

E-participatie via sociale media: hoe doe je dat?

Door: Janine Bake

Kijkt u eens om u heen, zit u ook met een computer, mobiele telefoon, misschien wel twee en mogelijk ook nog andere type computer zoals laptop of tablet in de buurt? Dat is bijna een zekerheid, want in Nederland zijn we zeer actief met deze digitale middelen. Met internet, wifi en 3G overal om ons heen beperkt het gebruik zich niet alleen tot het kantoor of thuis, maar zijn we overal 'mobile connected'. Die online wereld gebruiken we vooral om informatie op te zoeken, maar ook steeds meer om informatie met elkaar te delen. Het gebruik van sociale media neemt nog iedere dag toe.

Het is een logisch gevolg dat de mogelijkheden die internet biedt een steeds essentiëler onderdeel worden van onze communicatie. Niet alleen voor onze onderlinge communicatie, maar ook in contact tussen de burger en de overheid. Burgers hadden altijd al contact met de overheid, echter een verschuiving is zichtbaar. Lag de nadruk van overheidscommunicatie voorheen vooral op informeren van burgers, nu verplaatst de aandacht steeds meer naar participeren en een dialoog aan gaan.

Dit komt enerzijds door de vraag van burgers naar meer inspraak en anderzijds door de mogelijkheden die interactieve media zoals Twitter en Facebook ons bieden. Het digitaal participeren, wordt ook wel 'e-participatie' genoemd. Vaak gaat het dan specifiek over het betrekken van derden in het beleidsproces. Uiteraard wordt er gebruik gemaakt van ICT, maar hierin wordt wel een actieve houding van alle participerende partijen verwacht.

Ondanks dat er veel mogelijkheden zijn om op digitale wijze burgers te betrekken bij de inrichting van hun eigen omgeving zien we dat het gebruik slechts mondjesmaat wordt ingezet. We komen steeds uit bij een paar 'succesvolle' initiatieven. Wat we kunnen vaststellen en in dit artikel ook verder uitwerken is dat de grote uitdaging voor het succesvol inzetten van e-participatie binnen de overheid hem niet zozeer zit in de techniek. Alle technische mogelijkheden zijn er. Het gaat er om, die technieken op de juiste manier weten te gebruiken en nog belangrijker: je organisatie, jij en je collega's, en jullie partners moeten er ook klaar voor zijn. Is jouw organisatie klaar voor e-participatie?

Wisdom of the crowd

In de 'connected' wereld of netwerkmaatschappij is er sprake van horizontalisering. Relaties worden vlakker en er is minder hiërarchie. Het internet en sociale media maken het mogelijk om op een snelle manier met iedereen in contact te komen, ongeacht positie of status.

Deze nieuwe horizontale manier van communiceren heeft naast invloed op de sociale verhoudingen in de maatschappij, ook invloed op het verticale overheidsproces. De overheid is van origine ingericht als een piramide, een verticaal of hiërarchisch model. Kennisoverdracht gaat vaak langzaam en communicatie moeizaam. Deze traditionele organisaties noemen we ook wel 1.0-organisaties. De huidige maatschappij is echter veel meer vergelijkbaar met een netwerk, de 2.0-maatschappij. En we zien al trends die overgaan naar een 3.0-maatschappij, de volgende stap.

Onder andere met de komst van nieuwe sociale media gaan we uit van het principe 'wisdom of the crowds'. Het principe van wisdom of the crowds is er op gericht dat veel onafhankelijke individuen meer weten en beter beslissingen kunnen nemen, zeker over hun eigen (leef)omgeving, dan één expert. Iedereen kent het bekende voorbeeld van Wikipedia, een digitale encyclopedie opgebouwd en onderhouden door de 'crowd'. Het principe is dan ook niet 'kennis is macht', maar 'kennis delen is de kracht'.

Ook de overheid kan dankbaar gebruik maken van de wisdom of the crowd om meningen te peilen of zelf co-creatie aan te gaan bij het bedenken van nieuw beleid. Dit kan zij doen door zich actief te mengen op sociale media en interactie te zoeken met de burger (bottom-up). Maar dat kan zij ook doen door hen te faciliteren door een online platform aan te bieden waar ze met vragen en feedback terecht kunnen (top-down).

