



Wie het nieuws over de onrust in het Midden-Oosten en Noord-Afrika een beetje heeft gevolgd, zal opgemerkt hebben dat demonstranten elkaar via internet opriepen om te komen demonstreren, via internet de wereld vertelden wat er tijdens de demonstratie gebeurde en via internet een filmpje met beelden van de demonstratie en het optreden van de politie toonden. Een activist in Cairo zei: ‘Wij gebruiken Facebook om de protesten te plannen, Twitter om te coördineren en YouTube om het aan de wereld te vertellen.’

Het NOS-journaal verwees naar deze nieuwsbronnen. Soms laat het journaal een video-fragment van Youtube zien. Facebook, Twitter en Youtube zijn websites die sociale media worden genoemd. In dit artikel zullen we een blik werpen op sociale media. Wat zijn sociale media? Hoeveel worden ze gebruikt? Wat kun je er als gelovigen mee? Welke risico's kleven eraan?

Sociale media zijn internetmiddelen om te communiceren, contacten te leggen en groepen te maken. Deze media zijn door iedereen die toegang heeft tot internet te gebruiken, 24 uur per dag, en dankzij een mobiele telefoon met internetverbinding kan men overal communiceren, bij de kapper, op het werk en thuis. Door deze online communicatie kun je contacten leggen en groepen contacten samenstellen die anders niet zo gauw en zo makkelijk gevormd zouden kunnen worden. Twitter, Facebook en Youtube worden sociaal genoemd, omdat de gebruikers zelf kunnen communiceren, tekst of beeld kunnen plaatsen, contacten kunnen leggen en een groep kunnen vormen.

Een krant is geen sociaal medium, omdat de journalist, niet de massa van lezers, communiceert en de krant geen middel is om contacten te leggen of groepen te vormen. De traditionele media (krant, tijdschrift, radio, televisie, boek) zijn vooral éénrichtingsver-

keer, waarbij de lezer, luisteraar of kijker de ontvangende partij is. Bij sociale media daarentegen draait het om wisselwerking, tweerichtingsverkeer.

Er is nog geen gangbare definitie van sociale media. Laat ik eens een definitie van sociale media voorstellen: het zijn websites die (1) door gebruikers of bezoekers kunnen worden gevuld met tekst of beeld, en (2) de communicatie met andere bezoekers of gebruikers mogelijk maken, over de tekst of het beeld of iets anders.

Vormen

Men kan sociale media indelen naar hun kernfunctie. Te onderscheiden zijn onder andere:

- Profielsites, waar mensen zichzelf presenteren, contacten maken en deze onderhouden. Men kan zijn persoonlijke gegevens (naam, woonplaats, beroep, hobby's enz) vermelden en die laten lezen door een selecte groep of door iedereen. En men kan in contact komen met andere gebruikers van de site. Voorbeelden van profielsites zijn Hyves, Facebook, LinkedIn en Funky Fish. Funky Fish is een christelijke profiel-site.
- Videosites, waar mensen hun filmpje(s) kunnen plaatsen. Kijkers kunnen een reactie plaatsen en hun waardering kenbaar maken. Voorbeelden zijn Youtube,

Vimeo en Godtube. De laatste is een christelijke videosite.

- Microblogs, bijvoorbeeld Twitter. Op Twitter kun je in een kort bericht vertellen wat je aan het doen bent. Bijvoorbeeld: 'Ik lees een interessant artikel in het Bijbelstudieblad Focus'. Of je bericht wat er om je heen gebeurt: 'Tanks rijden het Tahirplein in Cairo op.' Of je vertelt wat je van iets vindt.
- Blogs, waardoor een gebruiker zijn eigen blog (= weblog, weblogboek, internetdagboek) kan typen, die hij aan anderen kan laten lezen en eventueel kan laten commentariëren. Een weblog kan ook gebruikt worden om artikelen over bepaalde onderwerpen te schrijven, waar lezers op kunnen reageren en onderling kunnen discussiëren.
- Forums, waar ieder een bericht, vraag, stelling kan plaatsen, waarover vervolgens gediscussieerd kan worden. Een voorbeeld is het christelijke forum Credible.nl en het reformatorische Refoweb.nl.
- Internetencyclopedieën als Wikipedia en Christipedia, waar gebruikers gezamenlijk aan artikelen werken en daarover eventueel met elkaar overleggen. Christipedia heeft een bijbelgetrouwe grondslag en is gericht op gelovigen.
- Chatdiensten, waarmee je onmiddellijk berichtjes heen en weer kunt zenden met één of meer anderen. 'Chatten' stamt uit het Engels en betekent 'kwebbelen'.



Social media, wat kun je ermee!

