzoek	59
7.4 Discussie	59
Literatuur	61
Bijlagen	66

Samenvatting

In deze masterscriptie is voor de organisatie Integraal Toezicht Jeugdzaken onderzocht wat de kansen zijn bij de inzet van social media om informatie van jongeren te krijgen, waarmee inzicht verkregen kan worden in de depressieproblematiek en de risico's waar rekening mee gehouden dient te worden als deze media worden ingezet in de onderzoeken van ITJ. Waarom?

ITJ doet in samenwerking met vijf rijksinspecties onderzoek naar maatschappelijke problemen van en door jongeren. Om problemen aan te pakken, is het nodig om in dialoog te gaan met de jongeren en hen te betrekken in de onderzoeken. Jongeren zijn de ervaringsdeskundigen als het om het betreffende probleem gaat. De maatschappij is aan het digitaliseren, steeds meer jongeren maken gebruik van internet en social media en daarom wil ITJ aansluiten bij hun leefwereld. Hoe?

In dit onderzoek zijn de inzichten van drie actoren – professionals (online en offline hulpverleners), medewerkers van ITJ en niet-depressieve jongeren - onder de loep genomen, geanalyseerd en met elkaar vergeleken. De professionals zijn geïnterviewd en met de medewerkers van ITJ en de jongeren zijn focusgroepen toegepast. Daarnaast is gebruik gemaakt van wetenschappelijke literatuur op het gebied van social media en depressieve jongeren. Het gebruik van inzichten van verschillende actoren, is het in kaart brengen van de betekenissen die de actoren geven met betrekking tot de inzet van social media. Uit de interviews, focusgroepen en literatuur zijn enkele conclusies gekomen. Welke?

Wat opvalt, is dat de drie actoren vanuit een eigen perspectief kijken naar de inzet van social media. De professionals stellen zich beschermend op ten opzichte van de jongeren. De medewerkers van ITJ zien veel mogelijkheden in het gebruik van social media ter oriëntatie op het onderwerp, maar zijn zich er ook van bewust dat er te veel en te brede informatie beschikbaar is. De jongeren hebben aangegeven allen gebruik te maken van social media en zien veel voordelen van social media met betrekking tot dataverzameling. De drie belangrijkste kansen, van de inzet van social media om data te ontlenen van jongeren, zijn laagdrempeligheid, anonimiteit en vertrouwen. De drie risico's die veel genoemd zijn, zijn de hulpvaardigheid van de jongeren, de betrouwbaarheid van de jongeren en de waarde van informatie. Dus?

Uit dit onderzoek blijkt dat er voor ITJ voornamelijk sprake is van kansen voor de inzet van social media om inzicht te krijgen in de belevingswereld van jongeren met een depressie. Jongeren vormen met elkaar een netwerk en een bron van informatie, dus ITJ kan daar zeker gebruik van maken. De aanbevelingen aan ITJ die hieruit voortvloeien zijn samengevat:

Het doen van research op digitale platforms, online hulpverleningssites en discussiefora, door middel van het volgen en observeren van jongeren, is zeer geschikt om inzicht te krijgen in de belevingswereld van jongeren. Het zou vooral gaan om de oriëntatiefase van onderzoek. Een samenwerkingsverband tussen ITJ en een of meerdere online hulpverleningssites kan goed werken. De data uit de chatgesprekken en de statistieken kunnen geautomatiseerd worden en kunnen voor ITJ interessante informatie opleveren. Huidige methoden en technieken kunnen worden gecombineerd met social media applicaties. Een social media adviseur zou ITJ kunnen helpen met het creëren van een strategie, waardoor de onderzoeksmogelijkheden kunnen worden uitgebreid.

De aanbevelingen zijn het begin van "de wereld van de social media" voor de organisatie ITJ. Deze organisatie is daarmee een nieuw pad geslagen, waarop nog veel te ontdekken is.

Hoofdstuk 1 Inleiding

Dit hoofdstuk vormt de inleiding van mijn onderzoek, waarin ik u als lezer wil meenemen in mijn keuzes voor dit onderwerp en enthousiast wil maken voor wat komen gaat. De eerste paragraaf beschrijft de aanleiding voor de keuze van mijn onderwerp. Hierna zal ik in een korte paragraaf de achtergrond van het onderwerp en de organisatie Integraal Toezicht Jeugdzaken toelichten. In paragraaf 1.3 worden vervolgens de onderzoeksvragen en doelstelling behandeld. De hierop volgende paragraaf bestaat uit de onderzoeksmethode die ik heb gehanteerd tijdens het onderzoek. Daarna volgt de relevantie, die in paragraaf 1.5 aan bod komt. Ik zal in paragraaf 1.6 mijn positionering als onderzoeker uiteenzetten en de inleiding wordt afgesloten met een leeswijzer in paragraaf 1.7.

1.1 Aanleiding

“Jongeren bevinden zich in een overgangsfase tussen kindertijd en volwassenheid. Het is een periode van gierende hormonen en experimenteren met gedrag en leefstijl” (Schrijvers en Schoemaker, RIVM Rapport, 2008, p. 3).

Deze levensfase maakt dat problematiek van en door jongeren een voortdurend moeilijk oplosbaar maatschappelijk probleem is. Maar hoe goed of hoe slecht gaat het eigenlijk met de Nederlandse jeugd? Om te onderzoeken hoe het gesteld is met de Nederlandse jeugd heeft het RIVM (Schrijvers & Schoemaker, 2008) een onderzoek gedaan naar de leefstijl, gezondheid en gedrag van de huidige Nederlandse jeugd. Hieruit is onder andere gekomen dat er sprake is van een lichte daling van het aantal rokers en cannabisgebruikers onder jongeren. Een negatieve trend is de toename in overgewicht en alcoholgebruik. Ook blijken psychische problemen relatief veel voor te komen bij Nederlandse jongeren. Psychische problemen zijn op te delen in emotionele problemen en gedragsproblemen. In de literatuur worden deze problemen ook wel aangeduid met de termen internaliserende en externaliserende problemen (Verhulst & Koot, 1992 geciteerd door Schrijvers & Schoemaker, 2008, p. 15). In dit onderzoek van Schrijvers en Schoemaker (2008) wordt de nadruk gelegd op emotionele problemen en dan met name op jongeren met angst- of depressieklachten. Uit onderzoek van het Trimbos Instituut Utrecht (2010) blijkt dat er 50.000 jongeren een depressieve stoornis hebben, 1 op de 22 jongeren (Verhulst et al., 1992) en dat 300.000 jongeren kampen met een subklinische depressie (verhoogde kans op een depressie), wat zelfs 1 op de 5 jongeren betreft (Meijer et al., 2006). Er is geen sprake van een toename volgens het RIVM Rapport, maar wel wordt gesproken van een groei in het zorggebruik, vanwege de betere herkenning en verruiming van het zorgaanbod (Schrijvers & Schoemaker, 2008, p. 89). Vaak blijkt dat jongeren later last blijven houden van hun emotionele problemen en daarom is het van groot belang dat op vroege leeftijd preventieve interventies worden aangeboden om jongeren met depressieve klachten te helpen. Hoe zou dit bereikt kunnen worden?

Naast deze grote aantallen jongeren met een depressie, is er ook een andere trend zichtbaar. Namelijk de digitalisering van de maatschappij. Vooral jongeren zijn heel actief op het internet. Uit de statistieken blijkt dat “80% van de Nederlanders dagelijks surft op internet en voor jongeren tot 24 jaar ligt dit zelfs op 90%”(www.nownederland.nl). Social media zijn de communicatiemiddelen van nu en zijn op vele manieren in te zetten. Jongeren bevinden zich een groot deel van de dag in de online wereld in plaats van de offline wereld, dus hier zou een aantal kansen kunnen liggen met betrekking tot de jeugdproblematiek. In deze scriptie ga ik me richten op de kansen die social media met zich meebrengen om inzicht te krijgen in de belevingswereld van jongeren met een probleem, de risico's waar rekening mee gehouden dient te worden als deze media worden ingezet en de mogelijkheden die er liggen om inzichten te krijgen van jongeren over een specifiek probleem. In deze scriptie is dit specifieke probleem depressiviteit bij jongeren.

1.2 Achtergrondinformatie

De digitalisering van de maatschappij en het grote aanbod van social media is ook Integraal Toezicht Jeugdzaken (ITJ) niet ontgaan. In een eerste gesprek met Integraal Toezicht Jeugdzaken bleek dat ITJ graag wat wilde doen met social media, maar nog weinig idee had hoe zich dat moest gaan vormgeven. De vraag aan mij was vervolgens te onderzoeken hoe social media gebruikt kunnen worden door ITJ. In overleg met ITJ heb ik besloten mij specifiek tot één doelgroep te richten. De vraag die hieruit voortvloeide was hoe ITJ social media kan inzetten om informatie van jongeren te krijgen waarmee inzicht verkregen kan worden in de depressieproblematiek. Een onderwerp dat waarschijnlijk komend jaar uitgebreid door ITJ zal worden onderzocht. Een vooronderzoek over dit onderwerp kan op deze manier een goede voorbereiding zijn.

Integraal Toezicht Jeugdzaken (ITJ) is een samenwerkingsorganisatie die organisaties en voorzieningen voor jongeren samenbrengt. De rijksinspecties waaruit ITJ bestaat zijn: Inspectie voor de Gezondheidszorg, Inspectie van het Onderwijs, Inspectie Jeugdzorg, Inspectie Openbare Orde en Veiligheid en Inspectie Werk en Inkomen. Door deze samenwerking ziet ITJ meer dan de inspecties afzonderlijk. Hierdoor wordt een betere bijdrage geleverd aan de problematiek van en door jongeren. ITJ doet onderzoek in gebieden waar op dat moment de problemen rondom jeugd spelen of dreigen. De thema's die aanbod komen zijn bijvoorbeeld kindermishandeling, jeugdcriminaliteit, overgewicht en alcoholgebruik. ITJ onderzoekt hoe de voorzieningen daar samenwerken om deze problemen op te lossen. De betrokken partijen en instanties worden vervolgens bij elkaar gebracht voor een optimale samenwerking. ITJ vindt het belangrijk dat naast hun professionals ook jongeren worden betrokken in hun onderzoeken. Sinds een paar jaar maken ze gebruik van verschillende manieren om jongeren te vragen naar hun opvattingen over bepaalde problemen. Dit geldt voor jongeren die een opleiding volgen, maar zeker ook voor de jongeren die zelf te maken hebben met de problematiek waarnaar ITJ onderzoek doet; zo worden bij een onderzoek naar voortijdig schoolverlaten juist de jongeren betrokken die al uitgevallen zijn (www.jeugdsinspecties.nl). ITJ ziet jongeren als ervaringsdeskundigen, die precies weten wat hen kan of had kunnen helpen en wat juist niet.

Het is dus de vraag of er in dit verband gebruik gemaakt kan worden van social media. En welk soort informatie ITJ van de jongeren kan krijgen. De inzichten in de belevingswereld van de jongeren zouden waardevolle informatie kunnen opleveren. Wat kan ITJ met social media? Moeten we social media wel gebruiken, omdat ze er toevallig zijn? En willen jongeren zich wel uiten via social media of zitten ze daar niet op te wachten?

1.3 Onderzoeksvragen en doelstelling

De volgende onderzoeksvragen staan in deze scriptie centraal:

1. *a. Wat zijn de karakteristieken van social media in het publieke domein volgens wetenschappelijke literatuur?*
b. Welke mogelijkheden bestaan er volgens wetenschappelijke literatuur voor organisaties in het publieke domein die social media willen inzetten om inzicht te krijgen in de belevingswereld van hun doelgroepen?
2. *a. Welke kansen en risico's van social media zien professionals, de medewerkers van ITJ en jongeren bij de inzet van social media om informatie van jongeren te krijgen waarmee inzicht verkregen kan worden in de depressieproblematiek van jongeren?*
b. In hoeverre komen de inschattingen van de betrokken actoren met elkaar overeen?

3. *In hoeverre komen de inschattingen van de actoren overeen met de literatuur?*

De eerste onderzoeksvraag zal leiden tot een overzicht van de mogelijke kansen en risico's die de inzet van social media met zich meebrengen, waarin aan de hand van de wetenschappelijke literatuur wordt beschreven dat er sprake is van een gedigitaliseerde maatschappij. Vervolgens wordt uiteengezet wat social media precies zijn en in hoeverre er al sprake is van het gebruik van social media in het jeugd domein. Vervolgens kan de tweede onderzoeksvraag worden beantwoord na een empirisch onderzoek. Het empirisch onderzoek bestaat uit een multi-actor perspectief. De actoren die zijn onderscheiden, zijn professionals, de medewerkers van ITJ en niet-depressieve jongeren. De professionals, bestaande uit online en offline hulpverleners, zijn door middel van interviews bevestigd naar hun inzichten. De medewerkers van ITJ en de jongeren hebben hun inzichten laten blijken in focusgroepen. De nadruk ligt daarbij op de inschatting die de betrokken actoren hebben met betrekking tot de inzet van social media. De derde onderzoeksvraag is een samensmelting van de wetenschappelijke literatuur en de inzichten van de actoren. Tot slot zal ik aanbevelingen doen aan ITJ op basis van de verzamelde gegevens.

Deze scriptie heeft de doelstelling:

Inzicht krijgen in kansen en risico's bij de inzet van social media om informatie van jongeren te krijgen waarmee inzicht verkregen kan worden in de depressieproblematiek van jongeren voor onderzoek van ITJ.

1.4 Methode van onderzoek

In dit onderzoek is van verschillende onderzoeksmethoden en onderzoeksinstrumenten gebruik gemaakt. Ik ben begonnen met een uitgebreid literatuurreview, die het fundament vormt voor deze scriptie. In deze literatuurreview wordt een aantal belangrijke begrippen en trends beschreven om inzicht te krijgen in het onderwerp rondom social media. De resultaten van deze literatuurreview vormen tevens het antwoord op de eerste onderzoeksvraag.

De begrippen die onder andere de revue passeren zijn: *social media*, *Web 2.0*, *User Generated Content*, *social networking sites*, *participatory culture*, *User Generated State*, *Jeugdzorg 2.0* en *online hulpverlening*. De belangrijkste trends die ik zal beschrijven zijn de digitalisering van de maatschappij, de actievere houding van burgers en de verandering op het gebied van rollen tussen overheid en burgers.

De literatuurreview begint met het introduceren van de eerste trend, namelijk de digitalisering van de maatschappij. Deze trend wordt uitgediept met behulp van de literatuur van Van Dijk, De Haan & Rijken, (2000). Hierop volgt een definitie van het daarop ontwikkelde Web 2.0, gebaseerd op de bronnen van Constantinides en Fountain (2008) en Keymolen, van den Berg, Prins en Frissen (2010). Het begrip social media is een belangrijk begrip in dit onderzoek. Om dit begrip helder te krijgen heb ik gebruik gemaakt van de definities, gevormd door Boyd en Ellison (2008) en Kaplan en Haenlein (2010), die ook het begrip *User Generated Content* vorm geven en het begrip *social networking sites* uitleggen. Daarnaast wordt een aantal karakteristieken van social media besproken. Het daarop volgende begrip is *participatory culture*, waarvan Jenkins (2008) de belangrijkste bron vormt.

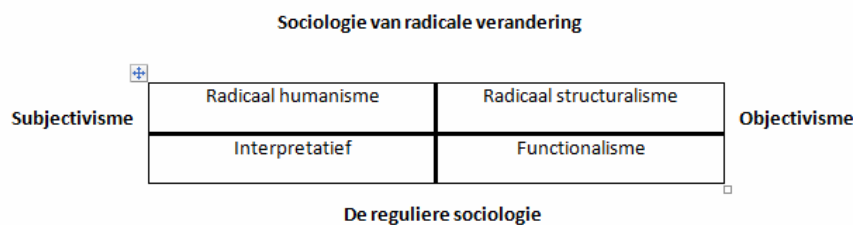
Frissen et al. (2008) vormt de belangrijkste bron voor het begrip *User Generated State*. Dit begrip is uit te leggen aan de hand van de geconstateerde trend dat burgers een actievere houding aannemen en dat daardoor de rollen tussen overheid en burger aan het veranderen zijn. Deze trends worden toegelicht aan de hand van voorbeelden uit de rapporten *Naar een User Generated State* (Frissen et al. 2008) en *Vertrouwen in Hybride Ketens* (Keymolen et al. 2010), waarbij onderscheid wordt gemaakt tussen de vier fasen van beleid: agendering van beleid, uitvoering van beleid, handhaving van beleid en toezicht op beleid.

Tot slot wordt de stap gemaakt naar jeugdzorg in combinatie met web 2.0 toepassingen, waaruit het Jeugdzorg 2.0 is ontstaan. Bronnen hiervoor heb ik geput uit het tijdschrift Jeugd en Co (Jeugd en Co. 8, 2010) en de ideeën vanuit het Jeugdzorg 2.0-concept (www.jeugdzorg20.nl). Wat hieruit voortkomt, is onder andere de online hulpverlening. Peter Nikken (2007) van het Nederlandse Jeugdinstituut (NJI) vormt hiervoor mijn belangrijkste bron.

De methodologie heb ik grotendeels gebaseerd op *Bestuurskundig Onderzoek. Een methodologische inleiding* van Van Thiel (2010) en *Analyseren in kwalitatief onderzoek* van Boeije (2005). Om de tweede en derde onderzoeksvraag te beantwoorden ben ik begonnen met een zoektocht op het web, waar jongeren met een depressie online te vinden zijn. Vervolgens heb ik een multi-actor perspectief gehanteerd om in kaart te brengen wat de inzichten, meningen en ideeën zijn van de betrokken actoren. Het belangrijkste van dit multi-actor perspectief is de betekenis die de actoren geven aan de manier waarop social media mogelijkheden bieden. Er zijn interviews afgenomen met professionals in het jeugddomein. Interviews lenen zich goed voor het achterhalen van meningen en inzichten van verschillende actoren. Een andere methode die is ingezet, om tot de beantwoording van de onderzoeksvragen te komen, is het gebruik van focusgroepen. Zowel met een groep jongeren als met medewerkers van ITJ heb ik deze focusgroepen gebruikt. In hoofdstuk 4 ga ik dieper in op de literatuur van onder anderen Baarda (2001), Van Thiel (2010) en Boeije (2005).

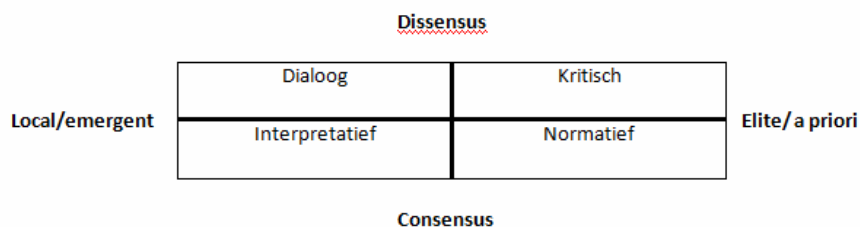
1.5 Positionering als onderzoeker

Als onderzoeker kan je op verschillende manieren tegen de wereld aan kijken. Er zijn verschillende benaderingen te onderscheiden binnen de wetenschapsfilosofie. Burrell en Morgan (1979) maken onderscheid in vier paradigma's, van waaruit alle onderzoeksobjecten te bestuderen zijn. Ze hebben deze vier paradigma's in een schema verwerkt om aan te geven hoe de verschillende benaderingen zich tot elkaar verhouden (figuur 1.1). De vier paradigma's zijn gebaseerd op twee dimensies, de eerste dimensie is het onderscheid in objectief versus subjectief en de tweede dimensie is het onderscheid in de sociologie van radicale verandering versus de reguliere sociologie. De paradigma's die ze onderscheiden zijn het radicaal humanisme, radicaal structuralisme, interpretatief en functionalisme. Bij het radicaal humanisme ligt de focus op het veranderlijk aspect van de werkelijkheid, waarbij vooral subjectief en interpretatief naar objecten wordt gekeken. Een onderzoeker die het radicaal structuralistisch paradigma hanteert, is positivistisch en objectief. De opvattingen zijn gebaseerd op conflict en strijd. De interpretatieve benadering gaat er vanuit dat de werkelijkheid kan veranderen door menselijk handelen. De werkelijkheid wordt geconstrueerd door de verschillende betekenisgevende processen. Tot slot is het functionalisme gebaseerd op een positivistische en objectieve blik op de werkelijkheid. Volgens Burrell en Morgan (1979) is het slechts mogelijk bij één paradigma aan te sluiten, die bij de onderzoekers overtuiging past.



Figuur 1.1: Twee dimensies en vier paradigma's van Burrell en Morgan (1979, p. 109)

Deetz (1996) heeft kritiek op dit schema en maakt een nieuw model (figuur 1.2) waarin de scheiding tussen subjectivistische en objectivisme minder aanwezig is. Ook is Deetz (1996) van mening dat er niet een dergelijke strikte scheiding tussen de paradigma's mogelijk is. Deetz (1996) noemt de verschillende benaderingen discourses, welke minder afgebakend zijn dan de paradigma's van Burrell en Morgan (1979). *"I will describe these as different discourses to nota a way of articulating arguments and engaging in research practices rather than a means of reconstructive self naming. Each discourse provides an orientation to organizations, a way of constituting people and events in them, and a way of reporting on them."* (Deetz, 1996, p.136). Het model dat Deetz ontwikkelt, is gebaseerd op het discours van de betekenisgeving van de onderzoeker ten opzichten van zijn onderzoek. Er worden vier discourses onderscheiden: normatief (vaststaande concepten), interpretatief (constant betekenisgevingproces), kritisch (door strijd en conflict) en discours in dialoog (verdeeldheid in betekenissen). De vier discourses zijn gebaseerd op twee dimensies, de eerste dimensie is het onderscheid in local/emergent versus elite/a priori en de tweede dimensie is het onderscheid in dissensus versus consensus. Local en emergent wil zeggen dat de werkelijkheid wordt geconstrueerd en ontwikkeld in samenspel met de betrokkenen. De dimensie elite en a priori stelt dat er een waarheid is die vast ligt, waarop de onderzoeker zijn concept bepaalt. Het onderscheid in dissensus en consensus verschilt in het ontstaan van de werkelijkheid. Bij dissensus gaat de onderzoeker er vanuit dat de werkelijkheid wordt geconstrueerd door conflict, strijd, spanning en macht. Bij de consensus dimensie wordt juist getracht de werkelijkheid te zien als stabiel en als eenheid.



Figuur 1.2: De vier discourses van Deetz (1996, p. 137)

Deze theorieën hebben er toe geleid dat ik me als onderzoeker kan vinden in de interpretatieve benadering. De interpretatieve benadering gaat er vanuit dat er niet één werkelijkheid is, maar meerdere subjectieve constructies. Mensen worden op allerlei manieren beïnvloed in hun denken en doen. Geschiedenis, cultuur en context spelen een grote rol hierin en worden door elk individu anders beoordeeld en geïnterpreteerd. Dit leidt er toe dat er vele verschillende betekenissen kunnen worden gegeven aan de wereld. Eén werkelijkheid is daarom naar mijn idee niet mogelijk. In de interviews met de professionals heb ik geprobeerd patronen te herkennen in hun inzichten en deze met elkaar te vergelijken. Deze vergelijking heeft er toe geleid verschillen en overeenkomsten te formuleren van hun inzichten. Ook bij de focusgroepen heb ik getracht de gecreëerde betekenissen te vergelijken met elkaar en die te duiden.

Belangrijk om te noemen is het dat er constant sprake is van het interpreteren van interpretaties. De interviews geven een beeld van de geconstrueerde werkelijkheid van de respondenten. Deze data interpreteer ik als onderzoeker en ik geef betekenis aan wat ik gehoord heb. Bovendien zal de lezer van deze scriptie dit vervolgens weer op zijn beurt interpreteren en betekenis geven aan wat hij heeft gelezen. De resultaten vormen dus een geconstrueerde werkelijkheid van mijn interpretaties op basis van de gevonden patronen in de interviews en focusgroepen. Socioloog Giddens, aangehaald door Leezenberg en De Vries in *Wetenschapsfilosofie voor geesteswetenschappen* (2001), beweert dat de werkelijkheid constant wordt geconstrueerd door betekenissen en interpretaties. Volgens hem is er dan sprake van

dubbele hermeneutiek, waarbij de onderzoeker interpretaties duidt aan de hand van geïnterpreteerde maatschappelijk gegevens (Leezenberg en De Vries, 2001, p. 145).

1.6 Relevantie

Ten eerste is deze scriptie relevant voor de organisatie ITJ. ITJ hoopt hiermee de onderzoeksmogelijkheden, om inzicht te krijgen in de jeugdproblematiek, te vergroten. Er staat komend jaar een onderzoek op het programma om de zorg voor jongeren met een depressie in kaart te brengen. Deze scriptie kan eventueel ook als hulpmiddel dienen in het onderzoek van ITJ met betrekking tot de inzet van social media onder jongeren met een depressie, maar zou wellicht ook relevant kunnen zijn voor andere jeugdproblemen, waar ITJ onderzoek naar doet. Ten tweede kan deze scriptie ook inzichten verschaffen in de kansen en risico's die de inzet van social media met zich mee brengen voor andere organisatie in het jeugddomein.

1.7 Leeswijzer

Het volgende hoofdstuk dient als leidraad voor het hele onderzoek. De relevante termen en thema's, gebaseerd op de wetenschappelijke literatuur, zullen worden behandeld. Op basis van dit hoofdstuk is het mogelijk de eerste onderzoeksvraag te beantwoorden. In hoofdstuk 3 wordt de organisatie Integraal Toezicht Jeugdzaken in kaart gebracht. Het daarop volgende hoofdstuk dient ter beschrijving van de methodologie. Hierin worden de onderzoeksstrategieën, onderzoeksmethoden en onderzoekstechnieken beschreven. Hoofdstuk 5 beslaat de data-analyse en resultaten van de interviews en focusgroepen. Dit hoofdstuk wordt afgesloten met het beantwoorden van onderzoeksvragen 2. In hoofdstuk 6 wordt de link gelegd tussen de literatuur en de resultaten van de actoren, wat een beantwoording is van onderzoeksvraag 3. De samenvattende conclusie vormt in hoofdstuk 7 het slot van deze scriptie. In dit hoofdstuk worden de drie onderzoeksvragen nogmaals beantwoord en tevens worden enkele aanbevelingen gedaan aan de organisatie ITJ.

Hoofdstuk 2 Social Media

Dit hoofdstuk presenteert de resultaten van een literatuurreview naar social media om antwoord te geven op onderzoeksvraag 1, die uit twee delen bestaat:

1. a. *Wat zijn de karakteristieken van social media in het publieke domein volgens wetenschappelijke literatuur?*

b. *Welke mogelijkheden bestaan er volgens wetenschappelijke literatuur voor organisaties in het publieke domein die social media willen inzetten om inzicht te krijgen in hun doelgroepen?*

In paragraaf 2.1 zal ik ingaan op de digitalisering van de maatschappij en de gevolgen van dien. Vervolgens zal ik een definitie vormen van het begrip social media, die in paragraaf 2.2 aan bod komt. De volgende paragraaf wijd ik aan de kansen en bedreigingen van social media in het publieke domein. Hierop volgt paragraaf 2.4 waarin het begrip Zorg 3.0 zal toelichten. Paragraaf 2.5 betreft een korte uitleg met betrekking tot online hulpverlening. De paragraaf hierna betreft de invloed van sociale media in het jeugd domein. De daarop volgende paragraaf gaat over het gebruik van social media onder jongeren met een depressie. Het hoofdstuk wordt in paragraaf 2.8 afgesloten met de beantwoording van de eerste onderzoeksvraag.