Natuurlijk is het faciliteren van wisdom of the crowds niet voldoende om de 'crowd' ook werkelijk mee te krijgen. Daar is meer voor nodig. De Wetenschappelijke Raad voor Regeringsbeleid (WRR) heeft recent een interessant boek uitgebracht over burgerparticipatie 'Vertrouwen in burgers'. Zij stellen dat het trefwoord van een levende democratie die bouwt op burgerbetrokkenheid, het woord vertrouwen is. Hiermee doelen zij op wederzijds vertrouwen van beleidsmakers en burgers (WRR 2012). Ik sluit me aan bij hun visie op vertrouwen. Dit is nodig om zowel beleidsmaker als burger mee te krijgen in (nieuwe) vormen van participatie.

Maar er zijn nog meer factoren te onderscheiden die nodig zijn om burgers warm te krijgen voor (e-)participatie: emotionele verbintenis, actuele thema's en persoonlijke relevantie. Zo zien we dat emotionele verbintenis aan het thema belangrijk is voor mensen om uit zichzelf een bijdrage te leveren. Daarnaast is de actualiteit van grote invloed. Thema's die nu spelen zijn vaak aantrekkelijker om aan bij te dragen. En ten slotte zien we ook dat thema's die mensen direct raken, en zich afspelen 'in my backyard', vaak interessant genoeg zijn voor participatie. De redenen waarom mensen juist niet participeren is vaak gericht op het gebrek aan tijd, interesse of kennis van het onderwerp.

De strategie voor e-participatie is vergelijkbaar met een 'traditionele' communicatiestrategie: wat is je doel, wie zijn je doelgroepen, wat is je aanpak, welke instrumenten zet je in en wat is het uiteindelijke resultaat. Voor het echte succes is het sleutelwoord 'communicatie'. Duidelijke verwachtingsmanagement over wat er met de input gebeurt is de basis. Schep geen valse verwachtingen en neem de burger serieus. Daarnaast is het belangrijk om terug te koppelen wat er met de verkregen input gebeurt. Net zo belangrijk als externe communicatie, is ook de interne communicatie in de organisatie. Voor het proces zijn één of meerdere trekkers essentieel en is interne commitment nodig voor de uiteindelijke 'embedding'.

De Whuffie-factor van de overheid

De online wereld is er en groeit met de dag. Om e-participatie echt succesvol in te zetten is er een belangrijke factor van invloed en wel de 'Whuffie-factor' van de overheid. Whuffie staat voor sociaal kapitaal en is gerelateerd aan hoeveel iemand iets wordt gegund. Het begrip heeft internationale bekendheid gekregen door schrijfster en online marketeer Tara Hunt (2009).

In de online wereld is Whuffie de waarde die iemand heeft. Geld, macht en status krijgen een hele andere invulling. Zo hebben op Twitter mensen met veel volgers binnen no-time hun vraag beantwoord gekregen, zeker als zij er om bekend staan zelf ook bereid te zijn om anderen te helpen. Deze mensen hebben een grote gunfactor. De Whuffie van de overheid is op zijn zachts gezegd nog niet zo groot. Om e-participatie goed in te zetten moet gewerkt worden aan de Whuffie van de overheid. Om dit te vergroten zijn er twee partijen die in ieder geval een metamorfose moeten ondergaan: de ambtenaar en de overheid zelf.

Genetwerkte ambtenaar - De ambtenaar heeft een belangrijke rol in het doorbreken van bestaande structuren. Hij is de contactpersoon tussen

de overheid en haar doelgroepen en kan hierdoor een essentiële rol voor e-participatie vervullen. Deze nieuwe manier van werken vraagt om een 'genetwerkte ambtenaar'. Belangrijke kenmerken zijn dat hij of zij naar buiten gaat, luistert en in dialoog gaat, signaleert en deze signalen omzet naar acties. Dit vraagt in ieder geval een innoverende blik, flexibiliteit, transparantie en welwillendheid. En bij een nieuwe manier van communiceren, horen ook nieuwe technologische competenties, zoals digitale vaardigheden.