• door Kees Langeveld

Twitter is een bekend sociaal medium. Het is een website waarop iedereen gratis onder een zelfgekozen naam een berichtje van maximaal 140 tekens (letters, cijfers) kan plaatsen. 'Twitter' is Engels voor tjlpen, een berichtje heet een 'tweet', Engels voor getjilp. In 2010 waren 1,5 à 2 miljoen Nederlandse Twitter-accounts, waarvan er 200.000 echt actief zijn. Iedere abonnee van Twitter heeft een eigen pagina waarop zijn of haar berichten zijn te lezen. Premier Mark Rutte bijvoorbeeld heeft de pagina twitter.com/MarkRutte en ikzelf tjlp af en toe op de pagina twitter.com/KeesLangeveld. Men kan zich makkelijk op de hoogte houden van iemands berichtenstroom. Mark Rutte heeft bijna 34.000 'volgers' en ik 4 (stand maart 2011). Verschil moet er wezen.

Gebruik

Hoeveel worden die sociale media gebruikt? Nederland heeft 11,9 miljoen internetgebruikers, waarvan er 11,5 miljoen op een online sociaal netwerk als bijvoorbeeld Hyves, Facebook en LinkedIn zitten. Dus bijna elke Nederlander die internet gebruikt, is te

vinden op één of meer online sociale netwerken. Nederland heeft het hoogste percentage gebruikers van Twitter en LinkedIn ter wereld: meer dan één op de vier Nederlandse internetgebruikers zit op Twitter of LinkedIn. Hyves telt in ons land meer gebruikers dan Facebook, dat echter wereldwijd veel meer gebruikers heeft dan Hyves. In maart 2011 kwamen er 7,6 miljoen mensen op Hyves kijken. Samenvattend: in Nederland worden sociale media veel gebruikt. Wereldwijd zitten inmiddels 1 miljard mensen op een sociaal netwerk. De gemiddelde internetter spendeert 16 procent van zijn online tijd aan sociale media en 5 procent aan e-mailen. Sociale netwerken zijn dus qua tijdsbesteding belangrijker communicatiemiddelen geworden dan e-mail.

Populair

Waarom zijn sociale media zo populair? Ze bevredigen een eerste levensbehoefte, namelijk de behoefte aan communicatie, aan gemeenschap. De directeur van Xing, Europa's grootste zakelijke, sociale netwerk, merkte op: 'Toen ik tiener was belde mijn

zusje na schooltijd uren met een klasgenoot. Waarom? Ze hadden elkaar toch al de hele schooldag gesproken? Dat was niet genoeg. Ze hadden de behoefte meer met elkaar te delen. Datzelfde gebeurt nu via sociale media.' Dat verklaart mede waarom sociale media zo populair zijn. Een Amerikaanse leraar vroeg in januari aan zijn klas wie van hen de afgelopen twee uur een berichtje had verzonden. Allen staken hun hand op.

Wat kun je er als gelovige mee?

Onthul jezelf, christenen kunnen profielsites als Hyves of Facebook gebruiken om te vertellen wat ze doen en wat ze bezighoudt. Mensen oriënteren zich bij hun beslissingen steeds meer op hun vriendenkring en sociale netwerken, aldus de Duitse mediaonderzoeker Wolfgang Stock. Als christenen hun christelijk leven via sociale media onder woorden brengen, kan dat lezers aanspreken. Denk bijv. aan de vermelding van een gebedsverhoring of van de verwerking van een teleurstelling. Beweeg en toon je daar waar de mensen zijn. Wanneer je echter via sociale media laat

blijken dat je een actief en belijdend christen bent, kan dat een toekomstige werkgever afschrikken. Want werkgevers zoeken steeds vaker op sociale media informatie over een sollicitant.

Maar er zijn meer mogelijkheden om als gelovigen iets met sociale media te doen dan alleen maar jezelf als christen te presenteren.

Evangelisatie

Veel jongeren zijn continu online. Wil je hen bereiken, dan moet je daar zijn waar ze zich bevinden, onder andere op internet. Sociale media kunnen worden ingezet voor de verkondiging van het evangelie. Het is na te gaan welke onderwerpen op Twitter veel besproken worden of wat er bijvoorbeeld over God wordt gezegd. Daarop kan men inspelen. Iemand twitterde op 27 april: 'Ik denk niet dat er iets ALS god is maar ik weet wel dat het geloof erin goed is.' Een ander twitterde: 'God? Kan zijn dat hij bestaat, maar ik volg hem niet!' Daarop zou een gelovige kunnen reageren en zo een gesprek krijgen.

Facebook kan gebruikt worden om het evangelie bekend te maken en discussies te voeren waaraan niet-gelovigen kunnen deelnemen. Een mij onbekende Engelstalige broeder deelde mee dat hij Facebook aanvankelijk gebruikte om vooral over zichzelf te vertellen, totdat hij inzag dat hij ook over de Heiland der wereld kan vertellen en verantwoording van zijn geloof kan afleggen. Hij deed dat en merkte dat God een Bijbelvers op Facebook, of een gedachtewisseling of een verwijzing naar een website kan gebruiken om mensen te trekken. Paulus zei: '...predik het woord, wees paraat, gelegen en ongelegen; weerleg, bestraf, vermaan in alle lankmoedigheid en lering.' (2 Tim. 4:2) Facebook, Hyves en dergelijke sociale netwerksites bieden gelegenheid om je geloof te belijden en lezers op Jezus Christus te wijzen.