2.1 Digitalisering van de maatschappij

“We lived in farms, then we lived in cities, and now we're gonna live on the internet!” (The Social Network, 2010)

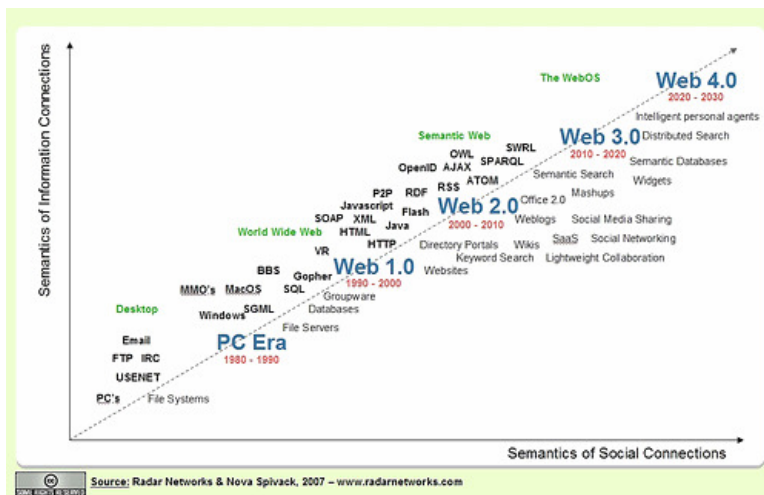
Dat een computer en een mobiele telefoon niet meer weg te denken zijn, had men twintig jaar geleden niet verwacht. Ook niet dat het internet een doorbraak zou zijn, die iedereen zou vangen in zijn greep en niet meer los zou laten. Aan het eind van de twintigste eeuw is er sprake geweest van een ontwikkeling in informatie- en kennistechnologie. Deze ontwikkeling wordt in een onderzoek van het Sociaal Cultureel Planbureau (Van Dijk, De Haan & Rijken, 2000) ook wel de informatierevolutie genoemd. Er werd zelfs een vergelijking gemaakt met de effecten van industriële revolutie: “Deze ontwikkelingen zijn zo ingrijpend dat er gesproken wordt van een informatierevolutie. De technologische omwenteling zou verstrekkende gevolgen kunnen hebben voor het dagelijks leven van burgers. Om de veronderstelde invloed te benadrukken wordt regelmatig een vergelijking gemaakt met de effecten die de industriële revolutie in de negentiende eeuw heeft gehad” (Van Dijk et al., 2000, p. 186). De informatierevolutie is begonnen in de Verenigde Staten, waarna andere westerse landen de technologische ontwikkelingen op de voet volgden. Ook in Nederland is er sprake van een grote ontwikkeling in de digitale techniek. Er was sprake van een convergentie van telecommunicatie en computers, waardoor nieuwe mogelijkheden gecreëerd werden voor communicatie en informatieoverdracht. De komst van de PC heeft een snelle opmars doorgemaakt in Nederland. In 1997 beschikte al de helft van de Nederlandse huishoudens over een PC. Door deze ontwikkelingen op digitaal vlak, bleek er steeds meer sprake te zijn van ontleding, de term die staat voor de trend dat er steeds minder boeken, kranten en tijdschriften gelezen worden (Van Dijk et al., 2000, p. 39). Hierop volgde een afname in het gebruik van radio en televisie. Het internet heeft vervolgens grote veranderingen teweeg gebracht. In de loop van de jaren negentig werd het internet een publieksvoorziening. Uit onderzoeken is af te leiden dat de Nederlandse burgers vreesden voor een onpersoonlijk leven door de ontwikkelingen in computer- en communicatietechnologie. Later vreesden men voor een digitale kloof tussen internetgebruikers en mensen zonder internettoegang. Deze technologische ontwikkelingen zouden kunnen leiden tot een achterstand in het maatschappelijk functioneren door potentiële risicogroepen, zoals ouderen (Van Dijk et al., 2000, p. 7). Tien jaar later, in

1995, beschikt 93% van de Nederlanders over een computer met internetaansluiting en blijkt het belang van internet in de informatievoorziening te zijn toegenomen (CBS, 2009). Uit de statistieken blijkt dat “80% van de Nederlanders dagelijks surft op internet en voor jongeren tot 24 jaar ligt dit zelfs op 90%. Als een van de eerste landen in de wereld is het internet in Nederland bijna volledig geadopteerd. Dit wil zeggen dat bijna alle Nederlanders toegang hebben tot internet” (www.nownederland.nl).

De genoemde convergentie van telecommunicatie en computers leidt ook tot een andere vorm van communicatie. Er wordt niet alleen informatie vergaard, maar het wordt ook zelf toegevoegd aan diverse websites. De Web 1.0-wereld, het web van de documenten, wordt overgenomen door de Web 2.0-ideeën. Wie het precies bedacht heeft, leidt nog steeds tot discussie. Wel weten we dat de term Web 2.0 bekend is geworden door Tim O’Reilly, uitgever van ICT-boeken en internetvisionair. Het nieuwe sociale interactieve internet krijgt de naam Web 2.0 en is een verzamelnaam voor een aantal samenhangende ontwikkelingen op het web. Eén van de belangrijkste ontwikkelingen is dat de gebruiker nu de mogelijkheden heeft om, met de nieuwe technologieën, eenvoudig en vaak gratis, informatie, muziek, films, vrienden en software te kunnen delen (Kol, 2008). Ik sluit me aan bij de definitie van de auteurs Constantinides en Fountain (2008, p. 232): “Web 2.0 is a collection of open-source, interactive and user-controlled online applications expanding the experiences, knowledge and market power of the users as participants in business and social processes. Web 2.0 applications support the creation of informal users’ networks facilitating the flow of ideas and knowledge by allowing the efficient generation, dissemination, sharing and editing/refining of informational content.” Deze definitie sluit ook voor een groot deel aan bij de vier kenmerken van het Web 2.0, die worden genoemd in een ander onderzoek: (1) er is sprake van een toename in het aantal actierollen voor gebruikers, (o.a. collaboratie en content-creatie); (2) nieuwe vormen van responsiviteit, waarmee gebruikers content waarderen, evalueren en ordenen; (3) het sociale aspect als centrale drijfkracht; (4) het web als platform en software als service (Keymolen, van den Berg, Prins en Frissen, 2010).

Gebruikers hebben dus een ontvangende, maar ook een zendende rol gekregen. In een onderzoek van het Sociaal Cultureel Planbureau wordt dat als volgt beschreven: “Het passieve karakter van televisiekijken, aangeduid met de term *lean backward*, maakt plaats voor actiever mediagebruik (*lean forward*)” (Huysmans en Haan, 2010, p. 25). Door deze trend is het internet interactiever en socialer geworden. Naast de computer is ook de smartphone dé manier om altijd en overal informatie te produceren en te consumeren. Daarnaast maken sociale websites een groot deel uit van het internetverkeer. Het aantal sociale netwerken en sociale platforms neemt met grote aantallen toe en is daarom één van de belangrijkste trends op het gebied van Web 2.0 te noemen.

Terwijl Web 2.0 nog in de kinderschoenen staat, is er sinds afgelopen jaar sprake van de volgende trend: Web 3.0. Volgens Martijn Arts van Total Active Media is Web 3.0, de derde fase van het internet, oftewel de logische vervolgstap op Web 2.0. Door Ronald van den Hoff, schrijver van het boek *Society 3.0* (2011), wordt Web 3.0 omschreven als “a smart, simpel, sustainable en sharing society” (2011, p. 1). Bij Web 3.0 krijgt de gebruiker nog meer het heft in handen en daarnaast ligt de nadruk op het beter samenwerken en integreren van de webapplicaties onderling. Van den Hoff (2011) ziet het Web 3.0 als de “internetverbondenheid van mensen en kennis, in de juiste context, die letterlijk hangen in de lucht” (2011, p. 178). “Web 1.0 was het web van de documenten, Web 2.0 van de gegevens en de grotere invloed van de computergebruiker. Met de overgang naar Web 3.0 komt het Semantisch Web dichterbij: het web van gegevens wordt een web van betekenis.” (Arts, 2010). Figuur 2.1 illustreert de ontwikkeling van het Web en de voorspellingen voor de toekomst.



Figuur 2.1: Web 3.0: (g)een definitie - De betekenis van Web 3.0 en het semantic web - Frankwatching

Door deze ontwikkelingen en veranderingen in gebruik van verschillende media kunnen we spreken van het digitaliseren van de maatschappij. Voordat ik me bezig ga houden met de mogelijkheden die deze digitalisering met zich meebrengt, is het van belang om eerst te definiëren wat social media en social networking sites zijn.

2.2 Social media

De term social media wordt veel gebruikt zonder dat er een eenduidige definitie voor bestaat. Vaak worden de begrippen internet, Web 2.0 en social media door elkaar gebruikt. De definities van social media kunnen flink van elkaar verschillen. Een reden daarvoor zou kunnen zijn dat er heel veel verschillende functies van social media bestaan. Uit deze verschillende functies zullen logischerwijs ook verschillende definities ontstaan. Volgens Boyd en Ellison (2008, p. 2) is een social medium een webgebaseerde service die het individuen mogelijk maakt om (1) een (publiekelijk) profiel aan te maken binnen een service, (2) andere gebruikers binnen deze service te categoriseren als een connectie en (3) connectielijsten van anderen te bekijken. Deze definitie betreft mijns inziens slechts een deel van de toepassingen van social media, zoals de profielsite Facebook, maar behelzen niet alle social media, waar kennis wordt geproduceerd en gedeeld. Ik sluit me daarom grotendeels aan bij de definitie van social media, zoals Kaplan en Haenlein (2010) deze geformuleerd hebben: "Internetapplicaties die gebruik maken van de technologie van Web 2.0 en de creatieve uitwisseling van User Generated Content" (2010, p. 18). *User Generated Content* formuleren zij als "de verschillende vormen van content (inhoudelijke bijdrage) die door gebruikers zelf zijn vervaardigd en op het internet worden aangeboden" en volgens hen "hebben social media altijd een sociaal en een media-aspect, maar er zijn wel verschillende soorten social media. Ieder medium biedt natuurlijk andere mogelijkheden voor zelfpresentatie, mediatoepassingen en sociale activiteit." (2010, p. 18). In hun definitie van social media mis ik echter de essentiële functie van het sociale aspect. De definitie van Kaplan en Haenlein zou ik dus willen aanvullen. Een nieuwe definitie zou kunnen zijn: "Social media zijn internetapplicaties die gebruik maken van de technologie van Web 2.0 en de creatieve uitwisseling van User Generated Content. Dat vormt een communicatie- en interactiekanaal, waarbij sociale contacten worden gelegd, waar informatie en ervaringen worden gedeeld, waar meningen kunnen worden gegeven, waardoor een netwerk gevormd wordt".

Kaplan en Haenlein (2009) benoemen dat social media twee kernelementen moeten bevatten om een sociaal medium te zijn. Het eerste is de aanwezigheid van *social presence*. Dat wil zeggen het vertrouwen dat wordt gecreëerd op een website. Dat vertrouwen kan worden verhoogd door gebruik te maken van

foto's, tekst of realistische beelden. Dat maakt het voor de gebruiker betrouwbaarder overkomen, omdat het bijdraagt aan het gevoel van persoonlijk contact. Het tweede kernelement dat wordt genoemd is *the concept of self-presentation*, wat de zelfpresentatie betekent. Je zet op internet waarvan je wilt dat andere dat van je weten, waardoor een imago wordt gecreëerd van een identiteit. Deze presentatie krijgt vorm door *self-disclosure*, oftewel het bewust en onbewust blootgeven van relevante informatie, zoals gedachten, gevoelens, wat je leuk vindt en wat niet. De combinatie van deze twee kernelementen leidt tot een classificatie van social media (2009, 61-62). Hoe hoger de *social presence*, hoe meer vertrouwen en persoonlijker de website is. Een virtuele wereld, zoals in het spel Second Life, heeft een zeer hoge mate van *social presence*, omdat het een grote mate van realiteit en persoonlijke inbreng betreft. Hoe hoger de *self-presentation*, hoe meer er sprake is van het profileren van de gebruiker naar buiten toe. Een voorbeeld hiervan is het schrijven van persoonlijke blogs of informatie toevoegen aan bestaande collectieve sites, zoals Wikipedia. Tabel 2.1 is een illustratie van deze twee kernelementen waar een sociaal medium over moet beschikken.

		Social presence/ Media richness		
		Low	Medium	High
Self-presentation/ Self-disclosure	High	Blogs	Social networking sites (e.g., Facebook)	Virtual social worlds (e.g., Second Life)
	Low	Collaborative projects (e.g., Wikipedia)	Content communities (e.g., YouTube)	Virtual game worlds (e.g., World of Warcraft)

Tabel 2.1: Classification of Social Media by social presence/media richness and self-presentation/self-disclosure (Kaplan en Haenlein, 2009, p. 62)

Bij social networking sites, zoals Facebook, Hyves of MySpace, is er sprake van een zeer hoge mate van *self-presentation* en een gemiddelde mate van *social presence*. Er is veel contact en vertrouwen van en door de gebruiker en er wordt veel persoonlijke informatie gedeeld op de website. Sociale netwerksites schieten sinds de opmars van het internet, als paddenstoelen uit de grond. Door onderzoekers Boyd en Ellison (2008) worden sociale netwerken als volgt gedefinieerd: “sites as web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system” (2008, p. 2). Sociale netwerken, zoals Hyves, Facebook en MySpace, zijn erg populair en zijn deel uit gaan maken van het dagelijks leven. Vooral Facebook bereikte een record aantal gebruikers. In januari 2009 was het aantal geregistreerde facebook-gebruikers wereldwijd meer dan 175 miljoen (Kaplan en Haenlein, 2009, p. 59). Vooral onder jongeren zijn deze websites populair. Volgens Nownederland zijn jongeren tussen 13 en 16 jaar dagelijks gemiddeld meer dan een uur actief op sociale websites zoals MSN, Hyves en Facebook. Op latere leeftijd halveert dit gemiddelde tot ongeveer een half uur per dag.

De Amerikaanse hoogleraar Jenkins (2008) heeft het begrip *participatory culture* (participatie cultuur) geïntroduceerd met betrekking tot de cultuur van het internet. Het internet is in dat geval een omgeving waarin men door een relatief lage drempel uitingen kan doen, zodat artistieke en maatschappelijke betrokkenheid en actieve deelname worden gecreëerd. Volgens hem heeft het internet bijgedragen aan de opkomst van *participatory culture*, omdat dit medium het mogelijk maakt om een groot publiek te bereiken op een snelle en goedkope manier. Door social media krijgen mensen de mogelijkheid om snel en eenvoudig informatie te delen, meningen te geven en ervaringen te delen.

In de volgende paragraaf zet ik uiteen welke kansen en risico's er bestaan bij de inzet van social media in de publieke sector en hoe de opkomst van de *participatory culture* bestaande rollen in de publieke sector kan doen veranderen.

2.3 Social media in het publieke domein

“There are no secrets. The networked market knows more than companies do about their own products. And whether the news is good or bad, they tell everyone.” (Twitter: Cluetrain-a-Day, 20/01/09)

In de private sector zijn social media niet meer weg te denken. Bedrijven profileren zichzelf op het internet en doen er alles aan om aandacht te trekken van de internetgebruikers. Er wordt niet meer geflyert voor een feestje, maar er wordt een 'event' geplaatst op Facebook, waar de gebruiker zich direct voor kan aan- of afmelden. Nieuwe potentiële werknemers worden eerst op internet gecheckt en een huis verkoop je niet meer zonder een serie foto's op Funda. Echter, social media lijken in het publieke domein minder ingeburgerd te zijn.

Voor Het Expertise Centrum (HEC) heeft Sohela Naghib-Bukman (2011) een papernote geschreven over social media in de publieke sector. Zij gaat in deze paper in op de uitdagingen op het gebied van Web 2.0 en social media voor de publieke sector en stelt zich daarbij de vraag: “Waarom heeft de publieke sector de inzet van Social Media nog niet volledig omarmd?” (Naghib-Bukman, 2011, p. 13). Zij haalt in deze paper ook Davied van Berlo aan. Hij is de schrijver van het boek *Ambtenaar 2.0 Nieuwe Ideeën en Praktische tips om te werken in overheid 2.0* (2008) en *Ambtenaar 2.0 bèta Actiepunten om te werken aan een overheid 2.0* (2009). In deze boeken beschrijft Van Berlo zijn ideeën over de mogelijkheden voor de overheid met betrekking tot de ontwikkelingen op het gebied van Web 2.0. Hij zet uiteen hoe de relaties tussen de overheid en burgers is veranderd en hoe een ambtenaar daar op kan anticiperen. Van Berlo neemt de volgende zes trends als uitgangspunt:

- Grenzen vervagen: afstanden worden kleiner, informatie wordt sneller gedeeld en sneller verspreid.
- Verniging van de samenleving: iedereen heeft eigen belangen en interesses, daardoor ontstaat er versnippering in individuen en kleine groepen.
- Het belang van het hier en nu is groter: internet is onbegrensd door tijd en plaatst en er is constant sprake van realtime interactie.
- Overheid als platform: het internet is open en iedereen kan een toevoeging doen, zodat een platform ontstaat om verschillende partijen bij elkaar te brengen en tot besluiten te komen.
- Openheid als norm: pas als overheidsinformatie openlijk beschikbaar is, kunnen burgers zich mengen in de discussie en de besluitvorming.
- Alles is bèta: de informatie wordt constant aangepast en aangevuld, daardoor is het nooit klaar en kan je spreken van een bètaversie.

Hierop aansluitend is “de ontwikkeling te zien naar een *user generated state* oftewel een overheid die werkt met bijdragen van de gebruiker” (Naghib-Bukman, 2011. p. 19). In het TNO rapport *Naar een User Generated State? De impact van nieuwe media voor overheid en openbaar bestuur* (Frissen et al. 2008, p. 18) stellen de auteurs dat de initiatieven nu vooral liggen bij de burgers en weinig bij de overheid. Er zijn volgens dit onderzoek veel kansen voor de overheid om de burgers meer te betrekken in

beleidsbeslissingen. Frissen et al. (2008) zien vooral een grote kans in de benutting van de sociale netwerken, waarin informatie, kennis en creativiteit, nuttig kunnen zijn voor de overheid. Daarnaast is het zelfs mogelijk om verantwoordelijkheid uit te besteden door bijvoorbeeld burgers aan te sporen tot het leveren van een bijdrage bij een opsporing of aan te sporen tot ander gedrag. Een andere kans volgens Frissen et al. (2008) is de mogelijkheid voor ambtenaren om beter contact te krijgen met burgers en belanghebbenden. Overheidshandelen kan hierdoor actueler, sneller en meer responsief worden.

Door Keymolen et al. (2010) worden in het rapport *Vertrouwen in Hybride Ketens* verschillende manieren genoemd, hoe social media kunnen worden ingezet door de overheid of hoe social media kunnen worden benut. De eerste manier is de mogelijkheid tot het beïnvloeden van de overheid door burgergeïnitieerde initiatieven. Er zijn meer mogelijkheden gekomen voor burgers om hun mening te geven of te reageren op aspecten van overheidsbeleid. Door gebruik te maken van deze nieuwe communicatiemiddelen kunnen burgers invloed uitoefenen op de publieke opinie en op de overheid (Keymolen et al. 2010, p. 35-36). Dit wordt versterkt door de vernieuwde rollen tussen burgers en overheid. Burgers gaan meer en meer de beleidsagenda bepalen, burgers gaan participeren in de handhaving van taken van de overheid en burgers zetten internet in om de overheid te testen en te volgen in de beleidsuitvoering. “Nieuwe vormen van democratische participatie ontstaan. Protest, meningsvorming en agendering kunnen sneller en effectiever georganiseerd worden. Een voorbeeld daarvan was de scholierenstaking in Nederland in 2007. MSN bleek een krachtig instrument om in korte tijd grote groepen scholieren de straat op te krijgen” (Frissen, 2010, p. 12). De tweede manier is dat de overheid aanhaakt op de initiatieven van de burgers. Door aan te sluiten bij de ideeën van de burgers geeft de overheid aan de participatie te waarderen en kan vervolgens hierin haar eigen initiatieven verweven. Een voorbeeld hiervan is het fenomeen WebCare, wat onder andere door de NS wordt ingezet. Het is een manier om informatie, geluiden en meningen te verzamelen om problemen onder de gebruikers op te sporen en te verhelpen. Ook kan het ingezet worden om het imago te verbeteren. De laatste manier is dat de overheid eigen Web 2.0 initiatieven creëert. Naast het participeren in toepassingen opgezet door burgers, is het ook mogelijk om als overheid zelf met content te komen door het Web 2.0 te gebruiken in haar eigen dienstverlening. Een voorbeeld is het grote aantal politici dat elke dag Twittert en hiermee contact legt met burgers of mede-politici.

Het dus belangrijk om te beseffen dat de relaties tussen overheid en burgers is veranderd, dat er daarom consequenties zijn met betrekking tot de rollen die beide partijen innemen en dat social media daarin uiteindelijk flinke impact kunnen hebben. Om toch een goede samenwerking te verwezenlijken, wordt van beide partijen veel gevraagd. In het TNO rapport *Naar een User Generated State* (Frissen et al. 2008) worden vier fasen van beleid onderscheiden waarin burgers een andere rol kunnen aannemen; agendering van beleid, uitvoering van beleid, handhaving van beleid en tot slot toezicht op beleid. De rol van de burger kan hierin respectievelijk de rol van citizen (burger), klant, onderdaan en toezichthouder zijn (Frissen et al. 2008, p. 17). De overheid heeft bepaalde taken in deze onderdelen en neemt daarin ook een rol. “Zo is er de democratische relatie van vertegenwoordiger en vertegenwoordigde, die van handhaver en onderdaan in de wetstellende en repressieve relatie en die van dienstverlener en klant in de verzorgende relatie” (Frissen et al. 2008, p. 17). In beide rapporten, *Naar een User Generated State* (Frissen et al. 2008) en *Vertrouwen in Hybride Ketens* (Keymolen et al. 2010) worden per fase enkele cases genoemd die als voorbeelden dienen voor de mogelijkheden op het gebied van samenwerking tussen burgers en overheid. Per onderdeel zal ik één of meerdere cases noemen en toelichten.

Agendering van beleid

Er wordt steeds meer aandacht besteed aan het vergroten van de burgerparticipatie. De democratie wordt nieuw leven in geblazen sinds de komst van de Web 2.0 mogelijkheden. Er zijn verschillende initiatieven ontwikkeld om de inspraak van burgers te vergroten en thema's op de agenda te zetten, waar de burgers grote behoefte aan hebben. Een goed voorbeeld hiervan is www.petities.nl. In het TNO rapport van Frissen et al. (2008, p. 33-40) wordt dit voorbeeld toegelicht. Petities.nl is een website die Nederlandse burger de mogelijkheid biedt om een petitie aan te maken of te ondertekenen. Het is een anoniem en voor iedereen toegankelijk. Er zijn bepaalde regels waar gebruikers zich aan moeten houden, hierdoor wordt de kwaliteit voor een groot deel gewaarborgd. De auteurs van het rapport beschrijven dit web 2.0 initiatief als een site dat weinig impact heeft op burger-overheid relaties, ondanks dat heeft het ook successen behaald. Een kans voor Petities.nl zit in het feit dat het een goed middel is om netwerken te versterken en daaruit wordt de mobilisatie van burgers om petitie te tekenen verbeterd. Een risico van deze site is dat het vaak een negatieve ondertoon heeft, waardoor de overheid verstand kan bieden tegen de mogelijke veranderingen. Ook sluiten de petitie vaak niet aan bij de politieke agenda en worden daarom van tafel geveegd.

Uitvoering van beleid

Bij het uitvoeren van beleid gaat het om de dienstverlening, waarbij de overheid als dienstverlener optreedt en de burger als klant. De rol van de burgers kan hierin worden uitgebreid door meer ketensamenwerking met de overheid. Door meer sociale netwerken te benutten kan deze dienstverlening zich verder ontwikkelen en wellicht zelf verbeteren. Er zijn drie taken te onderscheiden waar burgers gericht op zijn (Keymolen et al. 2010): (1) instigeren, oftewel nieuwe ideeën opperen, (2) evalueren of aanpassen en (3) overnemen. Volgens Frissen et al. (2008) is dit onderscheid ook te maken. Vaak wordt nu nog door de overheid gestuurd en gecontroleerd, omdat de overheid de dienst bepaalt en de burger deze afneemt. "In de USA heeft een publieke organisatie in de gezondheidszorg besloten om burgers te vragen om een Youtube filmpje te maken waarin zij medeburgers moeten aantonen hoe vervelend griep wel niet kan zijn en dat het belangrijk is om preventieve maatregelen te nemen"(Frissen et al. 2008, p. 20). In dergelijke situaties is de rol van de overheid nog steeds niet weg te denken, maar de rol van de burger is vele malen groter dan eerder het geval was. Dit is zeer waardevol, omdat de 'wisdom of the crowds' de kracht is van de geopperde ideeën. Deze term is geïntroduceerd door James Surowiecki in 2004 en betoogd in zijn boek *The Wisdom of Crowds* (2004) dat grote groepen een grotere intelligentie hebben dan individuen afzonderlijk van elkaar. "Under the right circumstances, groups are remarkably intelligent, and are often smarter than the smartest people in them. Groups do not need to be dominated by exceptionally intelligent people in order to be smart" (Surowiecki, 2004). Tot slot is het ook mogelijk om als burgers geheel zelfstandig aan de slag te gaan met in eerste instantie overheidstaken. Een voorbeeld hiervan is het Vragenforum (www.vragenforum.nl). Het is een dienst, die informatie levert over sociale zekerheid, waarin burgers de dienstverlening volledig hebben overgenomen. Het is opgezet door een burger door de onvrede over de manier van informatie verlening in haar eigen gemeente en bleek een succesvol initiatief te zijn geweest (Frissen et al. 2008, p. 21). Met betrekking tot de uitvoering van het beleid, de dienstverleningskant van de overheid, is het voorbeeld Last van de Overheid (www.lastvandeoverheid.nl) een goed voorbeeld. Dit voorbeeld wordt als casus 2 behandeld in het rapport *Vertrouwen in Hybride Ketens* (Keymolen et al., 2010, p. 101). Deze toepassing "heeft als doelstelling de burgers actief te betrekken bij het terugdringen van de regeldruk en administratieve lasten". Burgers kunnen dus actief participeren door meldingen te doen over de administratieve lasten waar burgers mee in aanraking komen door informatieverplichtingen aan de overheid. Ook kunnen burgers hier ergernissen kwijt over verschillende dingen, zoals lange wachttijden, slechte bereikbaarheid, et cetera. Klachten worden verzameld, er wordt gezocht naar een geschikte oplossing en tot slot is het een leerpunt om de overheid te

verbeteren (Keymolen et al. 2010, p. 102). Een kans voor Last van Overheid is dat de dienstverlening wordt verbeterd, dat er meer politieke participatie is en een transparantere overheid. Een risico zou kunnen zijn dat er te weinig vertrouwen is *in* en *van* de burgers. “Wanneer het wantrouwen echter zo groot zou worden dat de afstand tussen burger en overheid onoverbrugbaar is en vervreemding optreedt, dan kan een initiatief als Last van de Overheid, hoe laagdrempelig ook, niet als bruggenbouwer of oplossend vermogen functioneren” (Keymolen et al. 2010, p. 111).

Handhaving van beleid

Ook in de handhaving van beleid zijn veranderingen gaande en is de relatie tussen overheid en burger aan het verschuiven. Dat burgers steeds meer een bijdrage gaan leveren aan de rechtshandhaving komt door de ontwikkelingen in de webtechnologieën, maar ook door mobiele telefonie, SMS en digitale fotografie (Frissen et al. 2008, p. 21), vaak in combinatie met elkaar. Nederlandse burgers kunnen bijvoorbeeld de politie helpen bij opsporingsonderzoeken via www.politieonderzoeken.nl. Case 3 uit het TNO rapport *Naar een User Generated State* van Frissen et al. (2008) is een voorbeeld van handhaving van beleid door social media. De site www.stopkindersex.nl is een site die strijdt tegen pedofilie en kindermisbruik. De oprichtster wil met deze site aandacht voor de problematiek, ze probeert pedofielen op te sporen en pedofiele websites te laten verwijderen. Daarnaast is de site een platform voor lotgenoten om ervaringen te delen. In verband met het schenden van de privacy van de mogelijke pedofielen is de website enige tijd uit de lucht gehaald. Deze site kan gezien worden als kans in de rechtshandhaving, omdat er veel aandacht gaat naar het probleem en het is een goede manier om slachtoffers met elkaar in contact te brengen. Een risico van deze site, maar ook van vergelijkbare sites in het beleidsdomein toezicht en handhaving, is dat er zorgvuldig aandacht moet worden besteed aan het beschermen van de privacy versus het waarborgen van de rechtshandhaving. Deze afweging heeft grote gevolgen voor de samenleving. Het openbaar maken van persoonsgegevens kan leiden tot bedreigingen naar deze persoon, maar het afschermen van persoonsgegevens kan er bijvoorbeeld voor zorgen dat een pedofiel na de veroordeling weer aan het werk gaat op een school.

Een algemeen risico van social media in de handhaving van beleid is dat burgers social media ook kunnen gebruiken om rechtshandhaving te ondermijnen. Social media zijn dan een middel om burgers bij elkaar te brengen en rellen te organiseren, zoals in de Parijse banlieus het geval was (Frissen et al. 2008, p. 21). Een actueel voorbeeld, waarbij social media invloed hadden, is de revolutie in Egypte, ook wel de ‘twitterrevolutie’ of ‘sociale (media) revolutie’ genoemd. Een revolutie, waarbij de burgers in opstand kwamen tegen het regime van leider Mubarak. Social media hebben een grote rol gespeeld in de versterking en de verspreiding van de opstand. “Zij hebben met hun vrije toegang, grote (internationale) publiek en snelle communicatie- en organisatiemogelijkheden de opstanden tegen de autoritaire regimes in deze landen enorm versterkt en versneld”, aldus het Nationaal CrisisCentrum (NCC). Volgens de Volkskrant is de naam Twitterrevolutie niet gegrond, omdat de opstand op straat gebeurd en niet op Twitter. “De discrepantie tussen de eenzamer twitteraar of blogger die vanachter zijn of haar laptop de meute mobiliseert en de man die op een kameel diezelfde meute uiteen probeert te drijven, kon nauwelijks groter zijn. Die discrepantie wordt veroorzaakt door een eigentijdse mythe: de mythe dat er zoiets als een Twitteropstand of een Facebookrevolte zou bestaan.” (Volkskrant, 2011).

Toezicht op beleid

Tot slot wordt er door burgers ook op het toezicht van beleid meer geparticipeerd. Er komen steeds meer platforms, waar overheidsinstellingen met elkaar worden vergeleken, zoals onderwijsinstellingen en ziekenhuizen. De gepubliceerde ervaringen blijken veel impact te hebben op de keuze van andere burgers

(Frissen et al. 2008. p. 22). Een voorbeeld dat genoemd wordt door Keymolen et al. (2010, p. 38) is het platform Wikileaks: “een in 2006 opgezette website die bedoeld is als een plaats waar klokkenluiders uit overheidsinstellingen en bedrijven, waar ook ter wereld, anoniem documenten kunnen laten plaatsen (lees: *lekker*) teneinde misstanden aan de kaak te stellen”(Wikipedia). Burgers kunnen dus op deze manier informatie beschikbaar stellen om overheidshandelen transparanter te maken en aandacht te besteden aan verkeerd handelen, zodat er wat aan gedaan kan worden. Keymolen et al. (2010, p. 117) geven in casus 3 in het rapport *Vertrouwen in Hybride Ketens* het voorbeeld van een ander burgerinitiatief van toezicht op beleid, de FlitsService (www.flitsservice.nl). Deze site is opgericht uit ergernis op het overheidbeleid met betrekking tot snelheidscontroles. Door het openbaar maken van informatie over dit onderwerp en de onvrede wordt het beleid onder de loep genomen en wellicht aangepast.