Ambtenaren kunnen, naast aan te dringen op de benodigde veranderingen, ook het heft in eigen hand nemen en actief aan de slag gaan. Ga naar buiten! En nog belangrijker; omarm de dynamische omgeving van het internet en zet deze slim in. Denk hierbij vanuit de burgers. 'Wie burgers wil betrekken moet denken vanuit hun perspectief. Succes vereist maatwerk 'aan de voorkant' zo stelt ook het rapport van de WRR (2012).

Toekomstgerichte overheid - Een verhoging van de Whuffie-factor vraagt niet alleen een verandering van de individuele ambtenaar (die in contact staat met de burger). Het vraagt ook een verandering van 'de overheid' als systeem. Het gaat om een transformatie van de overheid naar minder controle, maar meer faciliteren. De overheid stelt kaders vast en de burger/organisaties vullen deze in. Zij zijn veelal prima in staat om dit zelf in te richten. De expertise van de overheid is nodig voor het scheppen van kaders, maar ook voor het in het oog houden van het overkoepelende belang. Waar het om gaat zijn meer horizontale structuren en transparantie. Concreet gaat het ook over het geven van ruimte aan ambtenaren om te experimenteren, met daarbij goede online ondersteuning.

Start vandaag

Het klinkt als een hele opgave, dat online participeren! En dat is het mogelijk ook. Maar ik hoop in dit hoofdstuk duidelijk te hebben gemaakt dat er zeker een meerwaarde te behalen is. Om je op weg te helpen sluit ik af met een paar tips. Wat kun je zelf doen om de uitdagingen aan te gaan?

Tip 1: Zoek de ruimte en wees ambassadeur! Draag uit dat je dit wilt en ga aan de slag. Zorg voor interne betrokkenheid van de juiste personen. Er is altijd wel een collega te vinden die je interesse in deze ontwikkeling deelt.

Tip 2: Experimenteer! Start vandaag met experimenteren. De techniek is er, sociale media zijn gratis, het kost alleen tijd om ze te leren gebruiken en ze te onderhouden.

Tip 3: Maak je netwerk inzichtelijk, offline en online. Zorg daarbij ook dat je interne netwerk inzichtelijk is, weet wie te betrekken (zie o.a.: LinkedIn en pleio).

Tip 4: Leer van en met collega's. De benodigde competenties zijn in dit stuk aan de orde gekomen. Ben jij nog niet die genetwerkte en digivaardige ambtenaar? Leer van collega's (binnen of buiten je organisatie) of ga als het nodig is op cursus. Zoek ambassadeurs op, ga in gesprek met collega's met aanvullende competenties en ga samen naar buiten.

Tip 5: Laat je niet weerhouden door je leidinggevende. Stap over hiërarchieën heen of neem ze mee. Enthousiasmeer je afdelingshoofd en directeur, betrek ze en laat als ambassadeur zien wat er mogelijk is.

Met de juiste inzet van middelen, tijd en vaardigheden zit er wel degelijk potentie in e-participatie. Maar er is nog een wereld te winnen. Belangrijkste is dat we gewoon aan de slag gaan! Wanneer start jij met het verhogen van de Whuffie-factor van de overheid?



Janine is organisatie- en innovatieadviseur bij Alares. Zij heeft een passie voor innovatie, digitaliteit en het mooier maken van de BV Nederland door organisaties te innoveren en verbeteren.

Janine heeft een master Nieuwe Media en Digitale Cultuur (Universiteit Utrecht) en heeft onder andere onderzoek gedaan voor het ministerie van OCW (Onderwijs, Cultuur en Wetenschap) naar e-participatie in beleidsvorming. Online gemeenschappen, kennisdeling en web 2.0

zijn belangrijke steekwoorden. Daarnaast is Janine zeer actief in de zorgsector en is ze ook daar actief om organisaties te innoveren.

Twitter: @Janinebake

Website: www.janinebake.nl