

Voorwoord: de nieuwe dorpsstoeter heet sociale media

Door: Rijk van Ark

Dorpsstoeters en dorpspompen spelen al sinds eeuwen hun communicatieve rol. Niets nieuws onder de zon dus, zou je zeggen, behalve dat het getet in deze tijd via de blackberry en de Iphone tot ons komt. Daarmee heeft ook de dorpspomp, waaromheen de interactieve buzz ontstaat weer een nieuwe vorm gevonden.

De twijfel van autoriteiten waarvoor die nieuwigheid nu nuttig is, en of daar niet grote risico's aan zitten is ook al niet van gisteren. Wie begint ermee en wie neemt de wet van de remmende voorsprong dan voor zijn rekening? Zoals met alle innovaties moet het ergens beginnen en leren we al doende.

Wie het lef heeft om bij de innovators te willen horen leert het meest, en geeft daarmee ook een signaal midden in de werkelijkheid te willen staan, en niet op een eiland te blijven zitten. Digitale ontwikkelingen blijken onvoorspelbaar, maar de slechtste optie is er dus maar zo lang mogelijk van weg te blijven.

Als directeur communicatie heb ik destijds steeds gekozen voor een nuchtere lijn, en die is me goed bevallen. Je moet het niet overdrijven, want oude communicatiewetten gelden nog steeds, zoals het belang van kennis over je doelgroep en het vermogen die te bereiken met de goede boodschap en mediamix. En de vragen die we nu stellen, kreeg ik tien jaar geleden ook al te horen toen we als gemeenten onze eerste stappen in de digitale wereld zetten. Ook ik dacht toen ik mijn eerste powerpoint maakte dat een beamer een 'be-amer' was, wat me een heerlijk fenomeen leek.

Tegelijk is er echter meer aan de hand dan een nieuw middeltje dat wordt toegevoegd aan de hele mediamix. De balans tussen zender en ontvanger is voorgoed veranderd. Geloofwaardigheid en authenticiteit staan onder druk, ontstaan op een andere manier. Ontvanger en zender wisselen voortdurend van rol.

Nog steeds geldt dat de burger niet gek is en allerlei feiten en waarheden niet voor zoete koek slikt. Het kritisch vermogen van burgers ten opzichte van de afzender en de boodschap moeten we niet onderschatten. En blijven werken aan het vertrouwen van burgers in

de overheid blijft hoog op de agenda staan. Daar bieden sociale media bij uitstek kansen voor.

Als Directeur Economische Zaken in Amsterdam zie ik veel innovatie in de markt op het gebied van sociale media. Daar kunnen we als overheid nog veel van leren. Het bedrijfsleven heeft de economische potentie van de nieuwe media inmiddels ruimschoots ontdekt. En niet alleen voor betere marketingtechnieken maar juist ook voor een betrouwbaar imago van producenten en dienstverleners. Door de ontwikkeling van allerlei toepassingen en apps is de wereld weer een stuk toegankelijker geworden.

Gelukkig zitten veel overheden ook op het goede spoor. De meeste gemeenten, zowel nationaal als internationaal hebben de toegevoegde waarde van het fenomeen wel ontdekt. Twee onderzoeken in dit boek bieden een foto, een momentopname, van hoe Nederlandse en buitenlandse gemeenten op dit moment met sociale media omgaan. Of, soms ook, niet omgaan. Daarnaast is een aantal hoofdstukken met brede verscheidenheid aan onderwerpen opgenomen. Om van te leren. Om ervaringen te delen en op het goede moment in te kunnen stappen.

Dat gezegd hebbend is er wat mij betreft ook nog een geloofsvraag. Wordt de wereld er beter van? Is de opkomst en het gebruik van sociale media het begin van het einde? Een contactarme samenleving die de hele dag in zijn schermpje tuurt en al Twitterend en Facebookend de essentie van het menselijk contact verliest, vergeet te kijken, te luisteren, te ruiken, te voelen en kortom, elkaar lief te hebben?

Of werken we aan een intelligent netwerk waar alles en iedereen met elkaar verbonden is en steeds beter en sneller begrepen wordt, en we steeds meer blootleggen van een groot en mooi geheim van schoonheid en volmaaktheid. Dat is de cliffhanger van de verhalen die nu volgen.....



Rijk van Ark is directeur van de dienst Economische Zaken in de gemeente Amsterdam.

Daarvoor was hij werkzaam als hoofd communicatie in onder meer de gemeenten Leiden, Rotterdam en Amsterdam.

Twitter: @Rijkvanark