Een dergelijke site is een goed voorbeeld van een succesvol Web 2.0 initiatief. De kansen voor toepassingen als deze is wederom de transparantie die ontstaat en de waardevolle informatie die wordt verzameld door en voor betrokken burgers. Een risico kan zijn dat dit soort initiatieven worden opgezet uit wantrouwen over overheidstaken. Dit leidt vervolgens weer het uitblijven van de samenwerking tussen de initiatiefnemers en de overheid (Keymolen et al. 2010, p. 138). Een vergelijkbaar voorbeeld, waarbij burgers toezicht houden op beleid, waar wel een samenwerkingsverband uit ontstaan is, is Geluidsnet (www.geluidsnet.nl), die in case 4 van het TNO rapport *Naar een User Generated State* wordt behandeld (Frissen et al. 2008). “Geluidsnet is opgericht om te komen tot betrouwbare metingen, met als doel om meer transparantie te creëren op het gebied van milieu-informatie en er op die manier voor te zorgen dat er sturing plaats vindt op basis van feiten in plaats van op berekeningen”(Frissen et al. 2008, p. 54). Een mogelijke kans volgens de auteurs is dat deze toepassing leidt tot een nieuwe informatiebron voor de overheid. Omdat Geluidsnet betrouwbaar is benoemd zal de overheid dus ook wat moeten doen met deze informatie. Een risico zou kunnen zijn dat de controle te veel ligt bij burgers, waardoor zowel de overheid als de betrokken partijen, zoals Schiphol, flink onder druk komen te staan.

Samengevat en geconcludeerd aan de hand van de twee rapporten (Frissen et al. 2008 en Keymolen et al. 2010) heb ik een aantal belangrijke kansen en risico's van social media in het publieke domein op een rijtje gezet.

Kansen:

- Burgers zijn de oren en ogen van de samenleving en zijn dus een belangrijk signaleringsfunctie voor de overheid
- De samenleving wordt transparanter
- Door het vrijgeven van overheidsinformatie ontstaat de vergroting van de informatievoorziening
- Verantwoordelijkheid kan worden gedeeld of worden uitbesteed
- Veranderingen in waarden, normen en gedrag kunnen ontstaan
- Ambtenaren kunnen beter hun werk doen, door de mogelijkheden tot beter aansluiten bij de doelgroepen of netwerken

Risico's:

- Transparanter, maar ook minder privacy

- Informatie niet altijd betrouwbaar
- Informatie soms gekleurd door de belangen van betrokken partijen
- Volgens Frissen et al. is handhaving van beleid een domein, waar juist de overheid actief moet zijn in plaats van burgers (Frissen et al. 2008, p. 70)
- Klaagcultuur zou kunnen ontstaan door burgers, waardoor de overheid defensief reageert en tot gesloten gedrag zou kunnen leiden
- De participatiegraad moet hoog genoeg zijn wil het slagen
- De participatieverdeling moet gelijk zijn onder de burgers
- Er moet rekening worden gehouden met het grote aantal onbruikbare geproduceerd materiaal, dit vergt selectie
- Er moet rekening worden gehouden met de complexiteit van het internet

2.4 En dan nu.... Zorg 3.0?

Van den Hoff (2011) beschrijft in *Society 3.0* de verschillende mogelijkheden voor de samenleving, die zijn ontstaan door de opkomst en ontwikkelen van social media. Hij noemt verschillende aspecten die anders moeten of anders kunnen, zoals werken 3.0, geld 3.0, democratie 3.0 en zo ook zorg 3.0. Dit heeft alles te maken met de vorige paragraaf. Naast de andere rolverdeling tussen overheid en burger, verandert ook de rol tussen overheid en zorginstellingen en tussen patiënt en arts. Volgens hem moet de zorg meer bedrijfsmatiger worden georganiseerd, zodat het efficiënter en effectiever zal worden. "Een ziekenhuis of andere zorginstelling zal nooit een bedrijf worden. En artsen nooit manager. En managers nooit artsen. Hoeft ook niet. Daar zit wellicht de kern van het probleem. Maar door de mondigheid van patiënten en de naarstige drang van de overheid tot controle en regelgeving, gevoed door ondoorzichtige structuren en beloningen, lijken de zorgorganisaties gedwongen zich als een bedrijf te moeten gedragen" (2011, p. 263).

Het internet biedt de mogelijkheid tot het creëren van je eigen specialist en alle informatie is beschikbaar. Succes, maar ook missers worden gemeld via het internet. Daarnaast worden patiënten zich meer en meer bewust van de mogelijkheden en kansen. "Patiënten worden mondig en organiseren zich" (Van den Hoff, 2011, p. 264). Volgens Van den Hoff verandert de wereld en moet er meer gebruik worden gemaakt van de informatie die patiënten delen met elkaar. "Waar Generatie Y in 2010 in aantal de Babyboomers zal overtreffen. Waar meer dan 80% van de mensen eerste naar dokter Google surft voordat ze naar hun eigen arts gaan. Als je bedenkt dat een consult gemiddeld tien minuten duurt, en mensen niet meer dan 50% van het gesprek onthouden, dan snap je dat er ruimte moet komen voor andere manieren van communiceren tussen arts en patiënt. Die ruimte is er, want al 40% van de patiënten deelt zijn ervaringen op een of andere manier via internet" (2011, p. 266).

2.5 Online hulpverlening

Door deze trend zijn verschillende instellingen en instanties bezig met de mogelijkheden om online hulp te bieden op het gebied van geestelijke en fysieke zorg (E-hulp 2007: Nikken, 2007). Dit wordt online hulpverlening genoemd. Peter Nikken van het Nederlandse Jeugdinstituut (NJI) gebruikt de volgende definitie van online hulpverlening: "het bieden van informatie, advies of ondersteuning via internet op het gebied van zorg, welzijn of educatie in de vorm van preventie, behandeling of (na)zorg en gericht op het vergroten van de zelfredzaamheid van de cliënt, het verbeteren van de toegankelijkheid van de hulp en van

de toeleiding naar face-to-face hulp” (Nikken, 2007, p. 2). Online hulpverlening kan verschillen in vorm, doel en doelgroep. Een informatiewebsite heeft een veel lagere intensiteit dan een chatsessie met een hulpverlener. In dit onderzoek ligt de nadruk op jongeren en daarom zal ik me tot deze doelgroep beperken in de verdieping van dit onderwerp. Nikken noemt in zijn onderzoek een aantal voor- en nadelen van online hulpverlening. Het eerste voordeel is dat het een laagdrempelige manier is om hulp te zoeken. Voor jongeren is de stap om hulp te zoeken daardoor kleiner. Daarnaast kan hulp onafhankelijk van tijd en plaats geboden worden. De jongeren hoeven de deur niet meer uit en het is indien nodig 24 uur per dag beschikbaar. “Cliënten kunnen dus hulp krijgen op de tijden dat ze de hulp het hardst nodig hebben” (Nikken, 2007, p. 3). Een ander voordeel van online hulpverlening is de anonimiteit. Doordat er geen face-to-face contact is, is de drempel voor de cliënt lager om openlijk te vertellen (Nikken, 2007). Tot slot is het een groot voordeel dat onderdelen van hulpverlening geautomatiseerd worden. Kleine hulpvragen zijn makkelijker op te lossen, waardoor er meer tijd en geld gestopt kan worden in grote problemen. Ook is het mogelijk om verzamelde data op te slaan en te onderzoeken, wat ten goede kan komen aan de professionalisering van de online hulpverlening (Nikken, 2007). Ondanks de vele voordelen zitten er ook nadelen aan online hulpverlening. Een nadeel is dat de hulpverlener geen zicht heeft op het proces dat de jongere doormaakt en het risico tot afhaken is groot. Een ander nadeel is dat het moeilijk inschatten is hoe de jongere zich voelt, omdat er geen gebruik gemaakt kan worden van non-verbale communicatie, zoals gezichtsuitdrukkingen of stemgebruik. Wat ook nadelig kan werken is dat de hulpverlener geen zicht heeft op de hulp die de jongere precies krijgen. Het zou goed kunnen dat ze op meerdere sites actief zijn. “Door de anonimiteit en het ontbreken van fysiek contact is het bij online hulp dus moeilijker vast te stellen hoeveel cliënten werkelijk baat hebben van de interventie en precies van welke onderdelen van de geboden online hulp” (Nikken, 2007, p. 4). Uit onderzoek blijkt echter ook dat online hulpverlening vaak naast reguliere hulp wordt gebruikt door jongeren met depressieve klachten (Houston et al., 2002).

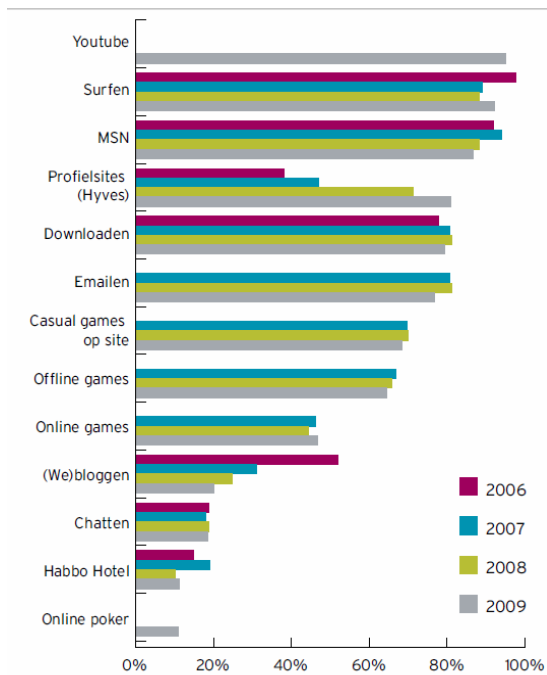
Het Trimbos Instituut heeft in samenwerking met verschillende organisaties drie online depressiepreventie-sites opgezet: Gripopjedip.nl, Boostyourmood.nl en Happyyles.nl. Vergelijkbare sites met andere oprichters zijn Hulpmix of Pratenonline.nl. Deze sites bieden jongeren de mogelijkheid om te lezen over de klachten en wat daar aan te doen is. Via de websites kunnen jongeren in contact komen met deskundigen via mail of chat en jongeren kunnen in contact komen met lotgenoten. De sites bieden vervolgens allemaal net wat anders. Zo is Grip op je dip gefocust op een online cursus die de jongeren kunnen volgen om te leren hoe ze weer grip kunnen krijgen op hun negatieve gevoelens (www.gripopjedip.nl). Pratenonline benadrukt het gebruik van chathulp, waarbij het anonieme karakter bijdraagt aan het oplossen van de problemen (www.pratenonline.nl), terwijl Hulpmix.nl juist gericht is op hulpverlening aan multiculturele jongeren (www.hulpmix.nl). Er is weinig informatie bekend over hoe vaak de sites worden geraadpleegd en hoe frequent de jongeren de sites bezoeken. Oijevaar (2008), huidig projectmanager van Mind your own life, heeft onderzocht dat de hulpsite Pratenonline door 950.000 jongeren is bezocht vanaf 2004. Het merendeel van de bezoekers zijn meiden (83%) en de meerderheid (64%) is jonger dan achttien jaar.

2.6 Social media in het jeugd domein

“De doelgroep is online! Nu de hulpverleners nog.” (Jeugdzorg 2.0)

Uit paragraaf 1.1 is gebleken dat bijna alle jongeren in Nederland gebruik maken van het internet. Voor veel verschillende doeleinden wordt het internet gebruikt. Uit figuur 2.2 is af te leiden dat de meeste jongeren op internet surfen en MSN'en. Wat de afgelopen jaren een grote ontwikkeling heeft doorgemaakt zijn de profielsites. Het zijn sites waar jongeren een profiel kunnen aanmaken, vrienden kunnen worden met andere gebruikers, waardoor online sociale netwerken ontstaan. In het onderzoek van IVO, “wetenschappelijk bureau voor onderzoek, expertise en advies op het gebied van leefwijzen, verslaving en

daaraan gerelateerde maatschappelijke ontwikkelingen” (zie figuur 2.2) worden online fora ook geschaard onder profielsites.



Figuur 2.2: percentage jongeren dat een bepaalde applicatie gebruikt (IVO factsheet, 2009, p. 4)

Er is slechts een beperkt aantal jeugdzorgorganisatie dat gebruik maakt van de online mogelijkheden. In het tijdschrift *Jeugd en Co*, een tijdschrift voor professionals in de jeugdsector, werd onlangs een artikel gewijd aan de mogelijkheden van social media in de jeugdzorg: “sociale media: potentiële goudmijn voor jeugdzorg” (*Jeugd en Co*, 8, 2010, p. 13-15). Een potentiële goudmijn volgens de schrijfster van dit artikel, Merel van Dorp, omdat de mogelijkheden enorm zijn. Contact opnemen met cliënten via MSN Messenger, een chatbericht, mail of sms, het is gemakkelijk en snel. Een face-to-face afspraak kost meer tijd, duurt langer en op het moment van de afspraak, is de urgentie al weer voorbij. Naast dat een veel goedkopere manier van hulpverlening is, is het volgens haar zelfs beter om sommige doelgroepen te helpen op deze manier, dan de oorspronkelijke manier van hulpverlening. “Een autist is in staat hele verhalen te vertellen via de mail, terwijl dit in reallife niet gelukt zou zijn” (*Jeugd en Co*, 8, 2010, p. 13-15). Dit sluit aan bij Albert Benschop, die uitlegt dat anonimiteit de drempel deels of zelfs volledig kan weghalen. Het is anoniem, laagdrempelig, snel en gemakkelijk. Daarnaast is de hulpverlening op deze manier zeer vraaggestuurd. Jongeren nemen contact op met de hulpverlener, wanneer zij daar behoefte aan hebben. Moet de hulpverlening dan vanaf nu volledig online gebeuren? Wim Coster, zelfstandig hulpverlener, (*Jeugd en Co*, 8, 2010, p. 13-15) is het er over eens dat het ook belangrijk is om een cliënt te zien. Wellicht via Skype met de webcam of nadat de eerste ‘laagdrempelige’ stap is gezet, kan een fysieke afspraak gemaakt worden. Naast het contact met cliënten zijn social media ook geschikt om online kennis te delen. Ook dit kan sneller dan voorheen, omdat het via via bij de mensen in het netwerk terecht komt.

Vanuit dit ‘nieuwe denken’ heeft Laurens Walling, adviseur bij adviesbureau Alares, de website en LinkedIn groep *Jeugdzorg 2.0* (www.jeugdzorg20.nl) gestart. Volgens Laurens Walling kan de jeugdzorg veel meer profiteren van de modernisering op het gebied van informatie- en communicatietechnologie. We moeten volgens hem op een andere manier naar jeugdzorg kijken, meer innovatief en meer gebruikmakend van nieuwe media. “De doelgroep is online”, dus moeten de hulpverleners zich gaan mengen in deze leefwereld

van de jongeren. Naast de hierboven genoemde voordelen, is het ook een manier om de kloof tussen de jongeren en de hulpverleners te verkleinen. De vertrouwensrelatie wordt volgens Laurens versterkt op deze manier, wat leidt tot betere betrokkenheid en betere zorg. Ook is het volgens hem niet nodig constant omwegen te maken om bij het doel te komen en bureaucratische rompslomp is slechts een vertraging van het proces. Ik ben het in bepaalde mate eens met deze denkwijze. Er is heel veel mogelijk, netwerken kunnen in korte tijd enorm groeien, steeds vaker kunnen social media het kennisdelingsproces versnellen en versterken en online hulpverlening is goedkoop en laagdrempelig.

Door Social Media Monitor Zorg is een onderzoek gedaan naar hoe de zorg- en welzijnssector gebruik kan maken van social media: "De grote hoeveelheid praktijkvoorbeelden toont in elk geval een rijkdom aan toepassingsmogelijkheden: twitterende huisartsen, een reuma-Hyve, bloggende psoriasispatiënten, een wervingscampagne voor donoren op Hyves (23.000 orgaandonoren erbij!), ggz-cliënten die via social media uit hun isolement komen, succesvolle wervingscampagnes voor personeel op de 'big 5' (Hyves, Facebook, Twitter, LinkedIn en YouTube), cliëntervaringen in beeld op YouTube, zonbeschermingsadvies van KWF-kankerbestrijding via Twitter. Deze voorbeelden illustreren dat social media instrumenten zijn die een organisatie op tal van manieren kan inzetten om te interacteren met specifieke doelgroepen" (Social Media Monitor Zorg, 2011). Toch is het de vraag of social media altijd toepasbaar en uitvoerbaar is. Het jeugdzorg2.0-denken is vaak gebaseerd op succesverhalen, maar ik denk dat er ook kritisch gekeken moet worden naar in hoeverre we social media kunnen integreren in de zorg. Uit het onderzoek van Social Media Monitor Zorg blijkt ook dat er veel gebruik wordt gemaakt van social media, maar dat een groot deel van de organisaties en instellingen geen idee heeft hoe social media precies gehanteerd moeten worden (Social Media Monitor Zorg, 2011, p. 3). Het is belangrijk om te weten waar de doelgroep zich bevindt en wat je er mee wilt bereiken. Onderzoek heeft aangetoond dat jongeren steeds meer de behoefte krijgen om zich te informeren via internet en dat twee op de drie jongeren in Nederland online hulpverlening zouden overwegen als zich een probleem zou voor doen (Riper et al., 2007).

2.7 Gebruik van social media door jongeren met een depressie

Het internet maakt het ook mogelijk om gericht te werk te gaan naar de doelgroep toe. Jongeren sluiten zich aan bij bepaalde sites uit interesse, dus de hulpverlener weet precies waar de jongeren mee kampen. Mijn onderzoek richt zich op jongeren met een depressie. In de eerste fase van het empirische onderzoek ga ik aan de hand van een zoektocht op het web achterhalen waar de meeste jongeren online hun problemen delen. Dit kunnen dus sociale netwerksites zijn, zoals Hyves of Facebook, maar wellicht is dat juist niet de plek voor het uiten van problemen. Ik kan mee voorstellen dat jongeren moeilijke problemen liever niet delen met hun eigen vrienden, maar juist op een anoniem forum. Volgens internet socioloog Albert Benschop kan het delen van rouw en verdriet effectief werken via social media, wat wordt beschreven in een voorpagina artikel over 'tranen delen op Twitter' (Benschop, 2011). "Vooral via online accounts die anoniem zijn, durven mensen zich kwetsbaar op te stellen". Ze bezoeken bijvoorbeeld een forum, zoals Pratenonline.nl of Hulpmix.nl en komen via deze sites in contact met andere jongeren. Ook is het mogelijk om te chatten met hulpverleners of gewoon te spuien wat de jongeren op hun hart hebben. "Denk maar eens aan de gesprekken die kunnen ontstaan in een treincoupé. Anonimiteit maakt dat mensen zich opeens heel openhartig op durven stellen" (Benschop, 2011).

De problemen die zich voor doen bij jongeren met een depressie is dat ze te lang rondlopen met hun problemen zonder hulp te zoeken. Volgens het Trimbos Instituut heeft dat een aantal oorzaken: jongeren willen hun problemen zelf oplossen, het probleem wordt ontkend of onderschat, ze hebben moeite om over persoonlijke problemen te praten, er is sprake van schaamte, er is gebrek aan vertrouwen in de hulpverlening, er is angst voor stigmatisering en psychische problemen worden bij jongeren vaak niet

herkend door de huisarts. Deze redenen zijn een barrière om hulp te zoeken (Vanheusden, 2008 en Zwaanswijk, 2005; Onrust, 2010). Uit een presentatie van Simone Onrust van Trimbos Instituut Utrecht voor het 27^e Symposium Gezinsonderzoek (2010) is een aantal conclusies gekomen met betrekking tot depressiepreventie via social media:

- Bijna alle jongeren maken veelvuldig gebruik van internet.
- Internet biedt een goede mogelijkheid om informatie en hulp te bieden bij psychische problemen.
- Om jongeren met psychische problemen te bereiken, is het belangrijk aan te sluiten bij hun belevingswereld.
- Jongeren zijn niet allemaal hetzelfde, willen niet op dezelfde manier aangesproken worden (ook als ze één ding gemeen hebben, bijv. dat ze depressieve klachten hebben).
- Voor jongeren met depressieve klachten zijn meerdere interventies gewenst: toon van het gesprek, inhoud, vormgeving, duur en aanbiedingsvorm
- Online en face-to-face interventies

(Onrust, Trimbos Instituut Utrecht, 2010)

Door dergelijke onderzoeken zijn er voor depressieve jongeren initiatieven ontstaan voor online hulpverlening. Uit onderzoek van het Trimbos Instituut Utrecht (2010) blijkt namelijk dat heel jongeren last hebben van depressieve klachten (zie paragraaf 1.1). Prins (2008) heeft onderzocht dat depressieve jongeren vaker gebruik van internet dan jongeren zonder depressie. De reden daarvoor zou kunnen zijn dat er sprake is van sociaal isolement. Uit onderzoek van Ursem (2010) blijkt dat er gebruik wordt gemaakt van online hulpsites om in contact te komen met lotgenoten. Depressieve jongeren zouden minder makkelijk sociale contacten leggen en onderhouden en via internet biedt dit daarom een uitkomst. Na mijn zoektocht op het web naar de plekken waar depressieve jongeren hun verhalen en ervaringen delen, kwam ik op de volgende sites terecht: www.gripopjedip.nl, www.pratenlonline.nl en www.e-hulp.nl. Op de grotere profielsites zoals Hyves en Facebook waren wel sites of groepen te vinden voor depressieve jongeren, maar deze waren niet (meer) actief. Voor een onderzoek van ITJ naar depressieve jongeren, kan dus gesteld worden dat de doelgroep veel gebruik maakt van social media en dus zou dat een eerste kans kunnen zijn voor de inzet van social media om inzicht te krijgen in de depressieproblematiek.

2.8 Deelconclusie 1

Aan de hand van dit hoofdstuk kan antwoord worden gegeven op de eerste onderzoeksvraag (bestaande uit vraag 1a en 1b):

1. *a. Wat zijn de karakteristieken van social media in het publieke domein volgens wetenschappelijke literatuur?*

Om te begrijpen wat social media zijn, is het nodig om te kijken naar de ontwikkeling die dit begrip teweeg heeft gebracht. Eind twintigste eeuw is er sprake van een informatierevolutie, waarbij de ontwikkeling in informatie- en kennistechnologie snel is gegaan (Van Dijk, De Haan & Rijken, 2000). Na flink wat kritiek en angst vanuit de Nederlandse burgers, bleek uiteindelijk in 1995 93% van de Nederlanders over een computer met internet te beschikken en bleek het belang van internet in de informatievoorziening te zijn toegenomen (CBS, 2009). Het web werd steeds interactiever en gebruikers kregen steeds meer de mogelijkheid om zelf het web te bepalen. Dit werd het Web 2.0 genoemd: "Web 2.0 is a collection of open-

source, interactive and user-controlled online applications expanding the experiences, knowledge and market power of the users as participants in business and social processes. Web 2.0 applications support the creation of informal users' networks facilitating the flow of ideas and knowledge by allowing the efficient generation, dissemination, sharing and editing/refining of informational content" (Constantinides en Fountain, 2008, p. 232). Daarop aansluitend is het sociale karakter een centrale drijfkracht en is het web te beschouwen als een platform en software als service (Keymolen, van den Berg, Prins en Frissen, 2010, p. 16).

Vervolgens heb ik, in combinatie met bestaande definities, een definitie gevormd van social media. "Social media zijn internetapplicaties die gebruik maken van de technologie van Web 2.0 en de creatieve uitwisseling van User Generated Content. Dat vormt een communicatie- en interactiekanaal, waarbij sociale contacten worden gelegd, waar informatie en ervaringen worden gedeeld, waar meningen kunnen worden gegeven, waardoor een netwerk gevormd wordt".

De karakteristieken die social media moeten bevatten volgens de literatuur zijn samengevat in twaalf kenmerken: (1) het sociale aspect speelt een grote rol; (2) openheid/transparantie; (3) informatie- en communicatietechnisch middel; (4) User Generated Content, dus de gebruiker bepaalt zijn eigen content (inhoudelijke bijdrage); (5) subjectief ('the wisdom of the crowds'); (6) realtime en actueel; (7) persoonlijk en publiek; (8) alle gebruikers kunnen de content van andere of van zichzelf waarderen, evalueren en ordenen; (9) kernelement is kennisdeling; (10) er is sprake van een hoge mate van interactie door en tussen gebruikers; (11) de aanwezigheid van *social presence (persoonlijk)* en (12) *the concept of self-presentation (zelfpresentatie)* (Kaplan en Haenlein, 2009, p. 62).

1. b. *Welke mogelijkheden bestaan er volgens wetenschappelijke literatuur voor organisaties in het publieke domein die social media willen inzetten om inzicht te krijgen in hun doelgroepen?*

In het private domein worden social media heel veel gebruikt, maar in het publieke domein wordt er volgens verschillende onderzoekers nog te weinig gebruik van gemaakt. Allereerst is het belangrijk om te beseffen dat er een aantal veranderingen gaande is. De eerste verandering is de relaties tussen overheid en burger en de rollen die ingenomen worden. Een tweede verandering is dat er een ontwikkeling te zien is naar een *user generated state*, dus een grotere mate van betrokkenheid en bijdrage van de burger.

De overheid kan volgens Keymolen et al. (2010) op verschillende manieren gebruik maken van social media. Initiatieven van de burgers zijn zeer waardevol. De overheid kan aanhaken op deze initiatieven door haar eigen ideeën hierin te verweven. Tot slot kan de overheid ook met eigen initiatieven komen door social media in te zetten in haar dienstverlening, bijvoorbeeld de vele politici die gebruik maken van Twitter.

De onderdelen waarin verandering gaande is en waar burgers een andere rol aannemen, zijn agendering van beleid, uitvoering van beleid, handhaving van beleid en toezicht op beleid. De agendering van beleid kan worden beïnvloed door burgers, omdat zij zelf met ideeën komen. Deze ideeën worden via sociale netwerken, platforms, websites of fora verspreid. Via social media is dit steeds gemakkelijker en toegankelijker geworden. De kennis en creativiteit zouden veel voor de overheid kunnen betekenen. Een risico waar rekening mee gehouden dient te worden, is dat er geen klaagcultuur moet ontstaan en een daardoor defensieve houding van de overheid. Bij de uitvoering van beleid is de burger ook steeds actiever aan het deelnemen. Ondanks dat de overheid als dienstverlener op blijft treden en de burger als klant, is er toch sprake van een verschuiving in taken. Steeds vaker worden social media ingezet om een overheidsdienst over te nemen. Op deze manier kunnen diensten worden gedeeld of worden uitbesteed. Over de handhaving van beleid is meer discussie gaande. Er is een groep die speculeert dat juist de handhaving van beleid een taak van de overheid is en niet van de burgers, maar toch blijkt dat burgers deze

taak ook vaak op zich nemen. Wel moet er een goede afweging worden gemaakt in het beschermen van de privacy en het waarborgen van de veiligheid. Social media hebben ook invloed op het toezicht op beleid. De overheid en haar instellingen wordt van vele kanten in de gaten gehouden door burgers. Vaak worden overheidsinstellingen vergeleken, zoals scholen of ziekenhuizen. Dergelijke onderzoeken en meningen of ervaringen van burgers hebben invloed op de keuze van andere burgers en zijn daarom een belangrijk aspect van toezicht. Door social media zijn deze onderzoeken en publicaties meer transparant en voor iedereen toegankelijk. Een risico hiervan is, is dat de controle te veel bij de burgers komt te liggen en daardoor kunnen betrokken partijen soms onder druk worden gezet.

Ook is er een verandering gaande in de rol tussen overheid en zorginstellingen en tussen patiënt en arts. Patiënten worden mondiger, organiseren een eigen community, waarin kennis wordt gedeeld en ervaringen worden uitgewisseld. Door Van den Hoff genoemde zorg 3.0 is een nieuwe manier van kijken naar zorg, op een meer bedrijfsmatige manier. Er moet meer gebruik worden gemaakt van de technologieën van het web en er moet meer gebruik gemaakt worden van de beschikbare kennis van zowel specialisten als de ervaringen van patiënten.

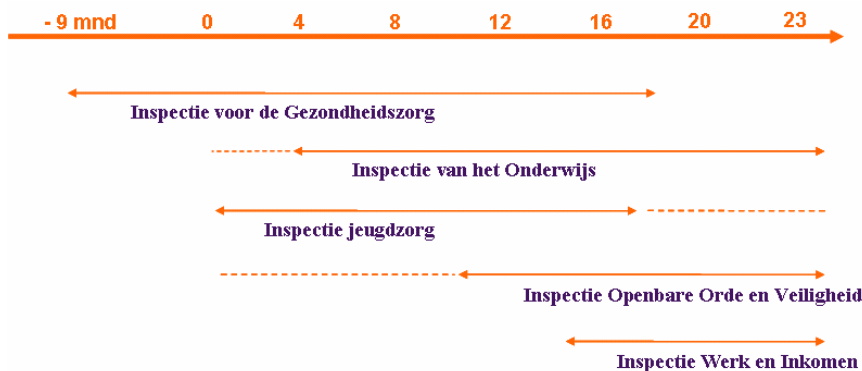
Door de digitalisering is er sprake van een groter aanbod aan digitale platforms, online hulpverleningssites en discussiefora. Er is veel discussie over de voor- en nadelen van online hulpverlening. Een groot voordeel is de laagdrempeligheid en anonimiteit. Jongeren met een depressie kunnen op verschillende sites terecht voor informatie, chats met professionals of met lotgenoten onderling. Het is gebleken dat depressieve jongeren veel gebruik maken van social media, dus daaruit kan worden geconstateerd dat het voor ITJ gunstig kan zijn om social media in te zetten om informatie van jongeren te krijgen over de depressieproblematiek.

Hoofdstuk 3 Integraal Toezicht Jeugdzaken (ITJ)

In dit hoofdstuk zal ik in gaan op de organisatie Integraal Toezicht Jeugdzaken. In de eerste paragraaf wordt de organisatie beschreven en het samenwerkingsverband als kracht van de organisatie. In paragraaf 3.2 wordt het onderzoek van ITJ behandeld, waarna in paragraaf 3.3 het belang van jongerenparticipatie worden besproken.

3.1 De organisatie ITJ¹

Integraal Toezicht Jeugdzaken (www.jeugdinspecties.nl) is een samenwerkingsverband van vijf rijksinspecties, die taken hebben op het gebied van jeugd. De vijf rijksinspecties die binnen ITJ samenwerken zijn: Inspectie voor de Gezondheidszorg, Inspectie van het Onderwijs, Inspectie Jeugdzorg, Inspectie Openbare Orde en Veiligheid en Inspectie Werk en Inkomen. ITJ doet in samenwerking met deze inspecties onderzoek naar problemen van en door jongeren. "In de werkwijze van ITJ staat het belang van het kind centraal"². ITJ richt zich op maatschappelijke problemen rondom kinderen. Voorbeelden van deze problemen zijn onder andere kindermishandeling, jeugdcriminaliteit, kinderen in armoede, vroegtijdig schoolverlaters en alcohol onder jongeren. Samenwerking van alle betrokken inspecties is volgens ITJ dé manier om jongeren goede hulp te bieden. ITJ ziet op deze manier meer dan de afzonderlijke inspecties. Figuur 3.1 illustreert de afzonderlijke inspecties en de wijidte van hun bereik.



Figuur 3.1: Programmatische samenwerking (Verdonk, 2010)

Hierdoor kan ITJ een optimale bijdrage leveren om het gemeenschappelijke doel, het voorkomen en/of oplossen van maatschappelijke problemen rondom jongeren, te bereiken. De verantwoordelijke staatssecretaris is Marlies Veldhuijzen van Zanten-Hyllner, de staatssecretaris van Volksgezondheid, Welzijn en Sport. ITJ is geen zelfstandige organisatie en is sinds 2008 organisatorisch onder gebracht bij de Inspectie Jeugdzorg. ITJ is nauw verbonden met de Centra voor Jeugd en Gezin (CJG's), waarbij de nadruk ligt op de interne samenwerking van de CJG's, maar ook de samenwerking van het CJG met andere instanties voor jeugd die niet in het centrum aanwezig zijn. ITJ onderzoekt de kwaliteit van de samenwerking van de partners die in en om het CJG betrokken zijn om bepaalde resultaten voor jongeren te bereiken. "Een Centrum voor Jeugd en Gezin bundelt de lokale functies en taken op het gebied

¹ <http://www.jeugdinspecties.nl/organisatie/organisatie/>

² <http://www.jeugdinspecties.nl/organisatie/organisatie/>

van gezondheid, opgroeien en opvoeden”³. Het biedt mogelijkheden voor ouders en jongeren die op een laagdrempelige manier terecht kunnen met vragen rondom jeugdzorg, zodat de huidige opvoed- en opgroei-ondersteuning worden verbonden, verbeterd en versterkt. Naast laagdrempelig moeten de CJG's ook herkenbaar en dichtbij huis zijn. Het is een centrum op gemeentelijk niveau in Nederland. De eerste centra zijn tot stand gekomen in 2008 en het doel is om dit jaar minimaal één centrum per gemeente te openen. De centra geven verschillende vormen van begeleiding, hulp en voorlichting, welke gecombineerd worden met het samenwerkingsverband met de jeugdzorg en de consultatiebureaus.

3.2 De fases van ITJ-onderzoeken⁴

Wat belangrijk is in de onderzoeken van ITJ is de kwaliteit van samenwerking tussen organisaties en voorzieningen. ITJ ziet samenwerking als belangrijk element om te komen tot goede resultaten voor kinderen. Vaak kan een goede samenwerking leiden tot een betere aanpak van het probleem. In de programmering wordt een specifiek probleem geselecteerd. In de oriëntatiefase van het onderzoek vindt een verdieping plaats gericht op het geselecteerde probleem. Vervolgens wordt een selectie gemaakt van de onderzoeksgemeente, bijvoorbeeld een gemeente waar het probleem groot is en waar de risico's voor jongeren hoog zijn om in aanraking te komen met dit probleem. De onderzoeken van ITJ worden gestart met het onderzoek naar de harde feiten, zoals het aantal jongeren dat met het probleem te maken heeft, de eventueel ondernomen acties van gemeenten en voorzieningen op die plek, het beleid dat gevoerd wordt, welke voorzieningen en instanties zijn bij het oplossen van het probleem betrokken en wat is er al bekend van deze voorzieningen?

In de gemeenten waar ITJ het onderzoek uitvoert, wordt gekeken naar de aanpak de gemeente op dat moment heeft en welke resultaten dat oplevert voor de jongeren. Dan wordt gekeken naar hoe de samenwerking tussen voorzieningen verloopt en wat de resultaten daarvan zijn voor jongeren. Slechte samenwerking leidt er immers toe dat er geen optimale resultaten bereikt kunnen worden voor de jongeren. Er wordt door ITJ zowel kwalitatief als kwantitatief onderzoek gedaan, waarbij van verschillende methoden en technieken gebruik wordt gemaakt in de onderzoeken. ITJ hecht veel waarde aan het oordeel en de mening van jongeren. Daarnaast vindt ITJ het belangrijk dat gemeenten jongeren betrekken. Jongeren zijn immers 'ervaringsdeskundigen' als het om het betreffende probleem gaat.

De uitkomsten van het onderzoek worden vastgelegd in een nota van bevindingen. Deze nota bevat conclusies, aanbevelingen en een bestuurlijke boodschap, welke bestemd is voor de verantwoordelijke wethouder voor het lokaal jeugdbeleid. Op basis van de nota wordt een actieplan opgesteld door de gemeente met de maatregelen die getroffen moeten worden om de problematiek op korte en lange termijn op te lossen of te verminderen. Vervolgens volgt een eindpublicatie van het onderzoek met daarin een samenvatting van de nota van bevindingen, het actieplan van de gemeente en een reactie van ITJ daarop. Een inspecteur van ITJ is verantwoordelijke voor de monitoring van het uitvoeren van het actieplan.

Na het ongeveer twee jaar doorvoeren van de verbeteringen volgt de laatste fase. In de laatste fase wordt door de gemeente een zelfevaluatie uitgevoerd, waaruit de resultaten blijken van het actieplan. Hieruit moet blijken of de verbeteringen rondom de samenwerking van de verschillende voorzieningen en instanties hebben geleid tot het verbeteren van de resultaten voor de jongeren. ITJ verstuurt het gehele

³ <http://www.samenwerkenvoordejeugd.nl/nl/Projecten/Web-Paginas-Breed-Centrum-voor-Jeugd-en-Gezin/Wat-is-een-Centrum-voor-Jeugd-en-Gezin.html>

⁴ http://www.jeugdinspecties.nl//onderwerpen/Fases_onderzoeken/

rapport naar alle gemeenten in Nederland, omdat er vaak sprake is van overlap van de problematiek bij meerdere gemeenten. Er is dan ook sprake van een groter bereik van de resultaten, omdat ook andere gemeenten er van kunnen leren of hun voordeel mee kunnen doen. Ook wordt het rapport gestuurd naar de staatssecretaris van Volksgezondheid, Welzijn en Sport, zodat er ook op hoger niveau aandacht aan kan worden besteed.

Een voorbeeld is het recent verschenen onderzoek *Het kind van de rekening*, Hulp aan kinderen die in armoede leven (in maart 2011 verschenen). "Opgroeien in armoede heeft grote gevolgen voor de ontwikkeling van kinderen en belemmert hun mogelijkheden voor maatschappelijke participatie. Armoede gaat vaak samen met andere problemen in gezinnen. Financiële problemen zijn bijvoorbeeld gerelateerd aan opvoed-, gezondheids- en psychische problemen. Vanwege de meervoudigheid van de problemen, is het belangrijk dat organisaties uit verschillende sectoren samenhangende hulp bieden. De gevolgen van armoede voor de ontwikkeling van kinderen en de noodzaak tot samenhang in de hulp, zijn voor Integraal Toezicht Jeugdzaken (ITJ) aanleiding geweest om de hulp aan deze kinderen in vier gemeenten te onderzoeken"⁵.

3.3 Jongeren participatie⁶

"Integraal Toezicht Jeugdzaken vindt het belangrijk dat gemeenten jongeren betrekken bij de aanpak en preventie van problemen. Jongeren zijn, als ervaringsdeskundige, immers een belangrijke bron van informatie over wat er precies speelt rondom een probleem, wat hen had kunnen helpen, of wat juist niet. Ook wanneer ITJ een onderzoek uitvoert binnen een gemeente, is het perspectief van jongeren onmisbaar. Binnen een gemeente wordt samengewerkt om een probleem voor jongeren aan te pakken of te voorkomen, en waar kan je beter zien of die aanpak werkt dan bij de jongeren zelf."⁷

De participatie van jongeren bij de onderzoeken van ITJ heeft verschillende functies. De jongeren kunnen waardevolle informatie geven, die ITJ kan gebruiken in haar onderzoeken. Daarnaast kunnen jongeren zelf actief zijn in de onderzoeken door zelf interviews af te nemen bij andere jongeren. Dit kunnen jongeren zijn die in die niet zelf betrokken zijn bij het probleem, maar ook jongeren zijn die in de problematiek verkeren.

Volgens De Winter (1995) is participatie het proces waarin jeugdigen al doende leren om actief betrokken te zijn bij beslissingen ten aanzien van hun leefsituatie of leefomgeving. Daarnaast blijkt uit een pedagogisch onderzoek dat participatie een rol speelt in de ontwikkeling en de geestelijke ontwikkeling van het kind. "Kinderen en jongeren die thuis, in de buurt, op school of in de hulpverlening het gevoel meekrijgen dat ze serieus worden genomen, dat er naar ze geluisterd wordt en dat ze worden beschouwd als een belangrijk, verantwoordelijk lid van de gemeenschap, blijken zich in allerlei opzichten beter en gezonder te ontwikkelen dan leeftijdgenoten die deze sociale verbondenheid geheel of gedeeltelijk missen" (Blum & Rinehart, 1998; De Winter, 2000, p. 298). Andersom kan ook gesteld worden dat de kwaliteit van beleid en voorzieningen wordt verbeterd door de inbreng van jongeren (De Winter, 1995, p. 298).

⁵ http://www.jeugdinspecties.nl/actueel/?nw_id=70&searchYear=&searchMonth=

⁶ <http://www.jeugdinspecties.nl//onderwerpen/Jongerenparticipatie/>

⁷ <http://www.jeugdinspecties.nl//onderwerpen/Jongerenparticipatie/>

Hoofdstuk 4 Methode & technieken

In dit hoofdstuk wordt de methodologische verantwoording gepresenteerd. Eerst wordt een beeld geschetst van mijn onderzoekstrategie. De daar op volgende paragraaf is de toelichting met betrekking tot de respondenten van dit onderzoek en paragraaf 4.3 beschrijft de topic selectie van het onderwerp. In paragraaf 4.4 worden de verschillende onderzoekstechnieken beschreven. De betrouwbaarheid en validiteit van deze onderzoekstechnieken worden in paragraaf 4.5 doorgenomen. En dit hoofdstuk wordt afgesloten met een beschrijving van de data-analyse.

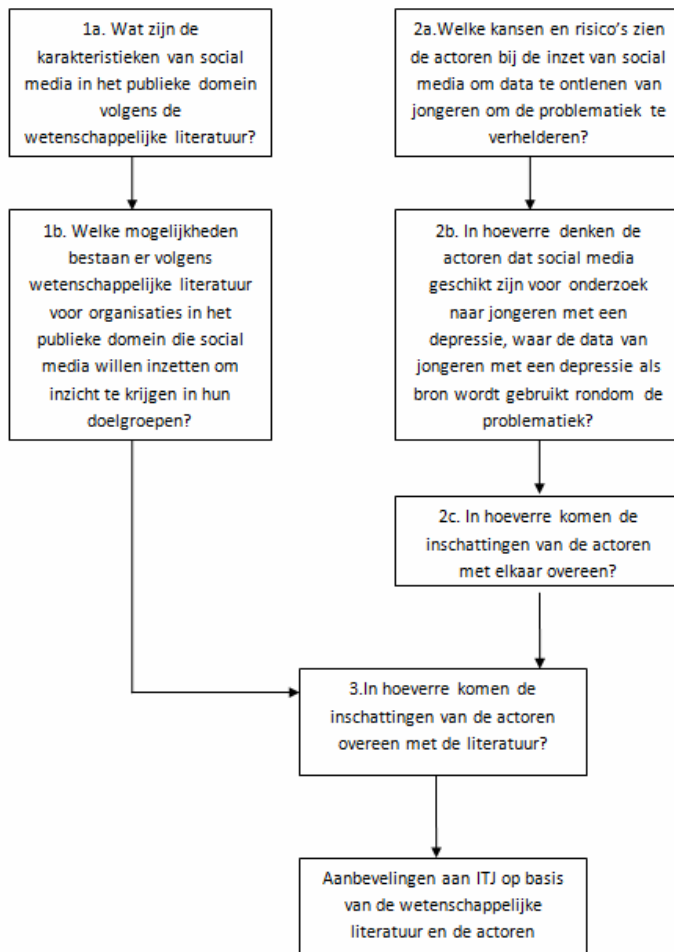
4.1 Onderzoeksstrategie

In de inleiding is beschreven hoe ik met ITJ tot dit onderzoek ben gekomen en welke keuzes ik heb gemaakt in het toespitsen van dit onderwerp. Ik heb een onderzoeksstrategie gekozen om te onderzoeken hoe ITJ door de inzet van social media informatie krijgt van jongeren, waarmee inzicht verkregen kan worden in de depressieproblematiek van jongeren.

Er zijn verschillende onderzoeksstrategieën gehanteerd om tot een compleet antwoord te komen van de onderzoeksvragen, te weten het beschrijven van de huidige situatie (zie hoofdstuk 2), het observeren van het gedrag van de doelgroep (zie paragraaf 2.6), het verklaren van de inzichten van actoren (zie hoofdstuk 5), het evalueren van de verklaarde inzichten (zie paragraaf 5.4) en deze tot slot samenvoegen met de eerder beschreven huidige situatie (zie hoofdstuk 6). Ik ben begonnen met een literatuuronderzoek ter oriëntatie en introductie op het onderwerp 'social media' en 'depressieve jongeren'. Deze fase van onderzoek is het beschrijven van de huidige situatie. Vervolgens ben ik gaan zoeken naar websites waar en of jongeren met een depressie online actief zijn. Ik heb gezocht naar (actieve) sites waar jongeren met een depressie hun verhalen en ervaringen delen met elkaar of met een hulpverlener. Hieruit volgt een selectie van mogelijk bruikbare sites voor ITJ. Na deze zoektocht zijn de onderzoeksvragen geformuleerd en de mogelijke onderzoeksmethoden om deze vragen te kunnen beantwoorden overwogen. Vervolgens ben ik de betrokken actoren gaan selecteren. Het doel was in kaart brengen van de huidige situatie, de verschillende inzichten van de betrokken actoren vergelijken met elkaar en met de wetenschappelijke literatuur. Het is een explorerend kwalitatief onderzoek. Explorerend, omdat in een verkennende eerste fase wordt gezocht naar gedragingen, ervaringen, interacties en processen. Kwalitatief, omdat ik op zoek ben naar een algemeen beeld van de betekenis die actoren geven aan hun sociale omgeving en hoe dat zich uit in hun handelen. *"In kwalitatief onderzoek richt de vraagstelling zich op onderwerpen die te maken hebben met de wijze waarop mensen betekenis geven aan hun sociale omgeving en hoe ze zich op basis daarvan gedragen. Er worden onderzoeksmethoden gebruikt die het mogelijk maken om het onderwerp vanuit het perspectief van de onderzochte mensen te leren kennen met het doel om het te beschrijven en waar mogelijk te verklaren."* (Boeije, 2005, p. 27). De grondvorm van dit onderzoek is te definiëren als een case-study, ook wel gevalstudie genoemd (Van Thiel, 2010). Volgens Yin (2003) wordt er gebruik gemaakt van een case-study als er sprake is van een 'waarom-' of een 'hoe'-vraag. Daarnaast is het geschikt om diep in te gaan op een specifiek geval, situatie of probleem. Tot slot gaat het bij een case-study om een reallife context. Van Thiel (2010) beschrijft dit als een actueel onderwerp dat zich in de samenleving voor doet. Zoals hierboven beschreven heb ik er voor gekozen om me te richten op jongeren met een depressie.

Er is gebruik gemaakt van een multi-actor perspectief. De inzichten van de betrokken actoren worden door middel van interviews en focusgroepen in kaart gebracht. De actoren zijn professionals die met (depressieve) jongeren werken, medewerkers van ITJ en jongeren. Er wordt aan de hand van een topiclijst nagegaan welke kansen en risico's de actoren zien. In hoofdstuk 5 wordt een analyse gemaakt van de inzichten van de actoren.. De resultaten worden op twee wijzen verkregen. De professionals zijn geïnterviewd en voor de inzichten van de medewerkers van ITJ en de jongeren is gebruik gemaakt van

focusgroepen. Aan de hand van deze twee onderzoekstechnieken hoop ik voldoende inzicht te krijgen om ITJ aanbevelingen te kunnen doen. De onderstaande tabel geeft schematisch weer hoe de onderzoeksvragen zich tot elkaar verhouden.



Tabel 4.1: schematische weergave van de onderzoeksvragen

4.2 Respondenten

Voor dit onderzoek worden drie actoren met elkaar vergeleken. De actoren zijn: (1) professionals die met (depressieve) jongeren werken, (2) medewerkers van ITJ en (3) niet-depressieve jongeren.

Onder professionals die met jongeren werken, ben ik op zoek gegaan naar kinder- en jeugdpsychologen, online hulpverleners gericht op depressie of algemene jeugdproblematiek en professionals in het onderwijs. Dit zijn de experts op het gebied van zorg in het jeugddomein, ze hebben inzicht in de problematiek en in de jongeren. Daarom heb ik besloten deze professionals te gebruiken. Ik heb tien interviews afgenomen met verschillende professionals, waaronder drie psychologen, twee professionals uit het onderwijs en vijf online hulpverleners. Deze keuze is gebaseerd op de helft online hulpverleners/medewerkers en de helft offline hulpverleners/medewerkers. Omdat ik een compleet beeld wil schetsen van de verschillende professionals, heb ik de scheiding tussen offline hulpverleners en online hulpverleners gemaakt. Een evenredige verhouding zorgt voor een betere afspiegeling van de inzichten, dan wanneer slechts een van deze twee groepen zou worden benaderd. De online hulpverleners zijn reeds

bezig met social media en zullen dus met een anders blik tegen deze inzet van social media aankijken, dan professionals die minder gebruik maken van of minder bekend zijn met de mogelijkheden van social media. De respondenten 1 tot en met 5 zijn geschaard onder de offline hulpverlener/medewerkers en de respondenten 6 tot en met 10 vallen onder de online hulpverlener/medewerkers.

De medewerkers van ITJ hebben ervaring met het doen van onderzoek in het jeugddomein, dus is het nuttig om naar hun ideeën te luisteren. Ook kunnen ze goed inschatten wat social media zouden kunnen betekenen voor ITJ. In de vorm van focusgroepen heb ik de medewerkers van ITJ met elkaar laten discussiëren over het onderwerp.

Tot slot heb ik focusgroepen gedaan met jongeren. Ik heb gekozen voor een groep niet-depressieve jongeren. Na de observaties op het web naar waar jongeren met een depressie zich bevinden, is het nuttig om een bredere populatie jongeren te bevragen over het gebruik van social media. Naast depressiviteit spelen er ook andere problemen onder jongeren. Door deze jongeren te gebruiken in de focusgroepen geeft dit inzicht in het gebruik van social media in het algemeen, naar hun idee van online hulpverlening en de ideeën die zij hebben op het gebied van anonimiteit en vertrouwen. Ik ben mij er van bewust dat dit andere resultaten oplevert dan een groepsdiscussie met jongeren met een depressie, maar de keuze om dit niet te doen is gebaseerd op het feit dat een groep depressieve jongeren moeilijk te benaderen is voor dit onderzoek. Ondanks dat geven deze focusgroepen dus een breder beeld van het gebruik van social media onder jongeren en hun inzichten wat betreft online hulpverlening. Ik heb een klas van zestien leerlingen van het Idcollege mogen gebruiken voor mijn onderzoek. De leeftijd was gemiddeld 16 jaar.

4.3 Topic selectie

De belangrijkste thema's die naar voren zijn gekomen uit de literatuurreview beschouw ik als leidraad voor het hele onderzoek. Deze topics zullen in de interviews en focusgroepen naar voren komen in de vorm van een topiclijst (zie bijlage 1 voor de uitgebreide topiclijst per actor) en zullen ook in de resultaten op deze manier worden gepresenteerd. Deze topics zijn:

- Digitalisering (zie paragraaf 2.1): Gebaseerd op de trend dat steeds meer mensen gebruik maken van internet en social media.
- Social media (zie paragraaf 2.2): Er zijn verschillende social media en verschillende functies van social media. Welke sociaal medium kunnen we inzetten bij welke strategie?
- Jeugddomein en social media (zie paragraaf 2.6): Veel jongeren maken gebruik van social media, ook als het gaat om problemen delen en kennis verkrijgen over problemen. Van welke social media maken jongeren het meest gebruik en waarom? En hoe kan de zorg daarop inspelen?
- Depressieve jongeren (zie paragraaf 2.7): Jongeren met een depressie maken gemiddeld veel gebruik van social media. Hoe en waarom kunnen we social media inzetten om inzicht te krijgen in hun problematiek?
- Kansen en risico's (zie paragraaf 2.3 en 2.7): Er zijn kansen en risico's te noemen voor de inzet van social media. Uit de literatuur zijn enkele voorbeelden gehaald, maar hoe zien de verschillende actoren deze kansen en risico's?
- Probleem afhankelijk (zie paragraaf 2.7): Depressieve jongeren maken gemiddeld veel gebruik van social media, maar kan ITJ social media ook inzetten om inzicht te krijgen in andere problematiek?

4.4 Onderzoekstechnieken

De verschillende onderzoeksstrategieën behoeven ook verschillende onderzoekstechnieken. In dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van het interview, waaronder face-to-face interviews, telefonische interviews en focusgroepen, observaties en een desk-research. Per onderzoeksstrategie worden één of meerdere onderzoekstechnieken toegepast.

Voor *het beschrijven van de huidige situatie* is een desk research gedaan. Volgens Van Thiel (2010, p.) kan een onderzoeksonderwerp goed beschreven worden aan de hand van bestaand materiaal en een gevalstudie. Het bestaande materiaal is de wetenschappelijke literatuur die bekend is over het onderwerp. Er is gebruik gemaakt van digitale publicaties, wetenschappelijke tijdschriften en boeken. De toespitsing op jongeren met een depressie is de casestudy in dit geval. Depressieve jongeren zijn de doelgroep van dit onderzoek en daarom is het nodig daar uitgebreid onderzoek naar te doen. In deze case heb ik me gericht op de informatie die bekend is over depressieve jongeren, hun surfgedrag op het internet, mogelijke hulpsites en online hulpverlening. Vervolgens is een zoektocht gedaan op internet om te achterhalen waar jongeren met een depressie online te vinden zijn.

Een volgende onderzoekstechniek is het interviewen van respondenten om de inzichten van deze actoren over het onderwerp te verklaren. *Het verklaren van de inzichten van actoren* is een belangrijk onderdeel in dit onderzoek. Deze inzichten worden op verschillende manieren verzameld. De professionals heb ik geïnterviewd en de medewerkers van ITJ en de jongeren heb ik ondervraagd in de vorm van focusgroepen. Het doel is de patronen en verbanden te vinden, om hier vervolgens uitspraken over te kunnen doen.

Het evalueren en samenvoegen van de verklaarde inzichten en de huidige situatie is de volgende en tevens laatste stap. De desk-research, de observaties en de resultaten uit de interviews en focusgroepen worden met elkaar vergeleken, zodat een compleet beeld kan worden geschetst van de meningen, inzichten en ideeën van de drie betrokken actoren.

In de volgende deelparagrafen worden de onderzoekstechnieken, interview en focusgroepen, verder toegelicht.

4.4.1 Interviews

Ik heb er voor gekozen om interviews af te nemen, omdat het een goede manier is om data te verzamelen over de attitudes, opinies, gevoelens, gedachten of kennis van respondenten (Baarda, 2001, p. 222), wat aansluit bij mijn doelstelling om een beeld te schetsen van de verschillende inzichten van de actoren. Het gaat om de betekenis die de actoren geven aan de kansen en risico's van social media, als het gaat om jongeren met een depressie. Ik heb semi-gestructureerde vragenlijsten afgenomen, wat inhoudt dat er sprake is van een structurering op basis van topics, maar de inhoud, formulering, volgorde van de vragen wordt voor een groot deel door de geïnterviewde bepaald. Door het interview semi-open te houden, krijgen de respondenten de kans te laten horen wat zij belangrijk achten. De topics zorgen er vervolgens voor dat er wel sprake is van een semi-structurele vorm van data verzamelen en een consistentie in de meetmethode. Het is dus nodig om de geselecteerde thema's aan bod te laten komen, zodat daar uitspraken over gedaan kunnen worden.

Ik heb tien interviews afgenomen met de professionals. Drie daarvan zijn telefonisch gegaan. De interviews heb ik opgenomen met een digitale voice recorder, zodat ik het achteraf terug kon luisteren. In de interviews heb ik getracht zo goed mogelijk naar de geïnterviewde te luisteren en door te vragen waar nodig, om op deze manier tot de kern te kunnen komen. Ik heb er voor gekozen om een samenvatting te maken van de belangrijkste informatie en belangrijke citaten te noteren. Bij het schrijven van de resultaten

heb ik soms een deel terug geluisterd ter verduidelijking van de context. In verband met de privacy van de respondenten zijn de namen of organisaties in de resultaten geanonimiseerd.

4.4.2 Focusgroepen

Focusgroepen zijn groepsinterviews, die gestructureerd worden aan de hand van aantal topics (Morgan, 1998). Hier zijn dezelfde topics gebruikt als bij de interviews met de professionals. Het doel is om een discussie op gang te brengen om begrip te krijgen van de betekenisgeving en overtuigingen van de participanten. Door interpretatie van deze betekenisgeving kan er uitspraak worden gedaan over de verschillen en overeenkomsten binnen de focusgroepen. Het is echter wel van belang goed te luisteren welke prioriteiten de participanten stellen, om op deze manier te bepalen wat belangrijk is voor het onderzoek.

Zowel met de medewerkers van ITJ als met jongeren zijn focusgroepen gebruikt. Van de medewerkers van ITJ heb ik twee groepen van vijf personen geselecteerd. ITJ heeft in totaal 22 medewerkers, dus de helft van alle medewerkers zijn betrokken in het onderzoek. De twee groepen heb ik zo divers mogelijk ingedeeld, uiteenlopend van inspecteurs tot ondersteunend personeel. Voor de inzichten van de jongeren heb ik een klas van 18 leerlingen van het Idcollege in drie groepen verdeeld. Er is een mix van jongens en meisjes gemaakt, zodat ook hier de diversiteit kan bijdragen aan een dynamische groepsdiscussie.

4.5 Validiteit en betrouwbaarheid

De validiteit en de betrouwbaarheid zijn twee belangrijke criteria voor kwalitatief onderzoek. In de deze paragraaf worden deze twee criteria beschreven.

“Validiteit wordt opgevat als de mate waarin de onderzoeker meet of verklaart wat hij wil meten of verklaren. Ofwel de afwezigheid van systematische fouten in het onderzoek. Ook wel geldigheid genoemd” (Boeije, 2005, p. 144). Validiteit kan op veel manieren worden bedreigd. De validiteit is onder te verdelen in interne- en externe validiteit. Het onderzoek is intern valide als er geen sprake is van systematische fouten. Systematische fouten kunnen invloed hebben op de causaliteit van het onderzoek ('t Hart, 2005).

In dit onderzoek is gebruik gemaakt van verschillende dataverzamelmethode, wat ook wel triangulatie wordt genoemd. Triangulatie wordt door Boeije (2005, p. 152) beschreven als: “Het vanuit verschillende invalshoeken, theoretisch en methodisch, benaderen van de probleemstelling met als voornaamste doel het vergroten van de validiteit van het onderzoek”. Het gebruik van wetenschappelijke literatuur, interviews en focusgroepen vergroot in dit onderzoek dus de validiteit. Er zijn drie actoren geïnterviewd. Door het multi-actor perspectief te hanteren wordt de validiteit ook vergroot, omdat er vanuit meerdere kanten naar het probleem wordt gekeken. Ook binnen de groepen is sprake van diversiteit in functie, leeftijd en geslacht. Het semi-gestructureerde karakter van de interviews dient ook ter vergroting van de validiteit. Op deze manier is er veel ruimte voor hetgeen de respondent kwijt wil en wordt dit niet verstoord door de interviewer. De topiclijst is gebruikt als leidraad, zodat wel alle vooraf gekozen topics aan bod zouden komen. Dit is een risico voor de validiteit, maar het vergroot daarentegen wel de betrouwbaarheid.

De externe validiteit heeft te maken met de generaliseerbaarheid van de resultaten in vergelijkbare situaties. Door het specifieke onderzoek is het lastig om te externe validiteit hoog te houden. Ook door het beperkt aantal respondenten is het moeilijk om te generaliseren. Wel is het mogelijk om de resultaten te gebruiken voor andere doelgroepen waar ITJ onderzoek naar gaat doen.

De focusgroepen zijn valide te noemen. Omdat er sprake is van een discussie in de groep is het gesprek erg dynamisch. Door de onderlinge interactie kunnen de belangrijkste onderwerpen worden uitgediept en kan worden ontdekt waar de prioriteit en de meeste nadruk op ligt (De Jong en Schellens, 1995, p. 106-111).

“De mate waarin de in een onderzoek gebruikte waarnemingsmethoden leiden tot gelijke uitkomsten wanneer het onderzoek opnieuw wordt uitgevoerd. Ofwel de afwezigheid van onsystematische of toevallige fouten” (Boeije, 2005, p. 144). Om de betrouwbaarheid te vergroten heb ik getracht de onderzoeksomstandigheden zo gelijk mogelijk te houden, zodat de omgeving geen rol zou kunnen spelen of verstoring zou kunnen optreden. Door de onderzoeksmethode uitvoerig te beschrijven en te bespreken met medeonderzoekers wordt ook de betrouwbaarheid vergroot. Daarnaast heb ik gebruik gemaakt van opname apparatuur om de interviews later te kunnen naluisteren. Wat betreft de focusgroepen is er sprake van betrouwbaarheid als er minimaal drie homogene onderzoeksgroepen zijn (Morgan, 1998). Dit is wel het geval bij de focusgroepen onder de jongeren, maar niet bij de focusgroepen met medewerkers van ITJ. Dit laatste zou de betrouwbaarheid kunnen verkleinen. Ondanks dat, is de helft van alle medewerkers betrokken in het onderzoek en is dat genoeg om daar conclusies uit te trekken.

4.6 Data-analyse

De interviews en focusgroepen zijn geanalyseerd aan de hand van codes. Coderen wordt door Boeije als volgt gedefinieerd: “Het onderscheiden van thema’s of categorieën in de onderzoeksgegevens en het handmatig of geautomatiseerd benoemen van deze thema’s en/of categorieën met een code (een naam of label)” (Boeije, 2005, p. 84). Data kan volgens haar gecodificeerd worden aan de hand van drie stappen. De eerste stap is het open coderen, waarbij belangrijke fragmenten worden gearceerd, waaruit een lijst codes (namen) ontstaat (Boeije, 2005, p. 85). Hieruit is de codeboom gevormd, welke in bijlage 2 te vinden is.

De volgende stap is het axiaal coderen met als doel samenhang tussen de codes aanbrengen (Boeije, 2005, p. 98). Het selectief coderen is het de laatste stap in het proces. Dit wordt door Boeije als volgt uitgelegd: “Het integreren van de categorieën en de onderzoeksdata door middel van het leggen van verbanden tussen de categorieën in het licht van de probleemstelling” (Boeije, 2005, p. 105).

De resultaten vormen uiteindelijk de beantwoording op onderzoeksvraag 2 en 3. Ter verduidelijking is in bijlage 3 een schematische weergave te vinden van de onderzoekstechnieken, onderzoeksmethoden en het type respondenten.

Hoofdstuk 5 De inzichten van de actoren

In dit hoofdstuk worden de resultaten uit de interviews met de professionals en de focusgroepen met de medewerkers van ITJ en de jongeren gepresenteerd en geanalyseerd. De resultaten zullen leiden tot het beantwoorden van onderzoeksvraag 2:

a. Welke kansen en risico's van social media zien professionals, de medewerkers van ITJ en jongeren bij de inzet van social media om informatie van jongeren te krijgen waarmee inzicht verkregen kan worden in de depressieproblematiek van jongeren?

b. In hoeverre komen de inschattingen van de betrokken actoren met elkaar overeen?

Eerst volgen de resultaten van de interviews met de eerste actor, de professionals. Vervolgens worden de focusgroepen met de medewerkers van ITJ (actor 2) uitgewerkt, waarna de focusgroepen met de niet-depressieve jongeren (actor 3) worden behandeld. Dit hoofdstuk wordt afgesloten met een deelconclusie en tevens beantwoording van onderzoeksvraag 2. De kansen en risico's die zijn genoemd door de actoren zijn samengevat terug te vinden in bijlage 4.

5.1 Interviews met professionals

Er zijn tien professionals geïnterviewd. De resultaten van deze interviews zijn in dit hoofdstuk per topic verwerkt en geanalyseerd.

5.1.1 Digitalisering

Alle respondenten heb ik gevraagd om hun mening te geven over de geconstateerde trend van de digitalisering van de maatschappij. Niemand heeft deze trend ontkend, maar er wordt wel op verschillende wijzen op gereageerd. Het algemene beeld van social media is positief. Bijna alle respondenten maken zelf gebruik van social media, vooral Facebook en LinkedIn is populair onder de respondenten. *"Instellingen gebruiken social media nu vaak als corporate middel voor hulpverleners onderling. Dat is prima, maar nu moeten we nog zoeken naar de mogelijkheden voor de jongeren zelf"* (respondent 3). De online hulpverleners doen, zoals verwacht, op werkgebied meer met social media dan de offline medewerkers. Waarom social media ingezet moet worden, is een vraag die velen beantwoorden in de trant van: *"Je kunt veel jongeren tegelijk bereiken", "Het is laagdrempelig", "De mogelijkheden zijn enorm"*.

Het merendeel van de respondenten vindt het ook nodig of nuttig om iets met social media te doen als het om jongeren gaat. De reden die meerdere malen daarvoor wordt gegeven, is de constatering dat veel jongeren online actief zijn. *"Ze zitten allemaal op MSN, allemaal op Hyves, waar niet eigenlijk"* (respondent 6). Dit sluit aan bij de statistieken over het gebruik van social media (IVO Factsheet, 2009). Ook wordt door een aantal respondenten benadrukt dat daar een groot deel van het dagelijks leven van de jongeren afspeelt. *"Het digitale leven is soms nog belangrijker dan de echte wereld"* (respondent 10). Zowel bij de offline hulpverleners als de online hulpverleners werd genoemd dat het een waardevolle bron kan zijn van informatie, aangezien het wordt geproduceerd door jongeren en wordt gebruikt door jongeren. Daarentegen was een deel van de offline medewerkers, vooral de psychologen, van mening dat er ook sprake is van hype. *"Alles is maar 2.0 en dat soort onzin, waarom eigenlijk, wat was er mis met 1.0?"* (respondent 8). Daarnaast vindt een aantal het gebruik van social media geen onzin, maar niet geschikt voor de zorgverlening. *"Het is helemaal niet meer zo'n taboe als vroeger om met een psycholoog te gaan praten, dat is nu veel toegankelijker volgens mij"* (respondent 6). Een ander terugkerend thema dat wordt genoemd, is dat social media en deze digitalisering ook nadelen met zich meebrengt voor jongeren. Pestgedrag via social media is daar een voorbeeld van. *"Soms gebeurt er in het dagelijks leven niets, maar*

worden ze via MSN ineens heel erg gepest" (respondent 6). Een ander aspect dat meerdere keren terug komt in de interviews is de sociale druk die jongeren kunnen ervaren.

5.1.2 Social media

Er is een scala aan verschillende social media. Als ik de respondenten vraag welk medium het meest geschikt is om jongeren te bereiken, begint iedereen met de grote namen: Hyves, Facebook en MSN. Voor dit onderzoek zijn jongeren met een depressie de doelgroep van wie informatie verkregen dient te worden. Om hen te bereiken heb ik gevraagd wat een goed medium zou kunnen zijn. De online hulpverleners komen voornamelijk met de voorbeelden van online fora of discussieplatforms, waar vooral het anonieme karakter één van de belangrijkste redenen is om als jongere daar gebruik van te maken. *"De drempel is laag en het is anoniem, dat is wat jongeren willen die zich schamen voor een probleem"* (respondent 8). Dit sluit aan bij de inzichten van internet socioloog Albert Benschop dat het delen van rouw en verdriet effectief kan werken via social media, omdat mensen zich kwetsbaarder op durven stellen (Benschop, Metro).

5.1.3 Jeugd domein en social media

Social media in de zorg binnen het jeugddomein is ook een veelbesproken onderwerp de laatste tijd. Het zijn voornamelijk de online hulpverleners die veel spreken van een online leefwereld, waar nuttig gebruik van kan worden gemaakt. *"Het is een aparte wereld, waar ze met hele andere dingen te maken hebben dan in hun gewone leventje"* (respondent 2). In de verschillende interviews komt naar voren dat de scheiding tussen de offline wereld en de online wereld groot is. Een aantal beweert vervolgens dat het nodig is om daar op in te spelen. Anderen vinden dat je de jongeren niet moet storen in 'hun' digitale omgeving, omdat er dan inbreuk wordt gemaakt in hun wereld. *"Als je bijvoorbeeld dingen doet op Hyves en Facebook, moet je zeker weten dat het niet bedreigend overkomt op de doelgroep"*. Daarop volgt dat ze op deze online leefwereld willen anticiperen in de vorm van hulpverlening. In hoofdstuk 6 wordt de vergelijking gemaakt met het artikel van Van Dorp, waar zij beweert dat social media een potentiële goudmijn is voor de jeugdzorg (Jeugd en Co. 8, 2010, p. 13-15).

Op de vraag of er sprake is van een online probleemwereld, waar jongeren hun problemen delen met elkaar of met hulpverleners, wordt door de meerderheid beaamd dat dit veel gebeurt. De online hulpverleners kunnen het aan eigen lijven ondervinden dat er veel jongeren hulp zoeken via het internet. De meerderheid van de offline hulpverleners zien ook het nut van social media binnen de probleemwereld van jongeren, maar zien ook het risico: *"Er is heel veel informatie te vinden over problemen, er zijn lotgenootjes die je als jongere kunt spreken. Dat kan helpen, maar het is soms ook een klagmuur van ellende en daar worden anderen weer in mee getrokken, wat een slechte uitwerking kan hebben op die kids"* (respondent 7).

Er is veel sprake van online hulpverlening (Nikken, 2007). Deze hulp wordt aangeboden voor een groot scala aan problematiek. Er zijn specifiek probleemgerichte sites, maar ook sites waar jongeren voor alle problemen terecht kunnen. *"Pratenonline is bedoeld voor jongeren die angstig of depressief zijn, maar vaak genoeg heb je er jongeren bij die met hele andere problemen kampen, die bijvoorbeeld met vragen komen van ik leef de hele dag op één appel, of ik word geslagen en ik weet niet wat ik er mee moet. Dan zijn ze natuurlijk ook welkom op de site en kunnen we ook deze jongeren hulp bieden"* (respondent 1). Volgens de online hulpverleners is het de manier om jongeren op een laagdrempelige manier te helpen. *"We bereiken daarmee de jongeren die echt heel graag anoniem willen blijven en bang zijn om aan ouders een verwijsbrief te vragen. Dus we bereiken ook de club die het misschien niet altijd makkelijk heeft thuis. De drempel is gewoon veel hoger als ze naar een huisarts moeten voor een verwijsbrief en daar moeten wachten voor een afspraak. Het besluit van stoppen is dan veel sneller gemaakt"* (respondent 1). Dit sluit

aan bij een onderzoek van Trimbos (Onrust, Trimbos Instituut Utrecht, 2010), waarin wordt geconcludeerd dat depressiepreventie via social media goed zou kunnen werken.

Een ander veel voorkomend voordeel van online hulpverlening is dat jongeren in een vroeg stadium geholpen kunnen worden. *“De kracht van online hulpverleningssites is in een vroeg stadium de jongeren hulp kunnen bieden, voordat het kwaad is geschiet”*(respondent 3). *“Jongeren zijn snel van het padje, maar ook snel weer op het padje”* (respondent 1). Dit laatste geeft aan dat soms een kleine interventie al kan helpen. Ook de meeste offline hulpverleners zien het nut van deze laagdrempelige manier van hulpverlening, maar ze zien ook het risico dat het probleem niet verholpen kan worden door een chat of skype gesprek. *“Misschien kan het helpen voor kleine probleempjes waar jongeren mee lopen, maar je hebt toch gewoon helemaal geen zicht op hoe het met die jongere gaat”*. Dit risico wordt ook genoemd door Peter Nikken van het Nederlandse Jeugdinstituut (NJI). *“Door de anonimiteit en het ontbreken van fysiek contact is het bij online hulp dus moeilijker vast te stellen hoeveel cliënten werkelijk baat hebben van de interventie en precies van welke onderdelen van de geboden online hulp”* (Nikken, 2007, p. 4). Het face-to-face aspect wordt door de offline hulpverleners als zeer waardevol ervaren. *“Je kunt aan een koppie al zo veel zien en ik wil een kind aan kunnen kijken en kunnen zien wat het met ‘m doet”*(respondent 6). Dit wordt door de online hulpverleners juist helemaal ontkracht: *“Het feit dat je iemand niet ziet, lijkt het wel of jongeren juist veel meer zeggen, dan wanneer ze de hulpverlener face-to-face zien, omdat die barrière weg is. Het is goed mogelijk dat je een kind in de chat spreekt die zegt ‘ik wordt morgen 18 en ik ga dan zelfmoord plegen’. Dat zou je niet eruit hebben gekregen bij een psycholoog in een eerste gesprek”* (respondent 2). Ook Nikken beaamt dit: *“doordat er geen face-to-face contact is, is de drempel voor de cliënt lager om openlijk te vertellen”*. Eén van de offline hulpverleners was zich niet bewust van het feit dat er veel jongeren op de manier hulp zoeken: *“Zijn er echt zo veel jongeren die die online hulpverleningssites bezoeken?”* (respondent 6).

Ondanks dat er veel online hulpverleningssites bestaan, is het nog erg in ontwikkeling en is het lastig om in te schatten hoe social media goed benut kunnen worden. *“Het is soms nog heel erg aftasten wat jongeren precies willen en verwachten. Daarnaast is elke jongere uniek en heeft elke jongere een andere aanpak nodig”* (respondent 3). Volgens een onderzoek door Social Media Monitor Zorg blijkt het inderdaad zo te zijn dat veel instellingen in de zorg- en welzijnssector vaak geen idee hebben hoe social media gehanteerd moeten worden (Social Media Monitor Zorg, 2011, p. 3).

5.1.4 Depressieve jongeren

Uit de interviews bleek dat depressieve jongeren veel op internet te vinden zijn en dat er sprake is van een online depressiewereld. Volgens het Trimbos Instituut is er een aantal oorzaken te noemen dat depressieve jongeren online hulp zoeken: jongeren willen hun problemen zelf oplossen, het probleem wordt ontkend of onderschat, ze hebben moeite om over persoonlijke problemen te praten, er is sprake van schaamte, er is gebrek aan vertrouwen in de hulpverlening, er is angst voor stigmatisering en psychische problemen worden bij jongeren vaak niet herkend door de huisarts (Vanheusden, 2008 en Zwaanswijk, 2005; Onrust, 2010). *“Ik denk dat depressieve jongeren heel veel steun aan elkaar hebben via websites en dergelijke, omdat ze naar hartenlust kunnen spuien over hun problemen, zonder dat er een ouder of een hulpverlener tussen zit die het beter weet of ze probeert op te peppen”* (respondent 4). Volgens één van de offline hulpverleners gaan depressieve jongeren echt niet online hulp zoeken. *“Het hangt natuurlijk ook heel erg af wat het probleem precies is of bijvoorbeeld hoe depressief een kind is, maar als je echt zwaar depressief bent, ga je ook niet op internet hulp zoeken, dan moet een ouder dat kind aan zijn haren meenemen naar een psycholoog”* (respondent 6).

Ondanks de verschillende meningen is gebleken dat dergelijke sites goed bezocht worden en dus een bron zouden kunnen vormen voor informatie rondom de problematiek. Zouden deze sites ook nuttig kunnen zijn om inzicht te krijgen in de leefwereld van depressieve jongeren? Een deel van de respondenten ziet daar niet helemaal het nut van in. *“Het zijn hele concrete dingen die jongeren op die sites zetten, is dat dan verhelderend voor een grootschalig onderzoek naar depressieve jongeren?”* (respondent 9). Anderen zien er wel wat in, omdat een forum of een openbare site een goed beeld kan geven van de thema's en problemen die spelen onder de jongeren.

Er zijn drie terugkerende risico's genoemd door de respondenten: de hulpvaardigheid van de jongeren, de betrouwbaarheid van de informatie en de waarde van informatie. Of jongeren via social media bereid zijn mee te werken in onderzoek, blijkt geen eenduidig antwoord te geven. De ene respondent is positief over de hulpvaardigheid van jongeren online. Door anderen wordt iets sceptischer gereageerd: *“We zijn voorzichtig met ze om de oren slaan met onderzoeken en enquêtes, maar we hebben wel allerlei data van zelftest, gemiddelde scores, statistieken en hele chatsessies beschikbaar”* (respondent 1).

De betrouwbaarheid is ook een punt van discussie. Iedereen heeft toegang tot de sites en dus kan ook iedereen daar berichten op plaatsen. De chats zijn wat dat betreft wel een stuk betrouwbaarder, omdat de jongere een test moet doen voorafgaande aan de chat. Ongeacht deze test blijft het natuurlijk de vraag wie de persoon is achter de computer. Soms worden schuilnamen gebruikt, andere leeftijden opgegeven of problemen worden aangedikt of anders beschreven dan de daadwerkelijke situatie is. Er zijn ook hulpverleners die liever helemaal niet meer willen dat de jongere zich moet registreren, zodat er nog beter hulp kan worden geboden op een laagdrempelige manier. *“We zijn altijd veel te veel met meten en weten, maar eigenlijk is dat veel te ouderwets. Je moet je ook registreren voordat je iets kan posten. Dat mag wel met Pietjepuk ofzo, maar toch. Registratie is eigenlijk veel te ouderwets. Zelfs die lage drempel is al te hoog. Je moet gewoon met je vraag terecht kunnen wanneer je dat wilt”* (respondent 3). De betrouwbaarheid van de informatie hoeft geen probleem op te leveren als het gaat om een eerste fase in onderzoek naar jongeren met een depressie. Bijvoorbeeld als desk research en eerste informatiebron rondom de problematiek zou het volgens de meerderheid van de respondenten een goede manier zijn om naast de gebruikelijke onderzoeksmethode een andere manier te gebruiken om aan deze informatie te komen. In dat geval is wat er online staat blijkbaar iets dat speelt onder de jongeren en kan er in een verder fase van het onderzoek dieper worden ingegaan op deze thema's.

Ook de waarde van informatie is iets om over na te denken. Als het niet betrouwbaar te noemen is, is het dan wel waardevolle informatie? De offline hulpverleners hebben daar weinig zicht op en vinden het moeilijk daar iets over te kunnen zeggen. Volgens de online hulpverleners wordt er voor het grootste deel serieus gepost op de sites. *“De jongeren zijn over het algemeen vaak serieus in hun vragen of opmerkingen. Tuurlijk heb je soms wat gegein er tussen zitten, maar daar prik je ook meteen door heen”* (respondent 2). Deze informatie is dus ook heel waardevol volgens hen, omdat je heel probleemgericht te werk kunt gaan. *“Je hoort zo vaak dat jongeren tegen elkaar zeggen wat ze dwars zit en dat ze dat niet kunnen, willen of durven zeggen tegen ouders of een psycholoog”* (respondent 4).

5.1.5 Onderzoek

De respondenten zijn niet enthousiast over het doen van onderzoek onder de depressieve jongeren. De jongeren zitten op dergelijke sites voor zichzelf, niet om instanties te helpen met onderzoek. Aan de andere kant heeft een aantal respondenten ook aangegeven dat dit soort onderzoeken uiteindelijk voor de jongeren zelf een verbetering zou kunnen opleveren. Vanuit dat oogpunt zou wel meegewerkt worden. Wat wel wordt benadrukt, is dat social media gaat om sociale interactie. Als er geen interactie plaatsvindt dan is social media geen geschikt medium. *“Sociale media vragen om interactie. Het klinkt heel logisch,*

maar je wilt niet weten hoe vaak mensen dat vergeten" (respondent 4). Dan is het de vraag of je via online fora met die jongeren in contact kan komen. Het is tenslotte een site voor die jongeren en juist het feit dat het een omgeving is voor jongeren maakt dat ze zich vrij voelen om te praten. Als daar ineens een onderzoeker tussen zit, zullen ze dat misschien niet waarderen. Ook de online hulpverleners zien hier dus haken en ogen. Het nut van online hulpverlening, die niet is genoemd door de geïnterviewde, maar wel is opgemerkt door Nikken (2007) dat hulpvragen sneller en gemakkelijker worden opgelost, waardoor er meer tijd en geld gestopt kan worden in grote problemen. Ook is het mogelijk om verzamelde data op te slaan en te onderzoeken, wat ten goede kan komen aan de professionalisering van de online hulpverlening (Nikken, 2007).

5.1.6 Probleemafhankelijk

Uit de interviews blijkt dat de inzet van social media afhankelijk is van het type probleem. De professionals kunnen zich voorstellen dat ook voor andere problematiek veel online gebeurt en daar dus informatie te behalen is. Volgens een respondent is het vooral nuttig om social media in te zetten als er weinig bekend is over het onderwerp. Op zo'n moment kan je de doelgroep die nodig is via social media benaderen en dan is er ook meer informatie te behalen. *"Een onderwerp als depressie is een vrij bekend probleem en er is heel veel informatie beschikbaar. Het is pas interessant als je echt de doelgroep nodig hebt om aan je informatie te komen"* (respondent 4).

5.2 Focusgroepen met medewerkers van ITJ

Uit de focusgroepen met de medewerkers van ITJ heb ik per topic de resultaten verwerkt en geanalyseerd. Omdat de medewerkers van ITJ dit onderwerp bespreken met het oog op mogelijk onderzoek, ligt daar de nadruk van het gesprek op.

5.2.1 Digitalisering

ITJ zit in de beginfase wat betreft het gebruik van social media. Veel medewerkers maken zelf wel gebruik van social media of geven aan dat hun kinderen gebruik maken van social media. Ook wordt benadrukt dat het goed is om in te spelen op deze digitalisering. *"We móeten het niet gebruiken, maar we moeten zeker naar de optie kijken om social media in te gaan zetten."* De reden dat ITJ vindt dat ze moeten gaan kijken naar de mogelijkheden van social media, is het feit dat veel jongeren er gebruik van maken. *"Jongeren zitten niet anders dan op social media. Bij ons gaat het om de jongeren, dus daar kan je ze bereiken"*. Daarnaast wordt ook direct benadrukt dat het toegankelijk en laagdrempelig is. In beide groepen wordt meerdere malen genoemd dat vooral het bereik van groot belang is. De eerste groep is over het algemeen iets positiever over de mogelijkheden van social media, terwijl de tweede groep ook veel nadelen noemt, zoals *"Het is veel te breed"*, *"Het is minder diepgaand dan interviews"* en *"Hoe betrouwbaar is je informatie?"*. In de volgende paragrafen wordt dit verder uitgewerkt.

5.2.2 Social media

Over de doelgroep zijn de medewerkers het allemaal eens, dat zijn de kinderen. *"We moeten niet óver jongeren praten, maar mét jongeren"*. Op de vraag welk medium het meest geschikt is om jongeren te bereiken worden, net zoals bij de professionals, eerst de grote namen genoemd, zoals Hyves, Facebook of Twitter. Daar stuur ik het gesprek een beetje, omdat ik gericht wil horen wat de mogelijkheden zijn als het gaat om jongeren met een depressie. Er ontstaat al snel een discussie over anonimiteit en dat deze wegvalt op het moment dat het gaat om profielsites, *"waar de jongeren met hun hele hebbe en houwe op staan"*. Zoals genoemd sluit dit aan bij de opvattingen van internetsocioloog Benschop. *"Vooral via online accounts die anoniem zijn, durven mensen zich kwetsbaar op te stellen. Anonimiteit maakt dat mensen zich opeens heel openhartig op durven stellen"* (Benschop). Beide groepen zijn het er over eens dat een dergelijke site

niet geschikt is om persoonlijke informatie vandaan te halen. Daarnaast is het bereik te klein, omdat het een social network site is, waar je dus een social network vormt met vrienden, maar niet met vreemden. *“Hoe ga je verschillende vormen inzetten en met welk doel wil je welke informatie ophalen. Dat zijn wel dingen waar je heel goed over na moet denken”*. Ook wordt betwijfeld of er genoeg reacties komen. *“Ik geloof ook niet in een boodschap op Hyves zetten en dan maar hopen dat iemand daar op gaat reageren”*. Het probleem is dat je deze jongeren wel passief kan benaderen via een advertentie, banner of stelling, maar dat je ten eerste niet weet of er genoeg mensen reageren, ten tweede is het onzeker welk soort mensen (jongeren of volwassenen?) reageren en ten derde is dit wellicht niet de specifieke doelgroep die je nodig hebt.

Een ander medium dat genoemd wordt, is een online forum. In beide groepen wordt er positief op gereageerd. *“Zo’n discussieforum waar depressieve jongeren komen en met elkaar chatten dat lijkt mee een ideale plek, want daar heb je je doelgroep. Die zit daar en daar kan je dan heel gericht mee praten”*. Ook gaat wordt besproken dat jongeren online eerlijker zijn dan in een face-to-face gesprek. *“Ik denk dat ze veel vrijer zijn onderling met elkaar over dingen die ze met elkaar bespreken, roepen, misschien ook wel impulsiever en dat levert andere soort informatie op”*. Ook hier blijkt de anonimiteit de belangrijkste factor te zijn. Er is discussie over hoe actief je op een dergelijk forum moet zijn als onderzoeker. *“Je zou ook passief allerlei fora kunnen volgen om te zien wat ze met elkaar delen. Dan hoeft je niet eens bekend te maken dat je daar dingen leest voor onderzoek. Ze delen het tenslotte voor iedereen”*. Er zitten natuurlijk ook nadelen aan het volgen van online fora. *“Ze kunnen alle kanten op met hun antwoorden”, “weten jongere kinderen ook hoe dat werkt?” en “Het is wel heel breed, en als wij dan dat allemaal moeten volgen van wat er gebeurt om daar iets uit te kunnen halen, dan lijkt het me erg omslachtig”*.

5.2.3 Jeugd domein en social media

In beide groepen wordt beaamd dat er sprake is van een online leefwereld. Zoals genoemd in paragraaf 5.2.1 maakt het merendeel van de jongeren volgens hen gebruik van diverse social media. Ondanks dat, zijn de respondenten minder bekend met de verschillende sites, waar jongeren problemen met elkaar bespreken, maar ze staan wel open om dit soort media meer te gebruiken. Ook wordt er over het algemeen minder positief gereageerd op de online hulpverlening. Dat komt waarschijnlijk deels voort uit onwetendheid over de mogelijkheden en de insteek van de medewerkers van ITJ. Het zijn voornamelijk inspecteurs en onderzoekers, die met een kritische blik naar de problematiek kijken.

5.2.4 Depressieve jongeren

Welk middel het meest geschikt zou kunnen zijn voor depressieve jongeren is geen makkelijke vraag. Er wordt geopperd dat we ook dat met de jongeren zelf moeten bespreken. *“Ik denk dat je daar over na moet denken met jongeren zelf. Die jongeren die social media echt dagelijks gebruiken kunnen jou het beste vertellen van ok misschien moet je wel zo en zo en op die manier vragen”*.

De hulpvaardigheid van depressieve jongeren wordt geschat als groot. *“Jongeren vinden het altijd wel leuk volgens mij om aan onderzoekjes mee te doen”*. Ondanks dat de jongeren kampen met een probleem wordt verwacht dat ze graag hun mening geven over de problemen die ze hebben.

De waarde van informatie is wel een punt van discussie. *“Je weet van de achtergrond van die jongeren natuurlijk weinig. Je weet vaak leeftijden niet, je weet niet waar iemand vandaan komt, soms hebben ze verschillende namen, en dan ben je ineens de dubbele aan het horen”*. Ook is het de vraag of ze helemaal eerlijk zijn in de berichten die worden gepost of de antwoorden die worden gegeven. *“Dat heb je toch niet in de hand”*. Het wordt vergeleken met de stemkastjes, waarmee wordt aangegeven dat jongeren heel eerlijk zijn. *“Ik had wel de indruk dat daar serieus mee om werd gegaan. Waarom zouden ze zeggen dat ze*

100 pilsjes drinken, terwijl ze er eigenlijk 10 doen. Volgens mij zijn ze daar heel eerlijk in". Ook de leeftijd zou hier een rol in kunnen spelen volgens de respondenten.

5.2.5 Onderzoek

ITJ maakt in hun onderzoek gebruik van verschillende onderzoeksmethoden en technieken. Vooral het gesprek aan gaan met het kind zelf is één van de belangrijkste aspecten in de onderzoeken van ITJ. *"We praten altijd maar met professionals, wat zij goed vinden en wat zij voor mogelijke oplossingen zien. Dat is ook altijd een van de bevindingen: de professionals hebben het altijd over jongeren, maar praten nooit zelf met de jongeren. En wij moeten dat ook niet doen, praten over jongeren, zonder dat we jongeren überhaupt zelf gesproken hebben. En daarop hebben we de juiste middelen nodig"*.

In de focusgroepen wordt onderscheid gemaakt in twee vormen van dataverzameling. De eerste is het oriënteren op het probleem door te volgen waar jongeren het onderling over hebben. De tweede is in een diepte-interview achterhalen wat er speelt bij een specifiek kind. In interviews (waarin de jongeren dus als respondent worden gebruikt) wordt de nadruk gelegd op de problematiek en op hoe de hulpverlening voor deze jongeren is. *"Over het algemeen vragen we aan jongeren hoe zij de problemen zien, hoe bijvoorbeeld de depressie zich manifesteert, welke vormen het aanneemt en welk hulpaanbod ze allemaal hebben en wat werkt en wat niet werkt. Wat voor hun nodig is of wat ze missen om te zorgen dat het beter gaat"*. Interviews werken daar goed voor volgens hen, omdat je goed kan achterhalen wat de onderliggende en diepere betekenis is voor het specifieke kind. De eerste vorm van dataverzameling kan volgens beide groepen ook veel informatie opleveren. *"Door social media in te zetten zou het voor ons meer mogelijkheden bieden om informatie van jongeren te halen. Voor detailinformatie blijft zo'n interview natuurlijk de insteek, want dat gaat echt om het kind. Maar je kan nu ook veel algemene dingen ophalen. Niet om dat specifieke kind zelf, maar meer de problematiek in zijn algemeenheid"*.

Wat vooral naar voren komt in de tweede focusgroep is het feit dat ITJ onderzoek doet in een specifieke gemeente. *"Mijn ervaring is dat gemeenten wel vaak willen weten hoe het dan binnen hun gemeente gaat. Bij depressiviteit zal het per gemeente misschien wel weinig verschillen, maar bijvoorbeeld voor armoede is dat een heel ander verhaal"*. De discussie die ontstaat, is dat er eigenlijk een gemeentegerichte doelgroep nodig is, maar dat het wellicht ook nuttig kan zijn om eerste een algemeen beeld te schetsen van het probleem door gebruik te maken van social media, waarmee je een groot deel van de Nederlandse jongeren kunt bereiken. *"Je zou daar wel de kernpunten uit kunnen halen, die je aan jongeren terug zou kunnen koppelen in die gemeente"*. Er wordt geconcludeerd in beide groepen dat social media ideaal kan werken in de vorm van desk research. *"Het is allemaal desk research. Je gebruikt natuurlijk ook wetenschappelijk onderzoeken. En dan kan je zeggen: dit is wat de officiële documenten er van zeggen en dit is wat de jongeren zelf zeggen en goh dat wijkt er toch wel vanaf. Of niet natuurlijk"*. Daarnaast wordt ook benoemd dat het nut kan hebben om 'out of the box' te denken door eerst naar de algemeenheid te kijken. *"Je moet misschien die richting een beetje loslaten. Niet van wat vinden jongeren van de hulpverlening in gemeente A, maar bijvoorbeeld wat verwachten depressieve jongeren in algemeenheid aan ondersteuning en dat zet je dan af in die ene gemeente"*.

Er wordt geopperd om eerste een algemene dataverzameling te doen ter oriëntatie op de problematiek via social media, zoals een online forum. De volgende stap zou dan kunnen zijn het benaderen van verschillende scholen in de betreffende gemeente en daar de diepte-interviews te doen, waarin de jongeren als respondent fungeren. Ook daar zou dan het anonieme karakter van social media gebruikt kunnen worden, door bijvoorbeeld de jongeren via een link door te sturen naar een vragenlijst of online jongeren panel. *"Via een middenvorm zou het misschien wel kunnen. Dus de jongeren wel benaderen via scholen, maar dan het anonieme gebruiken van de social media"*.

Door één van de respondenten wordt het als volgt samengevat: *“Social media zou je eigenlijk op twee manieren goed kunnen gebruiken. Eén om inderdaad veel meer ervaringen van die jongeren te achterhalen als je bezig bent met de probleemdefinitie, dus in de beginfase, om zelf meer te kunnen voelen, waar die jongeren nou tegenaan lopen. En dat helpt je de vragen die je later in een vragenlijst of enquête gebruikt te formuleren. Dus als een soort kennis dat je achter in je hoofd hebt. Als het helpt om, als je rapporteert of als je mensen wilt duidelijk maken waar die jongeren mee zitten, om het als quotes, als ervaringszaken te kunnen gebruiken. Ik denk dat dat een hele duidelijke aanvulling zou kunnen zijn op hoe we nu onderzoek doen”*.

De manier van onderzoeken blijkt normaal gesproken andersom tot stand te komen. *“Wat we nu doen, is dat we kijken naar de maatschappij, waar hebben mensen last van, welke problemen worden door jongeren veroorzaakt. Het is toch altijd geredeneerd vanuit ons denken over hoe een maatschappij moet functioneren. Terwijl nu tap je echt af, als dat kan, als dat lukt, bij die jongeren zelf, van waar heb jij last van. Misschien levert het hetzelfde beeld op, maar misschien komen er ook wel hele andere dingen uit”*. Dat is wat het zo waardevol maakt volgens de respondenten. *“Wie kan nu beter vertellen wat voor impact dat op hun heeft, dan die jongeren die met een depressie kampen”*.

Er worden ook haken en ogen genoemd waar rekening mee gehouden dient te worden, zoals de hoeveelheid informatie die je krijgt. Daarnaast is er ook een risico dat je de categorie jongeren die geen gebruik maakt van social media mist. Tot slot wordt ook de betrouwbaarheid van de informatie bediscussieerd. Voornamelijk het brede aanbod van informatie, wat kan leiden tot een ongestructureerde brei is een reden waar veel respondenten hun twijfels bij hebben. *“Je krijgt alleen wel alles door elkaar, al die data, daar is geen touw meer aan vast te knopen. Het is groen en rijp en soms vliegt het waarschijnlijk alle kanten op. Als je een interview houdt dan stel je concrete vragen en dan kan je de boel nog een beetje sturen”*. Daarnaast is ook iets dat speelt de tijd die je kwijt bent aan het zoeken en organiseren van de informatie. *“Weegt het op tegen de tijd die je er meer aan kwijt bent?”*.

Over de mogelijke inzet van social media wordt gesproken als aanvulling van het huidige systeem. *“Nu als we jongeren spreken is het best wel een select groepje. Terwijl social media geeft ook de kans om misschien iets minder diepgaand, maar wel veel meer jongeren te spreken en veel breder te kijken”*. Er wordt wel geconstateerd dat face-to-face interviews niet moeten verdwijnen. Wat genoemd wordt, is dat het belangrijk is om in je achterhoofd te houden met welk doel je de informatie verzamelt. *“Er is een verschil in kennisbeheer en het daadwerkelijke onderzoek doen. Je moet heel goed kijken naar wat voor informatie je wilt ophalen en waarom je iets gaat toepassen”*. Ook is het besef er dat het slechts een eerste fase is, waarin nog veel verder gegroeid kan worden. *“Het is natuurlijk ook een eerste kijkje in het gebruik van social media voor ons. En dan ook nog alleen gericht op jongeren als informatiebron. We hebben nog maar een klein stukje van alle mogelijkheden van social media. Dus we moeten daar straks mee verder en daar moeten we in door en blijven proberen. Maar we hebben wel alvast dat kleine stukje informatie dat we nog niet wisten”*.

5.2.6 Probleemafhankelijk

Ik heb de respondenten gevraagd of deze inzet van social media afhankelijk is voor het type probleem, waar onderzoek naar wordt gedaan door ITJ. In beide groepen werd duidelijk dat er van te voren goed onderzoek moet worden gedaan naar de doelgroep en of de inzet van social media kan bijdragen aan het onderzoek. Er werd een aantal punten genoemd waar rekening mee gehouden dient te worden. De leeftijd speelt een belangrijke rol. *“Je moet rekening houden met leeftijd, bijvoorbeeld kindermishandeling speelt bij hele jonge kindertjes, die hebben nog geen weet van een meldlijn ofzo”*. Daarnaast is ook het soort probleem afhankelijk van de mogelijkheden. *“Er is een onderzoek naar armoede gedaan. En daar was toch*

wel heel veel schroom om daar ook over te praten. Dus ik denk dat daarin social media wel makkelijk geweest zou zijn. Over dingen te praten waar echt schroom over is”.

5.3 Focusgroepen met jongeren

Uit de focusgroepen met de jongeren heb ik per topic de resultaten verwerkt en geanalyseerd. Omdat de jongeren minder zicht hebben op de inzet van social media voor de mogelijkheden voor onderzoek door ITJ, ligt daar minder de nadruk van het gesprek op. Ik heb de jongeren meer algemeen benaderd met betrekking tot social media. De jongeren is gevraagd wat zij via social media doen en wat niet. Ook is getracht te achterhalen of ze andere jongeren kennen die gebruik maken van social media, wanneer zich een probleem voor doet. Of dat ze zich kunnen indenken gebruik te maken van social media als ze bijvoorbeeld depressief zijn.

5.3.1 Digitalisering

Alle jongeren in de focusgroepen maken gebruik van social media. Vooral Facebook, Twitter en MSN zijn populair. *“Hyves heb ik niet meer hoor, dat is echt een beetje uit”*. Dat blijkt iedereen te beamen, want bijna niemand maakt nog actief gebruik van Hyves. *“Ik zit wel veel op Twitter, maar dat is wel afgeschermd, dus dat lezen alleen mijn vrienden”*. Bijna alle social media worden gebruikt voor het contact tussen vrienden onderling.

5.3.2 Social media

De jongeren besteden veel tijd aan het gebruik van social media. Hoeveel weten ze niet precies, maar wel is duidelijk dat het ook een groot deel van de dag in beslag neemt. *“Sowieso als je achter de computer huiswerk zit te maken, dan zet je ook Facebook aan enzo”*. Ze zijn het er ook over eens dat je veel jongeren kan bereiken met social media. *“Daar zitten toch ook alleen maar kinderen, mijn vader doet echt geen Facebook”*.

5.3.3 Jeugd domein en social media

Volgens de jongeren is er niet echt spraken van een online leefwereld. *“Het is toch gewoon hetzelfde, want je vrienden heb je ook in het echt”*. Ondanks dat noemen ze wel veel dingen die online anders zijn dan in de offline wereld. *“Zoals loverboys die foto’s op Hyves zoeken waar meisjes uitdagend op staan op foto’s, in het echt zou die misschien wel niet op je zijn afgestapt”*. Ik heb gevraagd of jongeren met een probleem hulp zoeken op internet. Daar wisten ze weinig over te zeggen in eerste instantie. *“Ik denk dat ze niet uit zichzelf andere mensen gaan zoeken op sites enzo”*. Wel werd geconstateerd dat er jongeren zijn die daar hun gevoelens uiten. *“Ja gewoon je gevoelens delen, want je maakt hetzelfde mee als wat anderen meemaken”*. Dat sommige jongeren daar wel en andere niets op zetten was overigens wel erg persoonsafhankelijk volgens de respondenten. *“Het moet wel bij je karakter passen. Ken ook iemand die depressief is en die heeft er echt geen behoefte aan om dat op internet te zetten en daar over te vertellen”*.

In alle drie de focusgroepen ontstaat een discussie over anoniem of face-to-face over gevoelens praten. *“Ze zullen zeker meer zeggen. Dat merk je ook met chatten dat mensen ook veel meer zeggen, bijvoorbeeld met seksuele handelingen dat je dan veel verder gaat dan je eigenlijk zou willen”*. Een ander meisje zegt zelf ook meer te zeggen op internet dan ze face-to-face zou doen. *“Uit eigen ervaring zeg ik wel veel meer via internet”*. Ook lijkt het de jongeren fijner om dingen via internet te zeggen, omdat er niet meteen een reactie komt. *“Ze zien geen reactie, maar dus ook geen oordeel van je doet het fout ofzo”*. Door de jongeren werd ook een link gemaakt naar een werksituatie. *“Voor mijn werk heb ik een keer iets moeten invullen over werktevredenheid, dus dan schrijf je wel veel eerder op wat je denkt dan wanneer het in een gesprek moet*

zeggen". Over online vragenlijsten werd gezegd: *"Bij die vragenlijsten vertel ik altijd hartstikke hard de waarheid, terwijl ik anders zou zeggen nee nee nee dat doe ik nooit"*.

Als ik uiteindelijk de link leg naar online hulpverlening kunnen de jongeren zich beter inleven in het idee dat ze niet met een dokter hoeven te praten, maar met een persoon achter de chat. *"Het is wel een stuk persoonlijker als je gewoon naast iemand zit, maar snap ook dat sommige dat eng vinden"*. *"Ik zou ook meer zeggen op de chat dan in het echt hoor"*. Ook zijn de meesten niet erg bekend met discussiefora of online hulpverleningssites. *"Die discussie dingen zijn niet zo bekend volgens mij"*. Ondanks dat kunnen ze zich wel inleven in probleemjongeren en dat ze misschien meer zeggen in een anonieme omgeving dan face-to-face. Ook dit verschilt weer per persoon. *"Ik ben een open boek, ik vertel altijd alles aan iedereen"*. De reactie daarop is: *"Je kan het ook aan de verkeerde vertellen en dan komt het misschien wel helemaal uit ofzo"*. Daar komt toch ook de anonimiteit en het schaamtegevoel weer even om de hoek kijken. Ze vinden het ook fijn dat je snel terecht kunt als je ergens mee zit. *"Als je naar de huisarts moet gaan dan zou je pas de volgende dag terecht kunnen dus dan denk je al weer van nou ja misschien valt het wel mee"*.

5.3.4 Depressieve jongeren

De respondenten zijn niet zo bekend met depressieve jongeren. Eén meisje vertelt over een vriend die depressief is en ze geeft aan dat hij niet snel iets over zijn depressie vertelt en al helemaal niet aan onbekenden. *"Je moet toch ook een beetje een vertrouwensband hebben opgebouwd voordat je alles zegt"*.

Als ik uitleg dat redelijk veel jongeren gebruik maken van online hulpverleningssites kunnen ze zich voorstellen dat deze jongeren ook wel zouden willen mee werken aan een onderzoek. *"Denk dat je best veel van die sites kan halen"*. Eén van de redenen die genoemd wordt is dat het daar makkelijker kan. *"Daar zitten allemaal mensen met iets gekks of een probleem, dus daar wil je dat dan misschien ook wel kwijt"*. En ook wordt de anonimiteit weer als belangrijkste reden genoemd, waarom jongeren hun verhaal doen. *"Je kan wel met een andere naam iets zeggen, dan weet niemand dat jij het bent"*. Of ze hulpvaardig zijn om mee te doen aan onderzoek weten ze niet zo goed. *"Denk dat ze het juist wel chill vinden om te merken dat ze naar je luisteren"* en dat wordt door de rest beaamd. Tot slot wordt ook gezegd dat het soms waardevol kan zijn om discussiefora te lezen, maar dat het ook soms niet helemaal de echte waarheid is. *"Soms is het wel handig om te kijken wat ze er allemaal opzetten, maar soms is het ook wel onzin"*. Ze vinden het over het algemeen een goed plan om jongeren te bereiken via social media. *"Ik vind het wel een heel goed alternatief dat je het via social media gaat proberen"*.

5.3.5 Onderzoek

Of social media geschikt zouden zijn om in te zetten voor de onderzoeken van ITJ, blijkt niet uit de gesprekken met de jongeren. Het is lastig uit te leggen wat ITJ precies doet en hoe dat voor hen in te denken is. Het enige dat op dit gebied van belang is, is dat er volgens de jongeren veel informatie op te halen is op specifieke sites. Daarnaast is het erg afhankelijk per persoon of ze mee willen doen aan een onderzoek. Belangrijk daarbij is de anonimiteit, maar ook het vertrouwen. *"Na een vertrouwensband zou je denk wel meer kunnen vragen of ze mee willen werken aan onderzoek"*. Er wordt op gewezen dat jongeren die niet meer ziek zijn, misschien daar wel wat over willen zeggen. *"Mensen die geholpen zijn door een psycholoog of iets, die willen misschien wel zeggen wat ze niet zo chill vonden en wat wel"*.

5.3.6 Probleemafhankelijk

Volgens de jongeren is de inzet van social media niet afhankelijk van het type probleem. *"Of je nou je been hebt gebroken of anorexia ofzo hebt, denk vaak dat als je je verhaal even kwijt kunt dat dat al oplucht"*. Door de respondenten wordt er in de rest van de gesprekken niet meer gesproken over het type probleem.

5.4 Deelconclusie 2

Aan de hand van dit hoofdstuk kan antwoord worden gegeven op de tweede onderzoeksvraag (bestaande uit vraag 2a en 2b):

2a. Welke kansen en risico's van social media zien professionals, de medewerkers van ITJ en jongeren bij de inzet van social media om informatie van jongeren te krijgen waarmee inzicht verkregen kan worden in de depressieproblematiek van jongeren?

Er is een multi-actor perspectief gehanteerd om deze vraag te beantwoorden, waaruit verschillende inzichten zijn verkregen. De professionals zien het nut in van het gebruik van social media om jeugdproblematiek te verhelderen, omdat social media een groot bereik hebben en dat jongeren veel gebruik maken van social media. De meerderheid van de professionals denkt dat depressieve jongeren veel gebruik maken van social media. Het is belangrijk om mee te nemen dat niet alle jongeren gebruik maken van social media, van een specifiek forum of medium. Daarmee mis je dus ook het deel depressieve jongeren, dat geen gebruik maakt van social media. Ook zijn de professionals het er over eens dat de kracht van social media ligt in de laagdrempeligheid en anonimiteit, omdat je snel en op elk moment je gevoelens of mening kunt delen. Internetsocioloog Benschop (2011) en Nikken (2007) noemen deze twee ook als belangrijkste kansen voor online hulpverlening. De anonimiteit zorgt voor een meer open sfeer, wat uiteindelijk kan leiden tot meer informatie, dan wanneer deze informatie face-to-face verkregen zou moeten worden. Een voordeel is dat er wellicht thema's aan bod komen, waar nooit eerder aan is gedacht. Deze blinde vlekken worden voorkomen, doordat de jongeren zelf aangeven wat zij belangrijk vinden in een bepaalde problematiek. Volgens de offline hulpverleners zijn online fora een goede manier om informatie te verzamelen. Daarnaast zou het ook een optie zijn om online met een gerichte doelgroep een panel op te richten, waarin op een interactieve en anonieme manier informatie kan worden verkregen rondom depressieproblematiek. De online hulpverleners zijn minder enthousiast over het doen van onderzoek via social media. Voornamelijk omdat de jongeren zich in een bepaalde omgeving bevinden waar ze ongestoord hun verhaal kunnen doen. Het betreden van deze wereld zou als bedreigend over kunnen komen. Als hulpverleners beschermen ze de anonimiteit en gevoelens van de jongeren, omdat ze de jongeren niet willen forceren om mee te werken aan onderzoek. Daarentegen is het voor de online hulpverleners ook een middel om de zorg rondom het probleem te verbeteren en dat is de reden dat een aantal wel open staat voor onderzoek. Door data te automatiseren kan de jeugdzorg geprofessionaliseerd worden (Nikken, 2007). Er wordt benadrukt dat er van te voren heel goed moet worden nagedacht over het doel van het onderzoek en de reden dat social media ingezet worden. Als dat duidelijk is, dan kan er gericht gezocht worden naar een medium om de ideeën van jongeren te horen. Een kleine enquête na een chatsessie of een poll op een site zouden wellicht kunnen werken om op een snelle en laagdrempelige manier een eerste indruk te krijgen van een specifiek probleem. De meerderheid van de professionals denkt dat de inzet van social media nuttig kan zijn om informatie van jongeren te krijgen, waarmee inzicht verkregen kan worden in de depressieproblematiek van jongeren.

De medewerkers van ITJ zien ook mogelijkheden voor de inzet van social media, zodat inzicht kan worden verkregen in de depressieproblematiek van jongeren. Het gaat ITJ om de mening van de jongeren. Jongeren maken volgens hen veel gebruik van social media, daarom is het voor ITJ interessant om daar iets mee te doen. De minderheid van de medewerkers van ITJ denkt dat depressieve jongeren veel gebruik maken van social media, dus dat zien zij als een risico. ITJ maakt in de onderzoeken onder andere gebruik van interviews met jongeren. Uit de focusgroepen is gebleken dat dit goed werkt, maar de inzet van social media om data te verzamelen kan een goede uitbreiding zijn op de huidige onderzoeksmethoden. Over de vorm van het medium is veel discussie. Er wordt gesproken over online discussiefora en de social

netwerksite Hyves. Het voordeel van een online discussieforum is de anonimiteit, wat niet het geval is bij Hyves. De anonimiteit speelt een zeer grote rol, omdat jongeren dan meer durven te zeggen, wat tot andere informatie kan leiden dan wanneer ITJ interviews met de jongeren afneemt. Een discussieforum is daarnaast ook heel interessant om te analyseren, omdat er sprake is van interactie tussen de jongeren. Dergelijke sites kunnen een goed beeld geven in de oriëntatiefase van het onderzoek, waarbij voornamelijk de belangrijkste thema's en problemen worden opgehelderd. Een risico is, dat er te veel informatie beschikbaar komt en dat eerst een grondige selectie noodzakelijk is. Dit kan worden verholpen door data uit online chatsessies te automatiseren en te analyseren (Nikken, 2007). Waar ook rekening mee gehouden dient te worden, is het feit dat ITJ onderzoek doet in een specifieke gemeente. De jongeren als bron gebruiken rondom de problematiek zou dus nuttig kunnen zijn voor een algemeen beeld, maar als het gaat om een gemeente specifieke doelgroep, dan is het nodig om anderen manieren in te zetten. Uiteindelijk denkt de meerderheid van de medewerkers van ITJ dat de inzet van social media nuttig kan zijn om informatie van jongeren te krijgen, waarmee inzicht verkregen kan worden in de depressieproblematiek van jongeren.

De jongeren maken allemaal gebruik van social media en voornamelijk van Facebook, Twitter en MSN. Hyves is minder populair onder de respondenten. De jongeren zijn niet erg bekend met online hulpverleningssites of online discussiefora. De meerderheid van de jongeren denkt dat depressieve jongeren ook veel gebruik maken van social media. Volgens de jongeren is anonimiteit een belangrijke voorwaarde om vrijuit te spreken. Anoniem zouden ze meer informatie geven en eerlijker antwoord geven, dan in een face-to-face-gesprek. Echter, de vertrouwensband werd ook als belangrijk ervaren. Doordat het eerlijk en open is, vinden de jongeren de informatie wel erg waardevol, om meer te weten te komen over het onderwerp. De meerderheid van de jongeren denkt dat de inzet van social media nuttig kan zijn om informatie van jongeren te krijgen, waarmee inzicht verkregen kan worden in de depressieproblematiek van jongeren.

2b. In hoeverre komen de inschattingen van de betrokken actoren met elkaar overeen?

De inschatting van de betrokken actoren komt redelijk met elkaar overeen. De verschillen komen voornamelijk voort uit de verschillende functies van de actoren. De professionals zien het nut in van betere jeugdzorg, maar beschermen ook de jongeren in hun omgeving. De medewerkers van ITJ zien veel mogelijkheden in het gebruik van social media ter oriëntatie op het onderwerp, maar zijn zich er ook van bewust dat er (te) veel en (te) brede informatie beschikbaar is. En het feit dat ITJ onderzoek doet in een specifieke gemeente maakt het gebruik van social media voornamelijk nuttig in de eerste fase van onderzoek. Hier zijn de andere actoren het overigens mee eens. De jongeren hebben aangegeven allen gebruik te maken van social media. Ook is bij de jongeren te achterhalen welke media wel en niet geschikt zijn, bijvoorbeeld Hyves is minder populair aan het worden en daarom wellicht minder geschikt om te gebruiken.

Bij alle drie de typen actoren komen drie kansen meerdere keren terug: anonimiteit, laagdrempeligheid en vertrouwen. De anonimiteit speelt voornamelijk een rol in de hoeveelheid informatie die de jongeren delen. Hoe anoniemer, hoe meer er gezegd wordt. Door de laagdrempeligheid van social media maken veel jongeren gebruik van de mogelijkheid ook om problemen te bespreken. Het vertrouwen is tot slot iets dat ook van belang is. Als er sprake is van een vertrouwensband zullen jongeren wellicht sneller meewerken aan een onderzoek. Daarnaast denken alle actoren dat social media geschikt zijn om inzicht te krijgen in de depressieproblematiek.

Daarnaast zijn er drie risicofactoren genoemd, die zowel bij de professionals als bij de medewerkers van ITJ terugkwamen: de hulpvaardigheid van de jongeren, de betrouwbaarheid van de informatie en de waarde van informatie. De hulpvaardigheid wordt door de medewerkers van ITJ ingeschat als groot, maar door de professionals wordt het eerder als storend ervaren. Ook de hulpvaardigheid van de instellingen en online hulpverleners wordt in twijfel gesteld, omdat deze instellingen vaak achter de jongeren staan en ze niet constant in aanraking willen brengen met onderzoek. Aan de andere kant zijn beide actoren het er over eens dat jongeren wel graag hun mening willen geven als het om problematiek gaat waar ze zelf mee kampen.

De betrouwbaarheid wordt ook ter discussie gesteld. Ondanks dat beide partijen geloven dat jongeren vaak echt de waarheid spreken, is het natuurlijk altijd te betwijfelen wie het berichtje heeft geplaatst. De betrouwbaarheid van de informatie hoeft geen probleem op te leveren als het gaat om een eerste fase in onderzoek naar jongeren met een depressie. Bijvoorbeeld als desk research en eerste informatiebron rondom de problematiek zou het volgens de meerderheid van de respondenten een goede manier zijn om naast de gebruikelijke onderzoeksmethode een andere manier te gebruiken om aan deze informatie te komen. In dat geval is hetgeen er online staat blijkbaar iets dat speelt onder de jongeren en kan er in een verder fase van het onderzoek dieper worden ingegaan op deze thema's.

De waarde van informatie is tevens een punt van discussie. Je kan pas iets met de informatie doen als je weet dat het betrouwbaar is. Daarom is het moeilijk te stellen of met social media ook daadwerkelijke data gegenereerd kan worden voor onderzoek. Aan de andere kant zijn zowel de professionals als de medewerkers van ITJ het er over eens dat jongeren voornamelijk serieus met de verschillende media omgaan. De informatie die kan worden ontleend door social media in te zetten zou dus nuttig kunnen zijn om data te verzamelen rondom een depressie, zodat de problematiek kan worden verhelderd. Als er respondenten nodig zijn voor de onderzoeken, dan zal social media wellicht op een andere wijze moeten worden ingezet.

Geconcludeerd kan worden dat het gebruik van social media onder de depressieve jongeren groot is volgens de actoren en dat de inzet van social media nuttig kan zijn om informatie van jongeren te krijgen, waarmee inzicht verkregen kan worden in de depressieproblematiek van jongeren, volgens de professionals, medewerkers van ITJ en niet-depressieve jongeren.

In het volgende hoofdstuk wordt een vergelijking gemaakt tussen de inzichten van de actoren en de wetenschappelijke literatuur.

Hoofdstuk 6 De actoren versus de literatuur

In dit hoofdstuk worden de resultaten uit de interviews met de professionals en de focusgroepen vergeleken met de wetenschappelijke literatuur, die is beschreven in hoofdstuk 2. Deze vergelijking zal leiden tot deelconclusie 3, waarin de derde onderzoeksvraag zal worden beantwoord:

In hoeverre komen de inschattingen van de actoren overeen met de literatuur?

6.1 Digitalisering in de publieke sector

Uit de literatuur (zie paragraaf 2.1) blijkt dat de maatschappij aan het digitaliseren is. De cijfers laten zien (zie paragraaf 1.1 en 2.1) dat volwassenen en jongeren steeds meer gebruik maken van de technologieën van het web. Door de hoeveelheid aan mogelijkheden is er in de publieke sector een en ander aan het verschuiven. Er is sprake van een verandering in rol tussen overheid en burger. Door Frissen et al. (2008) en Keymolen et al. (2010) worden voorbeelden genoemd hoe social media kunnen worden ingezet door de overheid of hoe social media kunnen worden benut (zie paragraaf 2.3). De burger krijgt steeds meer macht en vrijheden, er is meer informatie openlijk beschikbaar en ervaringen worden sneller verspreid dan ooit te voren. Ook in de zorg is deze verandering gaande. De rol tussen de overheid en zorginstellingen, maar ook de rol tussen patiënt en arts is aan het veranderen (Van den Hoff, 2011). Het internet biedt de mogelijkheid om informatie te zoeken en te delen. Misstappen van specialisten worden direct door gespeeld via social media en ook succesverhalen gaan rond. Patiënten worden mondiger en gaan zich steeds meer organiseren (zie paragraaf 2.4). Dit leidt ook tot het ontwikkelen van nieuwe vormen van hulpverlening, zoals online hulpverleningsites. Zowel in de literatuur als in de interviews met de respondenten komt dit ter sprake.

6.2 Online hulpverleningsites: bron van informatie, open en anoniem

Uit onderzoek is gebleken dat twee op de drie jongeren in Nederland online hulpverlening zouden overwegen als zich een probleem door zou doen (Riper et al., 2007). Daar wordt op ingespeeld door de online hulpverleners, waardoor er steeds meer online hulpsites verschijnen, waar jongeren terecht kunnen voor informatie en online hulp. Deze sites vormen, naast de functionaliteit van het hulpverleners, ook een bron van informatie. Uit de interviews blijkt ook dat deze sites goed zouden kunnen werken als informatiebron rondom een specifieke problematiek. *“Ik denk dat ze veel vrijer zijn onderling met elkaar over dingen die ze met elkaar bespreken, roepen, misschien ook wel impulsiever en dat levert andere soort informatie op”* (medewerker ITJ). ITJ zou deze informatie goed kunnen gebruiken als eerste bron van informatie om inzicht te krijgen in de belevingswereld van de jongeren. Voornamelijk online hulpverleningsites en online discussiefora zouden dan een geschikt medium zijn. De sociale netwerksites Hyves en Facebook zijn volgens de respondenten minder geschikt om informatie vandaan te halen van de jongeren. Dit wordt in de literatuur (zie paragraaf 2.6) beaamd door internet socioloog Albert Benschop: *“Vooral via online accounts die anoniem zijn, durven mensen zich kwetsbaar op te stellen”* (Benschop, 2011). In de interviews wordt dit bevestigd: de anonimiteit van discussiefora biedt de gelegenheid om problemen te uiten.

6.3 Groot bereik van social media

Er zijn nog andere kansen en risico's die overeenkomen tussen de literatuur en de actoren. Een van de genoemde kansen die vaak als eerst wordt genoemd, is het grote bereik van social media. Uit onderzoek blijkt dat 90% van de jongeren in Nederland dagelijks gebruik maakt van internet (Nownederland). Ook wordt dit door alle respondenten beaamd. De geïnterviewde jongeren maken allemaal gebruik van internet en social media. De andere respondenten is het er ook over eens dat veel jongeren gebruik maken van social media en dat het bereik dus erg groot is. Daarnaast is het mogelijk om doelgroep-specifiek te zoeken

en te benaderen. Er is ook een risico aan verbonden: het bereik is groot, maar niet alle jongeren maken gebruik van social media. Het is niet mogelijk om, voor bijvoorbeeld onderzoek, slechts uit te gaan van de jongeren die gebruik maken van online hulpverleningssites. Uit onderzoek is gebleken dat 90% van de jongeren dagelijks gebruik maakt van het internet (Nownederland), dat veel jongeren gebruik maken van online hulpverleningssites (hoeveel precies is niet bekend), dat twee op de drie jongeren in Nederland online hulpverlening zouden overwegen (Riper et al., 2007), dat voornamelijk meiden gebruik maken van online hulpverleningssites (Oijevaar, 2008) en dat depressieve jongeren meer gebruik maken van social media dan jongeren zonder depressieve klachten (Prins, 2008). Dit zijn hele grote aantallen, maar ook blijkt uit deze cijfers dat het bereik niet 100% is en dat er dus rekening gehouden moet worden dat niet alle jongeren gebruik maken van social media. Door de medewerkers van ITJ wordt dit risico ook genoemd. Bij het doen van onderzoek zal daar dus rekening mee gehouden moeten worden.

6.4 Laagdrempeligheid

Een andere kans die de inzet van social media biedt, is de laagdrempeligheid. Naast het feit dat jongeren meer zullen zeggen wanneer ze anoniem zijn, zorgt ook de lage drempel er voor dat jongeren sneller gebruik maken van social media. De stap om hulp te zoeken of in contact te treden met lotgenoten is sneller gemaakt, dan wanneer er contact moet worden gezocht met een dokter of psycholoog. Er is in de literatuur (zie paragraaf 2.5) een aantal nadelen genoemd van online hulpverlening, maar er is met name veel aandacht voor de voordelen. De offline hulpverleners zijn niet allemaal even enthousiast over deze vorm van hulpverlening. Het zou een minder goed beeld geven van de problematiek van het kind, minder zicht op het proces die het kind doormaakt en er is geen controle op de uiteindelijke interventie. Ook het face-to-face contact wordt door de offline hulpverleners als zeer waardevol ervaren. De online hulpverleners zien juist de voordelen van online hulpverlening. Uit onderzoek is gebleken dat online hulpverlening vaak naast reguliere hulp wordt gebruikt door jongeren met depressieve klachten (Houston et al., 2002), dus wat dat betreft kunnen van beide vormen de voordelen worden gebruikt.

6.5 Data automatiseren

Wat online hulpverlening ook gunstig maakt, is de mogelijkheid om data te automatiseren (zie paragraaf 2.5). Uiteraard moet worden meegenomen dat elke jongeren uniek is en dat elke jongeren een andere aanpak nodig heeft, maar de automatisering van data van kleine problemen (van bijvoorbeeld chats en forumgesprekken) zou de jeugdzorg kunnen professionaliseren (Nikken, 2007). Uit de interviews is gebleken dat, ondanks de lichte scepsis ten opzichten van online hulpverlening, dit wel een mooie kans zou kunnen zijn van social media voor het verbeteren van de zorg in het jeugddomein. Dit sluit tevens aan bij de uiteenzetting van Van den Hoff in *Society 3.0* (zie paragraaf 2.4), die pleit voor andere vormen van communicatie tussen arts en patiënt, dan de huidige manier. Het moet minder complex en minder moeilijk en er zou meer gebruik gemaakt moeten worden van de huidige mogelijkheden, zoals een patiëntendossier op een chipje, online informatiesites en contact tussen arts en patiënten via social media.

6.6 Transparantie versus privacy

Vervolgens is de transparantie van het internet volgens de literatuur een kans voor het delen van alle beschikbare kennis, maar is dit tegelijkertijd verbonden met de mate van privacy (zie paragraaf 2.3). Door kennis, maar ook eigen ervaringen en bezigheden te delen via social media, weet iedereen alles van elkaar. Volgens de professionals is dat een groot risico van social media. Heel veel jongeren zijn actief op sociale netwerk sites zoals Facebook en Hyves, waardoor ook een vorm van social druk kan ontstaan. Jongeren met problemen zullen niet delen op openbare sites, maar op anonieme fora. Daar kan de privacy dus worden gewaarborgd, maar de transparantie is daar dus minder, omdat er geen zicht is op wie wat toevoegt. Wat voornamelijk in de interviews naar voren kwam en minder in de literatuur is de eigen wereld van de

jongeren online. De jongeren hebben een site gevonden waar ze ongestoord hun problemen kunnen uiten en ze zitten, volgens de professionals, niet te wachten op vreemden die in hun wereld informatie proberen te vinden. Je moet als onderzoeker dus heel voorzichtig omgaan met het benaderen van de jongeren en de informatie die hieruit voortkomt.

6.7 Selecteren van informatie

Een volgend risico van social media voor onderzoek van ITJ, is dat er heel veel informatie beschikbaar is. De medewerkers van ITJ zien het als een risico, omdat de informatie te veel en te breed is. Uit de rapporten van Frissen et al. (2008) en Keymolen et al. (2010) blijkt ook dat hier rekening mee gehouden dient te worden (zie paragraaf 2.3). Omdat iedereen toegang heeft tot het web en iedereen een eigen bijdrage kan leveren, is er een groot aantal onbruikbaar geproduceerd materiaal. Het vergt grondige selectie om door dit materiaal heen te komen. De medewerkers van ITJ zien het nut van de informatie wel degelijk, maar zijn ook bang dat het te veel tijd gaat kosten om het grote aanbod van informatie te selecteren. Naast de grote hoeveelheid is het ook subjectieve informatie, waardoor niet met grote zekerheid kan worden gezegd dat alles ook daadwerkelijk betrouwbaar is. Aan de andere kant werd ook beaamd door de geïnterviewde dat jongeren vaak heel eerlijk zijn als het anoniem is en dat er dus wel degelijk veel bruikbare informatie kan worden gehaald.

6.8 De betrouwbaarheid van de informatie

Uit de interviews bleek dat naast de twijfel over de betrouwbaarheid ook een risico zou kunnen schuilen in de hulpverlening van de jongeren en de waarde van informatie. Met in het achterhoofd de web 2.0- en society 3.0-ideeën en het doel om jongeren als bron van informatie te gebruiken, is er eigenlijk helemaal geen sprake van hulpvaardigheid of niet. Er zijn communities, websites en netwerken, waar jongeren actief zijn. Als deze netwerken openbaar zijn, dan vormen ze van zichzelf al een bron van informatie (Jeugdzorg 2.0). We moeten geen nieuwe society op willen zetten of nieuwe platforms aanboren, we moeten gebruik maken van de bestaande platforms, waar de jongeren aanwezig zijn en daar informatie vandaan halen. Als organisatie moet je geen eigen netwerk gaan creëren, maar de dialoog aan gaan met de doelgroep (stakeholders genoemd in *Society 3.0*) op de bestaande netwerken (Van den Hoff, 2011, p. 431). Als ITJ de jongeren als respondent zou willen gebruiken voor onderzoek, dan is het zaak om de jongeren op een andere manier te benaderen, dan wanneer de jongeren als bron van informatie dienen.

6.9 De waarde van informatie

De waarde van informatie hangt af van de betrouwbaarheid en kan daarom een risico of juist een kans vormen. Zowel de professionals als de medewerkers van ITJ zijn het er over eens dat jongeren voornamelijk serieus met de verschillende media omgaan en dat de informatie dus waardevol kan zijn om inzicht te krijgen in de belevingswereld van de jongeren. De geïnterviewde jongeren zijn het hiermee eens, maar denken ook dat er ook soms sprake is van onzin, dat gepost wordt door de jongeren. Door Keymolen et al. (2010) wordt besproken dat burgers invloed hebben op de agendering van beleid. Dat is ook wat jongeren kunnen doen met betrekking tot hun problemen. Een risico waar rekening mee gehouden dient te worden volgens Keymolen et al., is dat er geen klaagcultuur moet ontstaan en een daardoor defensieve houding van de overheid. Dat kan ook het geval zijn bij jongeren. Op sites, waar jongeren hun problemen delen, kan ook een klaagcultuur ontstaan met alleen de negatieve verhalen. *“Het is soms ook een klaagmuur van ellende en daar worden anderen weer in mee getrokken, wat een slechte uitwerking kan hebben op die kids”* (respondent 7). Het risico is dus dat alleen de negatieve verhalen worden geplaatst, waardoor de succesverhalen kunnen worden ondergesneeuwd. Voor ITJ is de informatie over wat er juist wel goed gaat in de hulpverlening ook nuttige informatie en daarom is het van belang dat dit ook wordt onderzocht.

6.10 Depressieve jongeren

De meerderheid van de respondenten, waaronder professionals, medewerkers van ITJ en niet-depressieve jongeren, denkt dat depressieve jongeren veel gebruik maken van social media. Er zijn ook respondenten die dit betwijfelen, voornamelijk de offline hulpverleners en enkele medewerkers van ITJ. Uit de literatuur blijkt dat depressieve jongeren meer gebruik maken van social media dan jongeren zonder depressie (Prins, 2008). De reden daarvoor zou kunnen zijn dat er sprake is van sociaal isolement. Uit onderzoek van Ursem (2010) blijkt dat er gebruik wordt gemaakt van online hulpsites om in contact te komen met lotgenoten. Depressieve jongeren zouden minder gemakkelijk sociale contacten leggen en onderhouden en via internet biedt dit daarom een uitkomst. Naast deze resultaten is gebleken dat veel depressieve jongeren informatie delen op openbare sites. Vervolgens kan worden geconcludeerd dat, zowel de respondenten als in de literatuur, kansen worden gezien voor de inzet van social media om informatie van jongeren te krijgen, waarmee inzicht verkregen kan worden in de depressieproblematiek van jongeren. Dus, social media daar heeft ITJ zeker wat aan.

Hoofdstuk 7 Conclusie en aanbevelingen

Ter afronding beantwoord ik aan de hand van de literatuurreview en de resultaten van de interviews met professionals en de focusgroepen met medewerkers van ITJ en de jongeren, de onderzoeksvragen die in dit onderzoek centraal staan:

1. *a. Wat zijn de karakteristieken van social media in het publieke domein volgens wetenschappelijke literatuur?*
b. Welke mogelijkheden bestaan er volgens wetenschappelijke literatuur voor organisaties in het publieke domein die social media willen inzetten om inzicht te krijgen in de belevingswereld van hun doelgroepen?
2. *a. Welke kansen en risico's van social media zien professionals, de medewerkers van ITJ en jongeren bij de inzet van social media om informatie van jongeren te krijgen waarmee inzicht verkregen kan worden in de depressieproblematiek van jongeren?*
b. In hoeverre komen de inschattingen van de betrokken actoren met elkaar overeen?
3. *In hoeverre komen de inschattingen van de actoren overeen met de literatuur?*

In de vorige hoofdstukken zijn deze vragen beantwoord en dit hoofdstuk dient als samenvattende afsluiting, waarin de verschillende onderzoeksvragen bij elkaar komen. In dit hoofdstuk zullen tot slot enkele aanbevelingen worden gedaan aan de organisatie ITJ met betrekking tot de inzet van social media in hun onderzoeken. Daarnaast worden ook suggesties gedaan voor vervolgonderzoek.

7.1 Conclusie onderzoeksvragen

ITJ is een samenwerkingsverband van vijf rijksinspecties, die taken hebben op het gebied van jeugd. ITJ doet in samenwerking met deze inspecties onderzoek naar maatschappelijke problemen van en door jongeren. De betrokkenheid van jongeren bij het oplossen van het probleem is belangrijk in de onderzoeken van ITJ. Daarnaast vindt ITJ het belangrijk dat gemeenten jongeren betrekken. Jongeren zijn immers 'ervaringsdeskundigen' als het om het betreffende probleem gaat. De maatschappij is aan het digitaliseren, steeds meer jongeren maken gebruik van internet en social media en ITJ wil daarom aansluiten bij de leefwereld van de jongeren. ITJ zoekt naar mogelijkheden om social media in te zetten om inzicht te krijgen in de belevingswereld van jongeren met het specifieke probleem.

In deze scriptie is onderzocht welke kansen social media bieden om inzicht te krijgen in de belevingswereld van jongeren met een depressie en de risico's waar rekening mee gehouden dient te worden als deze media worden ingezet. Om dit te onderzoeken is een multi-actor perspectief gehanteerd, waarin ik zoek naar de verschillende inzichten van de betrokken actoren. De actoren zijn: professionals op het gebied van (depressieve) jongeren, waarin onderscheid is gemaakt in offline en online hulpverleners, de medewerkers van ITJ en tot slot vormen de jongeren de derde actor.

Om de onderzoeksvragen te beantwoorden, is eerst een definitie van social media gevormd gebaseerd op de definitie van Kaplan en Haenlein (2009): "Social media zijn internetapplicaties die gebruik maken van de technologie van Web 2.0 en de creatieve uitwisseling van User Generated Content. Dat vormt een communicatie- en interactiekanaal, waarbij sociale contacten worden gelegd, waar informatie en ervaringen worden gedeeld, waar meningen kunnen worden gegeven, waardoor een netwerk gevormd wordt".

Uit de literatuur heb ik de volgende twaalf karakteristieken van social media kunnen destilleren:

(1) Het sociale aspect speelt een grote rol; (2) openheid/transparantie; (3) informatie- en communicatietechnisch middel; (4) User Generated Content, dus de gebruiker bepaalt zijn eigen content (inhoudelijke bijdrage); (5) subjectief ('the wisdom of the crowds'); (6) realtime en actueel; (7) persoonlijk en publiek; (8) alle gebruikers kunnen de content van andere of van zichzelf waarderen, evalueren en ordenen; (9) kernelement is kennisdeling; (10) er is sprake van een hoge mate van interactie door en tussen gebruikers; (11) de aanwezigheid van *social presence (persoonlijk)* en (12) *the concept of self-presentation (zelfpresentatie)* (Kaplan en Haenlein, 2009, p. 62).

De technologische ontwikkelingen maken het mogelijk dat de gebruiker een steeds actievere rol krijgt op het web. De gebruiker is steeds meer bezig met het leveren van content. Deze bijdrage zorgt er voor dat er steeds meer informatie beschikbaar is en kennis gedeeld kan worden. Daardoor is een aantal veranderingen gaande in de publieke sector. De relaties tussen overheid en burger is veranderd. Van Berlo (2008) noemt zes trends waardoor de relatie tussen de overheid en burger is veranderd: grenzen vervagen, versnippering van de samenleving, belang van het hier en nu is groter, internet als overheidsplatform, openheid als norm en constante aanpassing en aanvulling van informatie. Daarnaast is er steeds meer sprake van een *User Generated State* (Frissen et al., 2008), dus een grotere mate van betrokkenheid en bijdrage van de burger. De rol van de burger wordt dus steeds actiever. De onderdelen waarin volgens Keymolen et al. (2010) verandering gaande is en waar burgers een andere rol aannemen, zijn agendering van beleid, uitvoering van beleid, handhaving van beleid en toezicht op beleid. Door social media kunnen burgers zich mengen in beleidszaken, waardoor ze daar invloed op kunnen uitoefenen.

Ook in de zorg is een verandering te zien in de rol tussen overheid en zorginstellingen en tussen patiënt en arts. Patiënten worden mondiger, organiseren een eigen community, waarin kennis wordt gedeeld en ervaringen worden uitgewisseld. Er komt een steeds groter aanbod aan digitale platforms, online hulpverleningssites en discussiefora. Deze online hulpsites kunnen goed dienen als informatiebron en zijn volgens de respondenten en volgens Benschop (2011) beter te gebruiken dan sociale netwerksites, zoals Hyves en Facebook. Ondanks dat het populaire sites zijn, is het anonieme karakter van de online hulpsites de reden dat jongeren daar meer openlijk over hun problemen zullen spreken. Uit onderzoek is gebleken dat depressieve jongeren meer gebruik maken van social media dan jongeren zonder depressieve klachten, dus de inzet van social media is wat dat betreft erg gunstig (Prins, 2008).

Er bestaat een aantal verschillen en overeenkomsten tussen de actoren. De professionals zien het nut in van betere jeugdzorg, maar beschermen ook de jongeren in hun omgeving. De medewerkers van ITJ zien veel mogelijkheden in het gebruik van social media ter oriëntatie op het onderwerp, maar zijn zich er ook van bewust dat er te veel en te brede informatie beschikbaar is. En het feit dat ITJ onderzoek doet in een specifieke gemeente maakt het gebruik van social media voornamelijk nuttig in de eerste fase van onderzoek. De jongeren hebben aangegeven allen gebruik te maken van social media en ze zien anonimiteit als de belangrijkste factor in het delen van problemen.

Uit de interviews en focusgroepen is een aantal overeenkomstige kansen en risico's naar voren gekomen. Deze komen voor een groot deel ook terug in de literatuur. De drie belangrijkste kansen, van de inzet van social media om informatie van jongeren te krijgen waarmee inzicht verkregen kan worden in de depressieproblematiek van jongeren, zijn **laagdrempeligheid, anonimiteit en vertrouwen**.

De **laagdrempeligheid** van social media is een reden dat veel jongeren gebruik maken van online hulpsites. Jongeren met angst voor artsen, psychologen of een algemeen oordeel zullen zich sneller richten op online hulpsites, omdat er bijna geen drempel is. Hiermee bereik je dus ook de jongeren die anders geen hulp hadden gezocht en de jongeren die verschillende vormen van depressie hebben, van een dipje tot zware depressie. Voor ITJ kan het dus helpen om inzicht te krijgen in wat die jongeren op dat moment kwijt willen en wat wel en wat niet belangrijk voor hen is.

Anonimiteit leidt tot een grotere mate van eerlijkheid en openheid door de jongeren die met een probleem kampen. In vergelijking met een face-to-face gesprek met een psycholoog zullen jongeren sneller tot de kern van het probleem komen, omdat ze zich kwetsbaarder op durven te stellen. De informatie zal daardoor zeer waardevol kunnen zijn voor ITJ. Naast het anonieme karakter van social media kan ook geconcludeerd worden dat de huidige manier van onderzoeken door ITJ, door bijvoorbeeld interviews, zeer waardevol blijft voor hun onderzoeken. Via social media is het mogelijk te achterhalen welke thema's spelen onder jongeren met een depressie en wat zij onderling met elkaar bespreken. Dit kan zeer goed dienen in de oriëntatiefase van onderzoek door ITJ. De interviews kunnen als een verdieping werken, wat zeker niet moet worden geschrapt uit de onderzoeksmethoden.

Vertrouwen blijft een belangrijke factor in de omgang met jongeren. Vertrouwen zorgt er voor dat jongeren zich veilig voelen en openlijk kunnen spreken. Dat kan met een psycholoog zijn, maar ook met de onderlinge online wereld, waarin de jongeren zijn lotgenootjes vertrouwd met zijn of haar problemen. Vertrouwen is belangrijk als het gaat om informatie verzamelen. Dit vertrouwen kan dus een kans zijn, als het vertrouwen er is en de jongeren zich op zijn gemak voelt om te vertellen. Dit vertrouwen kan ook geschaad worden als de jongere wordt gestoord in zijn online wereld. Dat kan bedreigend overkomen. Het is dus belangrijk voor ITJ om te beseffen dat er een goede strategie moet zijn om de jongeren als informatiebron te gebruiken, waarmee geen inbreuk wordt gemaakt op hun privacy en vertrouwen.

De drie risico's die veel genoemd zijn, zijn de **hulpvaardigheid** van de jongeren, de **betrouwbaarheid** van de jongeren en de **waarde** van informatie.

De **hulpvaardigheid** van jongeren wordt in eerste instantie als risico ervaren door de actoren, want ze gebruiken social media voor zichzelf. Er kan geconcludeerd worden dat ITJ heel simpel gebruik kan maken van de bestaande communities, websites en netwerken, waar jongeren actief zijn. Als deze netwerken openbaar zijn, dan vormen ze van zichzelf al een bron van informatie.

De **betrouwbaarheid** van social media kan ook een risico vormen, waar rekening mee gehouden moet worden. Omdat iedereen toegang heeft tot het web en iedereen een eigen bijdrage kan leveren, is er een groot aantal onbruikbaar geproduceerd materiaal. De medewerkers van ITJ zien het nut van de informatie wel degelijk, maar zijn ook bang dat het te veel tijd gaat kosten om het grote aanbod van informatie te selecteren. Naast de grote hoeveelheid is het ook subjectieve informatie, waardoor niet met grote zekerheid kan worden gezegd dat alles ook daadwerkelijk betrouwbaar is. Aan de andere kant werd ook beaamd door de geïnterviewden dat jongeren vaak eerlijk zijn als het anoniem is en dat er dus wel degelijk veel bruikbare informatie kan worden gehaald. ITJ zal dus rekening moeten houden met het selecteren van de informatie en het in het achterhoofd houden dat het gaat om subjectieve informatie.

De **waarde** van informatie is ook een punt van discussie. Zoals genoemd is informatie van de jongeren zeer waardevol voor de oriëntatiefase van onderzoek door ITJ. Jongeren kunnen op deze manier aandachtspunten op de kaart zetten, waar eerder niet aan gedacht zou zijn. Het risico bestaat dat de online hulpsites slechts worden gebruikt als klaagmuur van ellendige verhalen, waardoor de succesverhalen

worden overschaduwd. Het is voor ITJ ook interessant om te kijken wat er juist wel goed gaat en daar zal dus rekening mee moeten worden gehouden bij het scannen van de informatie.

Naast deze drie kansen en risico's is nog een aantal andere factoren van belang bij de inzet van social media door ITJ.

Online hulpverlening maakt het mogelijk om data, van bijvoorbeeld chats en forumgesprekken, te **automatiseren**. Deze data zouden voor ITJ zeer nuttig kunnen zijn voor het onderzoek. Naast statistieken, kunnen ook de belangrijkste thema's worden gefilterd of de meest gebruikte oplossingen.

Wat ook moet worden meegenomen als ITJ gebruik gaat maken van social media is het **bereik van de jongeren**. Het bereik is groot, maar het is niet mogelijk om alle jongeren met een depressie te bereiken via social media. Onderzoek toont aan dat 90% van de jongeren dagelijks gebruik maakt van het internet, dat veel jongeren gebruik maken van online hulpverleningssites (hoeveel precies is niet bekend), dat twee op de drie jongeren in Nederland online hulpverlening zouden overwegen, dat voornamelijk meiden gebruik maken van online hulpverleningssites en dat depressieve jongeren meer gebruik maken van social media dan jongeren zonder depressieve klachten. Uit deze cijfers blijft dat er ook nog een groep is die niet gebruik maakt van social media en online hulpsites. Bij het doen van onderzoek zal daar dus rekening mee gehouden moeten worden.

Concluderend kan gesteld worden dat de meerderheid van de respondenten, waaronder professionals, medewerkers van ITJ en niet-depressieve jongeren, denkt dat depressieve jongeren veel gebruik maken van social media. Een klein deel betwijfelt dit, voornamelijk de offline hulpverleners en enkele medewerkers van ITJ. Uit de literatuur blijkt dat depressieve jongeren meer gebruik maken van social media dan jongeren zonder depressie (Prins, 2008). Vervolgens kan worden geconcludeerd dat, zowel de respondenten als in de literatuur, kansen worden gezien voor de inzet van social media om informatie van jongeren te krijgen, waarmee inzicht verkregen kan worden in de depressieproblematiek van jongeren.

De doelstelling luidde: inzicht krijgen in de mogelijkheden die social media bieden voor ITJ om informatie van jongeren te krijgen, waarmee inzicht verkregen kan worden in de depressieproblematiek van jongeren. Deze inzichten zijn verkregen en daaruit blijkt dat er voor ITJ voornamelijk kansen liggen bij de inzet van social media, volgens de respondenten en volgens de wetenschappelijke literatuur. Jongeren vormen met elkaar een netwerk en een bron van informatie, dus ITJ kan daar zeker gebruik van maken. Het zou dan vooral gaan om de oriëntatiefase op het onderwerp. De risico's zijn bekend, maar daar kan rekening mee gehouden worden. En wat betreft de titel van deze scriptie: social media daar heeft ITJ dus wel degelijk wat aan.

7.2 Aanbevelingen

Aan de hand van dit onderzoek kan ik een aantal aanbevelingen doen aan ITJ met betrekking tot de inzet van social media om jongeren als bron te gebruiken rondom de problematiek depressie.

1. De eerste aanbeveling is het doen van **research** op digitale platforms, online hulpverleningssites en discussiefora. De onderzoeken van ITJ draaien om de jongeren, dus is het nodig je als onderzoeker te begeven in deze wereld om contact te kunnen maken. Ook voor andere problematiek kunnen deze sites een goed uitgangspunt bieden voor belangrijke thema's die spelen rondom een probleem. Voor de oriëntatiefase van het onderzoek zou een onderzoeker van ITJ de sites kunnen volgen en de belangrijkste thema's eruit kunnen halen.

2. Vervolgens zou een **samenwerkingsverband** met een of meerdere online hulpverleningssites, zoals Pratenonline of Hulpmix, zeer nuttig kunnen zijn voor ITJ. De data uit de chatgesprekken en de statistieken met betrekking tot de jongeren kunnen voor ITJ interessante informatie opleveren. Daarnaast zouden de online hulpverleners ITJ in contact kunnen brengen met uitbehandelde jongeren. Deze jongeren zouden dan bijvoorbeeld gebruikt kunnen worden als respondent.
3. Een derde aanbeveling is de huidige onderzoeksmethoden en technieken, zoals interviews en stemkastjes, **combineren** met de inzet van social media. Met name, omdat ITJ onderzoek verricht in een specifieke gemeente, zou het interessant kunnen zijn om scholen te benaderen in die gemeente en daar de jongeren via een link door te sturen naar een vragenlijst of panel. Uit dit onderzoek is gebleken dat de anonimiteit de belangrijkste factor is in de eerlijkheid en openheid van de jongeren. Op deze manier heb je dus wel te maken met jongeren uit de specifieke gemeente, maar zet je social media als middel in om de jongeren als informatiebron te gebruiken.
4. Tot slot zou ik aanbevelen om een **social media adviseur** in te schakelen voor het uitbreiden van de onderzoeksmogelijkheden. Tijdens het schrijven van deze scriptie heb ik met meerdere expert uit het veld gesproken. Elke situatie, elke organisatie en elk onderzoek heeft een andere strategie nodig. Iemand die weet wat het aanbod is en wat je er mee kunt doen is naar mijn idee een hele goede investering voor de toekomst.

7.3 Vervolgonderzoek

In dit onderzoek is de keuze gemaakt om te zoeken naar de mogelijkheden voor ITJ om social media in te zetten en deze jongeren als bron van informatie te gebruiken. Voor vervolgonderzoek zou het nuttig kunnen zijn om ook te kijken naar de mogelijkheden van social media om jongeren als respondent te gebruiken voor onderzoek van ITJ. Interessant is welke manieren en welke media dan geschikt zijn om te hanteren. Daarnaast is er in dit onderzoek voor gekozen om niet-depressieve jongeren te gebruiken in de focusgroepen. In een vervolg onderzoek zou het interessant kunnen zijn om met depressieve jongeren deze focusgroepen te doen. Focusgroepen bieden de mogelijkheid tot onderlinge discussie, dus dat zou interessante resultaten kunnen opleveren. Tot slot is het voor ITJ wellicht interessant om vervolgonderzoek te laten doen voor de eindfase van het onderzoek, waarin het rapport wordt verspreid. Er is nog veel inzicht te verkrijgen in de mogelijkheden van social media, zoals het verspreiden van de onderzoeksrapporten, het vergroten van een netwerk, aansluiten bij andere netwerken. Door daar gebruik van te maken kunnen de onderzoeksrapporten ook in andere gemeenten aanleiding geven tot het veranderen van de huidige strategie van een probleem om de resultaten voor de jongeren in heel Nederland te verbeteren. Op dit moment is er bij ITJ een klein begin gemaakt met het gebruik van social media in de verspreiding van rapporten, maar wellicht kan onderzoek hierin nog meer verdieping geven.

7.4 Discussie

Er zijn altijd zaken te bediscussiëren na het doen van dergelijk onderzoek. Terugkijkend ben ik erg tevreden over het onderzoeksproces. Echter, het had wat voeten in de aarde om genoeg respondenten te vinden voor de interviews. De online hulpverleners waren gemakkelijk te bereiken, maar de offline hulpverleners waren lastig te benaderen. Voor een nog vollediger beeld, had ik graag meer interviews afgenomen met professionals. Daarnaast zou het de representativiteit verhogen door interviews af te nemen met depressieve jongeren, die tenslotte de doelgroep van het onderzoek vormen. Door het multi-actor perspectief is vanuit verschillende kanten naar het onderwerp gekeken. Een breed blikveld bepaalt de conclusies en aanbevelingen en geeft ook het waarom achter deze inzichten. Een kwantitatief onderzoek, bijvoorbeeld het afnemen van enquêtes, zou dit onderzoek kunnen ondersteunen. Met een kwantitatief

vervolgonderzoek kan bij een grotere populatie jongeren gevraagd worden naar hun beleving van social media in een specifieke probleemwereld.

Daarnaast had ik graag een experimenteel gedeelte willen doen in dit huidige onderzoek. Het lijkt mij interessant als onderzoeker een bericht te plaatsen op een openbare site met een concrete vraag of stelling en vervolgens te observeren hoe daarop wordt gereageerd. In eerste instantie was het de bedoeling om dit via een site als Hyves of Facebook te doen. Tijdens het onderzoek bleek dat depressieve jongeren voornamelijk actief zijn op online hulpverleningssites en discussiefora, als het gaat om hun depressieproblematiek. Deze sites zijn bedoeld voor jongeren en niet voor onderzoekers. Daarnaast is het omwille van de tijd niet meer mogelijk geweest om dit experiment uit te voeren.

Tot slot is dit onderzoek niet geheel generaliseerbaar naar andere organisaties. ITJ is een unieke organisatie en dit onderzoek heeft zich volledig op de taken en strategie van ITJ gericht. Andere organisaties kunnen de inzichten overwegen voor hun eigen organisatie, wat betreft onderzoek naar social media in het jeugd domein. Wel moet dan in acht worden genomen dat de strategie kan afwijken van die van ITJ en dat tevens de resultaten anders kunnen uitpakken.

Literatuur

- Baarda, D.B. & Goede, M.P.M., de (2001). *Basisboek methoden en technieken: handleiding voor het opzetten en uitvoeren van onderzoek*, Groningen: Stenfert Kroese.
- Berlo, D., van (2008). *Ambtenaar 2.0, Nieuwe ideeën en praktische tips om te werken in overheid 2.0*.
- Berlo, D., van (2009) *Ambtenaar 2.0 beta, Actiepunten om te werken aan een overheid 2.0*.
- Boeije, (2005). *Analyseren in kwalitatief onderzoek*. Den Haag: Boom Onderwijs.
- Boyd, D. & Ellison, B. (2008). *Social Network Sites: definition, history and scholarship*. Journal of Computer-Mediated Communication, 13, 210-230.
- Burrell, G. & Morgan, G. (1979), Two dimensions, four paradigms, in: Frost, P.J., Lewin, A.Y., Daft, R.L., *Talking about organization science – Debates and dialogue from crossroads*, Thousand Oaks USA: Sage, 107-122.
- Constantinides, E. & Fountain, S. (2008). *Special Issue Papers Web 2.0: Conceptual foundations and marketing issues*. Journal of Direct, Data and Digital Marketing Practice, 9, p. 231-244.
- Deetz, S. (1996), Describing differences in approaches to organization science, in: Frost, P.J., Lewin, A.Y., Daft, R.L., *Talking about organization science – Debates and dialogue from crossroads*, Thousand Oaks USA: Sage, 123-152.
- Dijk, L., van, Haan, J., de, Rijken, S. & Verweij, A. (2000). *Digitalisering van de leefwereld; een onderzoek naar informatie- en communicatietechnologie en sociale ongelijkheid*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau – (Cahier / Sociaal en Cultureel Planbureau ; nr. 167).
- Dorp, M., van. (2010). *Sociale media: potentiële goudmijn voor jeugdzorg*. Jeugd en Co, 8, 13-15.
- Driel, H., van. (2005). *Digitale Communicatie*. Amsterdam: Boom.
- Frissen, V., Staden, M., van, Huijboom, N., Kotterink, B., Huveneers, S., Kuipers, M. & Bodea, G. (2008). *Naar een 'user generated state'? De impact van nieuwe media voor overheid en openbaar bestuur*. TNO rapport. Delft: TNO ICT.
- Frissen, V. (2010). *Health 2.0. "It's not just about medicine and technology, it's about living your life"*. TNO rapport. Den Haag.
- 't Hart, H., Dijk, J. van, Goude, M. de, Jansen, W. & Teunissen, J. (2005). *Onderzoeksmethoden*. Boom: Amsterdam.

- Hoff, R., van den (2011). *Society 3.0*. SU de Ronde Tafel.
- Houston, T.K., Cooper, L.A. & Ford, D.A. (2002). *Internet Support Groups for Depression: A 1-Year Prospective Cohort Study*. *American Journal of Psychiatry*, 159, 2062-2068.
- Huysmans, F. & Haan, J., de (2010). *Alle kanalen staan open. De digitalisering van mediagebruik*. Den Haag : Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Jenkins, H. (2008). *Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century*. MacArthur Foundation.
- Jong, M., de & Schellens, P.J. (1995). *Met het oog op de lezer*. Amsterdam: Thesis Publishers.
- Kaplan, A.M. & Heanlein, M. (2009). *Users of the world, unite. The challenges and opportunities of Social Media*. *Business Horizons*, 53, 59-68.
- Kaplan, A.M. & Haenlein, M. (2010) *Uitdagingen en kansen rond social media*, *Management Executive*, 8(3), 18-19.
- Keymolen, E., Van Den Berg, B., Prins, C. & Frissen, V. (2010). *Vertrouwen in Hybride Ketens*. Alliantie Vitaal Bestuur, TNO & TILT.
- Kol, E. (2008). *Hypes*. Utrecht/Antwerpen: Kosmos Uitgevers.
- Leezenberg, M., & Vries, G. de (2001). *Wetenschapsfilosofie voor geesteswetenschappen*. Amsterdam: University Press, p. 145.
- Marks, J. P. (2010). *Ideas on the future of social media and the public*. Powerpoint presentatie 16 december 2010. Utrecht.
- Meijer, S.A., Smit, F., Schoemaker, C.G. & Cuijpers, P. (2006). *Gezond verstand. Evidence-based preventie van psychische stoornissen*. Bilthoven: RIVM.
- Morgan, D.L. (1998). *The Focus Group Guidebook*. Thousands Oaks, CA: Sage Publications.
- Naghib-Bukman, S. (2011). *Web 2.0 & Social Media. Kansen voor de publieke sector*. Het Expertise Centrum, papernoten nr. 33.
- Nikken, P. (2007). *Online hulp verdient nog veel aandacht. Een verkenning naar het hulpaanbod voor jeugdigen in Nederland*. Utrecht: Nederlands Jeugdinstituut (NJI).
- Prins, M. (2008). *De deugd van tegenwoordig. Onderzoek naar jongeren en hun grenzen*. Nijmegen: Radboud Universiteit Nijmegen.

- Riper, H., Smit, F., Zanden, R., van der, Conijn, B., Kramer, J. & Mutsaers, K. (2007). *E-Mental Health. High Tech, High Touch, High Trust*. Utrecht: Trimbos-instituut.
- Rooij, A.J. van, Schoenmakers, T.M., Meerkerk, G & Mheen, D. van de (2009). *Wat doen jongeren op internet en hoe verslavend is dit?* IVO Factsheet. Rotterdam.
- Schrijvers, C.T.M. & Schoemaker, C.G. (2008). *Spelen met gezondheid. Leefstijl en psychische gezondheid van de Nederlandse jeugd*. RIVM Rapport.
- Social Media Monitor Zorg. (2011). Onderzoek van IZovator uitgevoerd door Redmax.
- Surowiecki, J. (2004). *The Wisdom of Crowds*. Abacus: London.
- Onrust, S. (2010). Presentatie Gezinsonderzoek: Aansluiten bij de belevingswereld van jongeren: depressiepreventie via nieuwe media. Utrecht: Trimbos Instituut.
- Vanheusden (2008). *Mental health problems and barriers to service use in Dutch young adults*. Rotterdam: Optima Grafische Communicatie.
- Verdonk, N. (2010). Presentatie Integraal Toezicht Jeugdzaken. MPG congres Stadsregio Amsterdam (6 december 2010).
- Verhulst, F.C. & Koot, J.M. (1992). *Child psychiatric epidemiology: Concepts, methods and findings*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- Zwaanswijk, M. (2005). *Pathways to care. Help-seeking for child and adolescent mental health problems*. Utrecht: NIVEL.
- Winter, M., de & Noom, M., de (2001). *Iemand die je gewoon als mens behandelt... Thuisloze jongeren over het verbeteren van de hulpverlening*. *Pedagogiek*, 21(4), 296-309.
- Winter, M., de & Kronenman, M.(2003). *Participatief jeugdonderzoek: sociaal-wetenschappelijk onderzoek samen met kinderen en jongeren naar beleid voor de jeugd*. Assen: Van Gorcum.
- Ursem, K. (2010). *Online hulp ontvangen via internet: een uitkomst of een valkuil?* Utrecht: Universiteit Utrecht.
- Yin, R.K. (2003). *Case Study Research: design and methods*. Applied Social Research Methods Series.

Websites:

- CBS: Nederlandse jongeren zeer actief op sociale netwerken:http://www.cbs.nl/nl-NL/menu/themas/vrije-tijd_cultuur/publicaties/artikelen/archief/2011/2011-3296-wm.html (11 februari 2011).
- E-hulp: www.e-hulp.nl
- Facebook: www.facebook.nl
- Flitsservice: www.flitsservice.nl
- Frankwatching: <http://www.frankwatching.com/archive/2008/04/11/de-betekenis-van-web-30-enhet-semantic-web/>
- Geluidsnet: www.geluidsnet.nl
- Grip op je dip: www.gripopjedip.nl
- Hulpmix: www.hulpmix.nl
- Hyves: www.hyves.nl
- ITJ: <http://www.jeugdinspecties.nl> (22 november 2010)
- Jeugdzorg 2.0: http://www.linkedin.com/groups/Social-media-en-de-jeugdzorg-1833677.S.38768816?qid=d99e65c9-3d2a-458b-bdee74cab24619e2&goback=%2Egmp_1833677 (15 februari 2011).
- Klanteninteractie Kenniscentrum: Vooral jongeren maken steeds meer gebruik van sociale media.
<http://www.klantinteractiekenniscentrum.nl/artikelen/413/1/Vooral-jongeren-maken-steeds-meer-gebruik-van-sociale-media/Pagina1.html> (11 februari 2011).
- Last van de Overheid: www.lastvandeoverheid.nl
- Metro: <http://www.metronieuws.nl/algemeen/tranen-delen-optwitterhelpt/SrZkdb!EnO5NQhaLlKA/>
- Mind your own life: www.mindyourownlife.nl
- Nationaal CrisisCentrum: <http://www.nationaalcrisiscentrum.nl/document/twitterrevolutie-de-rol-van-social-media-bij-het-ontstaan-van-de-volksopstanden-de-arabisch>
- NowNederland: De nieuwe generatie internetprofessionals. www.nownederland.nl (11 februari 2011).
- Petities: www.petities.nl
- Pratenonline: www.pratenonline.nl

Stop kindersex: www.stopkindersex.nl
Total Active Media: www.totalactivemedia.nl
Twitter: www.twitter.nl
Vragenforum: www.vragenforum.nl
Webcare: www.webcare.nl
Wikileaks: www.wikileaks.nl
Wikipedia: www.wikipedia.nl
Volkskrant: http://opinie.volkskrant.nl/artikel/show/id/7818/revolutie_maak_je_op_straat,_niet_op_internet

Overige bronnen:

Seminar Jeugdzorg 2.0. Bijgewoond op 1 maart 2011. Den Haag.

Manisch depressieve jongeren en hun gevecht om te overleven. Bijgewoond op 17 februari 2011.

Amsterdam.

De Luca, M., Rudin, S., Spacey, K. (Producers) & D. Fincher (Director). (2010). The Social Network. Film. Verenigde Staten: New York (website: <http://www.thesocialnetwork-movie.com>)

Bijlagen

Bijlage 1 Topiclijsten

1.1 Topiclijst interviews

1.2 Topiclijst focusgroepen ITJ

1.3 Topiclijst focusgroepen jongeren

Bijlage 2 Codeboom

Bijlage 3 Schematische weergave onderzoeksvragen

Bijlage 4 Kansen en risico's

1.4 Kansen en risico's volgens de professionals

1.5 Kansen en risico's volgens de medewerkers van ITJ

1.6 Kansen en risico's volgende de jongeren

Bijlage 1 Topiclijsten

1.1 Interview professionals

1. Digitalisering van de maatschappij
 - Maakt u zelf gebruik van social media?
 - Wat vindt u van deze digitalisering?
 - Hoe moeten we social media gebruiken?
 - Waarom social media gebruiken? Bewust inzetten of niet?
2. Social media
 - Welke media zijn het meest geschikt om jongeren te bereiken?
 - Welke media zijn het meest geschikt om jongeren te gebruiken als bron voor problematiek?
3. Jeugd domein en social media
 - In hoeverre is er sprake van een online leefwereld?
 - In hoeverre is er sprake van een online probleemwereld?
 - Wat vindt u van online hulpverlening?
 - In hoeverre wordt er nu gebruik gemaakt van social media in het jeugd domein/jeugdzorg?
 - Waarom social media gebruiken in de jeugdzorg?
 - Zeggen jongeren wel eens iets over het uiten van problemen op internet?
 - Wanneer is het wel en niet geschikt om social media te gebruiken?
4. Depressieve jongeren online
 - In hoeverre is de problematiek bepalend voor het gebruik van social media?
 - Wat denkt u dat depressieve jongeren op internet doen?
 - Waar zitten volgens u jongeren met een depressie?
 - Hoe kunnen we jongeren met een depressie het beste bereiken om te gebruiken in onderzoek?
 - Zijn jongeren met een depressie op sociale netwerksites te benaderen?
 - Hoe schat u de hulpvaardigheid van jongeren in bij onderzoek?
 - Hoe schat u de waarde van de informatie van jongeren voor onderzoek?
5. Kansen en risico's
 - Kansen en risico's in algemeen gebruik van social media?
 - Kansen en risico's bij jongeren met een depressie?
 - Kansen en risico's bij het gebruik van social media voor onderzoek?
 - Waar liggen de kansen van social media in de jeugdzorg?
 - Welke risico's brengen social media met zich mee in de jeugdzorg?

1.2 Focusgroepen medewerkers ITJ

1. Digitalisering van de maatschappij
 - Wat vinden jullie van deze digitalisering?
 - Hoe moeten we social media gebruiken?
 - Waarom zou ITJ social media gebruiken?
 - Wat wil ITJ voor informatie van deze jongeren?
 - Op welke manier wordt er nu informatie verkregen en wat is daar goed of slecht aan?
2. Social media
 - Welke media zijn het meest geschikt om jongeren te bereiken?
 - Welke media zijn het meest geschikt om jongeren te gebruiken als bron voor problematiek?
3. Jeugd domein en social media
 - In hoeverre wordt er nu gebruik gemaakt van social media in het jeugd domein/jeugdzorg?
 - Waarom social media gebruiken in de jeugdzorg?
 - Wanneer is het wel en niet geschikt om social media te gebruiken?
 - Wat vinden jullie van online hulpverlening?
4. Depressieve jongeren online
 - In hoeverre is de problematiek bepalend voor het gebruik van social media?
 - Waar zitten volgens jullie jongeren met een depressie?
 - Hoe kunnen we jongeren met een depressie het beste bereiken om te gebruiken in onderzoek?
 - Hoe schatten jullie de hulpvaardigheid van jongeren in bij onderzoek?
 - Hoe schatten jullie de waarde van de informatie van jongeren voor onderzoek?
5. Kansen en risico's
 - Kansen en risico's in algemeen gebruik van social media?
 - Kansen en risico's bij jongeren met een depressie voor onderzoek?
6. Alternatieve mogelijkheden voor ITJ?

1.3 Focusgroepen met jongeren

1. Digitalisering van de maatschappij
 - Maken jullie gebruik van social media?
 - Waarom gebruiken jullie social media?
 - Wat doe je wel en wat niet online?
 - Wat bespreek je wel wat en niet online?

2. Social media
 - Welke social media gebruiken jullie?
 - Welke media zijn het meest geschikt om jongeren te bereiken?

3. Jeugd domein en social media
 - Maken jullie weleens gebruik van social media als je een probleem hebt?
 - Waarom zou je gebruik maken van social media ipv een bijvoorbeeld een dokter?
 - Wat vinden jullie van online hulpverlening?
 - Zouden jullie je gevoelens eerder delen in een face-to-face gesprek of op een anoniem forum? En waarom?

4. Depressieve jongeren online
 - Waar denken jullie dat depressieve jongeren gebruik van maken op internet?
 - Hoe kunnen we jongeren met een depressie het beste bereiken om te gebruiken in onderzoek?
 - Hoe schatten jullie de hulpvaardigheid van jongeren in bij onderzoek?
 - Hoe schatten jullie de waarde van de informatie van jongeren voor onderzoek?

5. Kansen en risico's
 - Kansen en risico's in algemeen gebruik van social media?
 - Kansen en risico's bij jongeren met een depressie voor onderzoek?

Bijlage 2 Codeboom

- Digitalisering
 - Algemeen beeld van social media
 - Omgang met social media
 - Hoe te gebruiken?
 - Wel/niet inzetten?
- Social media
 - Doelgroep
 - Jongeren als bron van informatie
- Jeugd domein en social media
 - Online leefwereld
 - Online probleemwereld
 - Online hulpverlening
- Depressieve jongeren:
 - Online depressiewereld
 - Hulpvaardigheid
 - Waarde van informatie
- Kansen en risico's
 - Algemeen gebruik van social media door jongeren
 - Gebruik social media bij jongeren met een depressie
 - Gebruik social media voor onderzoek
- Problematiek afhankelijk

Bijlage 3 Schematische weergave van onderzoeksmethoden en respondenten per onderzoeksvraag.

	Onderzoekstechniek	Onderzoeksmethode	Type respondenten
Onderzoeksvraag 1	Beschrijven van huidige situatie	Desk research	Geen respondenten, maar bestaand materiaal (wetenschappelijk literatuur)
	Observeren van het gedrag van de doelgroep	Desk research	Websites
Onderzoeksvraag 2	Verklaren van de inzichten van de actoren	Interviews	5 online respondenten: online hulpverleners 5 offline respondenten: Psychologen/onderwijs
	Evalueren van de verklaarde inzichten van de actoren	Focusgroepen Data-analyse van interviews en focusgroepen	3 groepen á 6 jongeren 2 groepen á 5 ITJ-medewerkers
Onderzoeksvraag 3	Verklaren van de inzichten van de actoren	Interviews	5 online hulpverleners: online hulpverleners 5 offline hulpverleners: Psychologen/onderwijs
	Evalueren van de verklaarde inzichten van de actoren	Focusgroepen Data-analyse van interviews en focusgroepen	3 groepen á 6 jongeren 2 groepen á 5 ITJ-medewerkers

Bijlage 4 Kansen en risico's

4.1 Kansen en risico's volgens professionals

Om structuur in aan te brengen heb ik het onder verdeeld in de kansen (groen gekleurd) en risico's (rood gekleurd) voor: (1) het algemeen gebruik van social media door jongeren, (2) het gebruik van social media bij jongeren met een depressie en (3) de inzet van social media voor onderzoek van ITJ.

1. De kansen en risico's van het algemeen gebruik van social media door jongeren:

"Je kunt veel jongeren tegelijk benaderen" (respondent 4)

"Jongeren zitten sowieso al online, ze zitten dag en nacht achter de computer" (respondent 3)

"Ik weet dat mijn leerlingen altijd bezig zijn met social media, smartphones, Hyves en Facebook. Dat is dus ook de manier op ze te benaderen" (respondent 9)

"De drempel is hoog bij face to face contact en daarom is het zo mooi dat er online hulpverlening bestaat" (respondent 1)

"Er is heel veel informatie te vinden over problemen, er zijn lotgenootjes die je als jongere kunt spreken" (respondent 7)

"Je kan snel en effectief oplossingsgericht te werk gaan" (respondent 1)

"Met social media kan je veel kanten op, die volgens mij jongeren goed kunnen helpen" (respondent 1)

"Vooral als corporate middel gebruiken voor hulpverleners onderling" (respondent 3)

"Jongeren benaderen via Facebook of Hyves zou heel bedreigend over kunnen komen. En dat moet juist vermeden worden. Het grote nadeel van social media inzetten is het fout doen. Dat je jongeren in hun veilige zone aanspreekt terwijl ze daar niet op zitten te wachten. Wat een slechte reputatie voor de site tot gevolg kan hebben, maar nog erger dat jongeren het vertrouwen verliezen" (respondent 3)

"Je moet weten wat je doet, anders zet je jezelf voor schut. Je moet er in investeren, tijd kost ook geld. Te weinig investering, of te weinig volgers levert nog niets op" (respondent 5)

"Het kan heel erg een sociale druk geven en dat je alles van iedereen weet" (respondent 1)

"Het is soms ook een klaagmuur van ellende en daar worden anderen weer in mee getrokken, wat een slechte uitwerking kan hebben op die kids" (respondent 7)

"Soms moet je buiten het domein van de jongeren blijven" (respondent 3).

2. De kansen en risico's van het gebruik social media bij jongeren met een depressie:

"Het feit dat je iemand niet ziet lijkt het wel of jongeren juist veel meer zeggen dan wanneer ze de hulpverlener face-to-face zien" (respondent 1)

"Ik denk dat depressieve jongeren heel veel steun aan elkaar hebben via websites en dergelijke, omdat ze naar hartenlust kunnen spuien over hun problemen, zonder dat er een ouder of een hulpverlener tussen zit die het beter weet of ze probeert op te peppen" (respondent 4)

"Er zou meer samengewerkt moeten worden met instellingen onderling, de krachten bundelen. Ik zou willen dat we met z'n allen meer samenwerken en dat we het samen doen. De maatschappij is redelijk individualistisch. Er kunnen wel meerdere initiatieven blijven bestaan, maar het zou heel goed zijn als we met z'n allen kijken naar hoe kunnen we het voor die jongeren zo toegankelijk mogelijk kunnen maken" (respondent 1)

"Ik kan me voorstellen dat jongeren met een depressie juist op internet zoeken, omdat ze in een soort isolement zitten qua vrienden" (respondent 9)

"Jongeren zijn snel van het padje, maar ook snel weer op het padje" (respondent 1)

"Social media biedt vooral een kans op preventie maatregelen" (respondent 3)

"Het hangt natuurlijk ook heel erg af wat het probleem precies is of bijvoorbeeld hoe depressief een kind is, maar als je echt zwaar depressief bent, ga je ook niet op internet hulp zoeken, dan moet een ouder dat kind aan zijn haren meenemen naar een psycholoog" (respondent 6)

"Het verwachtingspatroon van de doelgroep moet je goed in de gaten houden, anders mis je de boot" (respondent 4)

3. De kansen en risico's voor de inzet van social media voor onderzoek van ITJ:

"Een mogelijkheid is een soort jongeren panel op te richten en te vragen wat wil je wel en wat niet op zo'n site" (respondent 3)

"Of je maakt een online vragenlijst en stelt daar iets tegenover, een klein cadeautje ofzo" (respondent 3)

"Een forum in de gaten houden naar terugkerende thema's is nog niet zo'n gek idee, om blinde vlekken niet te missen" (respondent 8)

"Volgens mij zou een betere vraag zou: wat kunnen wij als hulpverleners met social media? Moeten we dat wel willen, omdat het er toevallig is?" (respondent 3)

"Je kunt jongeren niet over één kam scheren. Ook is depressie bij elke jongere anders. Dat kan je toch niet generaliseren?" (respondent 4)

“Als je dingen doet op Hyves en Facebook, moet je zeker weten dat het niet bedreigend overkomt op de doelgroep” (respondent 3)

“We zijn voorzichtig met ze om de oren slaan met onderzoeken en enquêtes” (respondent 1)

“Jongeren weten niet meer welke site goed is of slecht. Een HKZ herkenning, aangesloten zijn bij een databank, daardoor weet ik wat we doen en dat we het goed doen, maar jongeren zegt zo’n erkenning of keurmerk helemaal niks. Hoe meer van dit soort sites er komen hoe lastiger het wordt voor de jongeren. Je weet als jongeren niet goed waar je moet zijn voor goede hulp. Daarom is het niet goed dat er steeds meer online hulpverleningssites komen” (respondent 3).

4.2 Kansen en risico’s volgende medewerkers ITJ

In tegenstelling tot paragraaf tot bovenstaande zal ik de kansen en risico’s niet onderverdelen in verschillende subthema’s, omdat de focus van voornamelijk ligt op de kansen en risico’s bij de inzet van social media voor onderzoek van ITJ. De kansen zijn wederom groen gekleurd en de risico’s rood.

“Jongeren zitten niet anders dan op social media. Bij ons gaat het om de jongeren, dus daar kan je ze bereiken”

“Wie kan nou beter vertellen wat voor impact dat op hun heeft, dan die jongeren die met een depressie kampen”

“Het is dé manier om jongeren te bereiken. Tegenwoordig is dat zo ontzettend belangrijk. Jongeren komen niet meer voor een groepsgesprek. Als je jongeren wilt benaderen denk ik dat social media daar heel handig voor is”

“Het is heel toegankelijk en laagdrempelig”

“Ik kan me ook voorstellen dat het nuttig is om te kijken hoe die jongeren op elkaar reageren. Dat levert spannende dingen op, maar dan moet je dus wel iets met die anonimiteit doen”

“En aan de andere kant als je social media zou kunnen gebruiken of zou kunnen inzetten om jongeren als respondent te gebruiken, dan is dat natuurlijk een hele mooie, makkelijke, snelle en goedkope manier zeg maar informatie van je respondenten te krijgen”

“Nu als we jongeren spreken is het best wel een select groepje. Terwijl social media geeft ook de kans om misschien iets minder diepgaand, maar wel veel meer jongeren te spreken en veel breder te kijken”

“Ik denk dat ze veel vrijer zijn onderling met elkaar over dingen die ze met elkaar bespreken, roepen, misschien ook wel impulsiever en dat levert andere soort informatie op”

“Ik zie het als een uitbreiding op ons instrumentenpakket van methoden en technieken die wij, waar nodig, passend bij het onderwerp, kunnen gaan inzetten”

“De interactie werkt gewoon heel goed. Die interactie creëert ook een bepaalde mate van enthousiasme. Het heeft veel meer effect op die manier”

“Zo’n discussieforum waar depressieve jongeren komen en met elkaar chatten dat lijkt mee een ideale plek, want daar heb je je doelgroep. Die zit daar en daar kan je dan heel gericht mee praten”

“Via een middenvorm zou het misschien wel kunnen. Dus wel benaderen via scholen, maar dan het anonieme gebruiken van de social media. Dat je via die school een koppeling maakt naar een site of vragenlijst”

“Inderdaad wel veel breder, maar minder diepgaand. Ik vind wel dat je face to face niet moet afschaffen”

“Weegt het op tegen de tijd die je er meer aan kwijt bent”

“Je krijgt alleen wel alles door elkaar, al die data, daar is geen touw meer aan vast te knopen”

“Het is wel heel breed, en als wij dan dat allemaal moeten volgen van wat er gebeurt om daar iets uit te kunnen halen, dan lijkt het me erg omslachtig”

“De hoeveelheid informatie die je krijgt. Het risico is dat je dat gaat uitdrukken in percentages. Er is ook altijd een categorie die dat minder gebruikt”

“De respondenten die je bereikt via social media moet je niet gaan zien als 100% bereik. Daar moet wel duidelijk in zijn dat dat niet zo is. Dat betekent wel dat je heel bewust moet zijn van, welke jongeren heb je en wie mis je nog. Je stapt natuurlijk heel snel in die valkuil van je bereikt iedereen”

“En de betrouwbaarheid op zich, het gebeurt natuurlijk vaak genoeg dat mensen dingen roepen die helemaal niet waar zijn. En we kunnen niet aan de buitenkant zien van of het nou gemeend is wat er staat of niet”

“Dus hoe betrouwbaar is je informatie”

“Dingen die op internet verschijnen, kunnen ook een eigen leven gaan leiden. En ik vraag me ook af hoe gaan we die veiligheid in bouwen dat jongeren ook weten dat de informatie ook goed wordt gebruikt en niet wordt misbruikt”

4.3 De kansen en risico's volgens de jongeren

Ook bij het verwerken van de kansen en risico's volgens de jongeren is geen onderscheid gemaakt in de verschillende subthema's, omdat de focus van voornamelijk ligt op de kansen en risico's van social media op zich. De kansen zijn wederom groen gekleurd en de risico's rood.

“Iedereen maakt gebruik van social media”

“Sowieso als je achter de computer huiswerk zit te maken, dan zet je ook Facebook aan enzo”

“Ik denk dat het verschilt per persoon”

“Ik zou meer zeggen als je het opschrijft”

“Dus probleemjongeren zeggen dan misschien eigenlijk ook wel meer ja”

“Op je eigen vertrouwde kamer voel je je toch wel wat veiliger ofzo denk ik. Dus dan zeg je ook meer”

“Per doelgroep moet je iets anders aanpakken”

“En je kan wel goed met elkaar meeleven”

“Je kunt elkaar wel makkelijk bereiken”

“Denk dat ze dan wel meer zeggen. Ze zien geen reactie, geen oordeel ook”

“Anoniem kan ik wel begrijpen dat je dan veel vertelt”

“Ja, ik denk dat het heel veel jongeren aantrekt. Sommige mensen zetten alles erop”

“Denk dat ze het juist wel chill vinden om te merken dat ze naar je luisteren”

“En qua kans denk ik dat je sneller echt de doelgroep bereikt”

“Heel goed alternatief dat je het via social media gaat proberen”

“Dat iedereen alles van je weet. Je wordt zelfs gezocht door werkgevers”

“Je kan er zo op afgewezen worden als je niet uit kijkt”

“Pesten via internet gebeurt ook best vaak”

“Die discussiedingen zijn niet zo bekend volgens mij”