Op Facebook kun je bij 'levensbeschouwing', een onderdeel van je persoonlijke profiel, meedelen wat je gelooft. Bij 'favoriete uitspraken' kun je een favoriet vers uit de Bijbel vermelden. In 2009 bleek dat ruim de helft van de Facebookgebruikers iets invulden bij 'levensbeschouwing'. Men kan zich indenken dat internetevangelisten daar aanknopingspunten voor contact vinden.

Voor niet-gelovigen is communiceren over het geloof via Facebook laagdrempeliger dan een dominee of een (vergadering) broeder opbellen.

Onderwijs

Een profielsite kan worden gebruikt om andere christenen te informeren en met hen te communiceren over de wijze van samenkomen naar de Schrift: inbrenge door velen, leiding door de Geest, wekelijkse maaltijd van de Heer, woordbediening. Misschien dat sommigen daardoor nieuwsgierig worden en een bezoekje aan de samenkomst brengen.

Onderwijs over onze bijzondere manier van samenkomen kan ook via een ander sociaal medium worden gegeven, bijv. via een sociale encyclopedie.

Christipedia is een Bijbelgetrouwe internetencyclopedie die gevuld wordt door abonnees uit verschillende kerken en gemeenten. In 2008 nam ik het initiatief tot Christipedia en formuleerde een Bijbelgetrouwe grondslag. Inmiddels zijn er 50 deelnemers. Hoe het werkt? Iemand start een artikel, een ander vult het artikel aan, of plaatst een afbeelding, of verwijst naar een goed boek over het onderwerp, enz. Hierdoor kunnen inzichten worden uitgewisseld over kerkgrenzen heen, op dezelfde Bijbelse grondslag.

In Kassel, Duitsland, was in maart 2011 een conferentie over de vraag 'Zou Luther vandaag de dag twitteren?'. De deelnemers waren het erover eens dat de Reformator Martin Luther (1483-1546) inderdaad zou „twitteren”, want hij gebruikte ook de modernste techniek van zijn tijd om de christelijke boodschap te verbreiden – de boekdrukkunst.

Thematische groep

Zoals je naar een lezing of conferentie kunt gaan omdat het behandelde onderwerp je interesseert, zo kun je lid worden van een groep op de profielsite Hyves of Facebook die aandacht schenkt aan een bepaald onderwerp. Zo is er op Facebook een Engelstalige groep Christ in Prophecy (Christus in de profetie) die ruim 4200 leden telt. Dat zijn mensen die interesse in het onderwerp gemeenschappelijk hebben en daarover van gedachten wisselen. Deze Facebookgroep blijkt een toekomstverwachting te hebben die ons in de vergaderingen vertrouwd is: opname van de gemeente vóór de grote verdrukking, duizendjarig vrederijk.

Online gemeenschap

Een vergadering zou een groepspagina op Facebook kunnen maken en zo een beetje onderlinge gemeenschap kunnen oefenen. De vergadering in Elburg heeft een openbare Facebookgroep met 45 leden. Er staan 7 berichten op, onder meer een berichtje over volleyballen en één over de herkomst van salmiaknoepjes op de Bijbelstudiekring. Een nadeel is dat op zulke pagina's zomaar ongewenste advertenties kunnen verschijnen. Dat gebeurt op Facebook en op Hyves. De kosten van deze gratis sites worden kennelijk gedekt uit advertenties.

Contact maken

Als je behoefte hebt aan christelijke vrienden, kun je via een christelijke site als Funky Fish jezelf voorstellen (naam, woonplaats, studie, interesses e.d.) en contacten met anderen maken. Dit kan leiden tot vriendschap en zelfs tot een huwelijk. Door sociale media komt men in aanraking met andere mensen die men anders niet zou ontmoeten. Ik ken een jong echtpaar dat elkaar via Funky Fish heeft leren kennen.



Risico's

Techniek heeft niet alleen maar voordelen. TV is vaak oppervlakkig en vluchtig, en maakt ons oppervlakkig als we er teveel tijd in steken. Voor diepgang heb je een boek nodig en tijd om na te denken. Sociale media brengen ook nadelen en risico's met zich mee. Ik noemde al de confrontatie met ongewenste advertenties op de pagina die je wilt bekijken.

Technieksocioloog Sherry Turkle stelt dat Facebook en Twitter de menselijke communicatie in de weg staan. Ze zwakken ons emotioneel bewustzijn af. Voor de ontwikkeling van je invoelingsvermogen heb je ontmoetingen en omgang in levenden lijve nodig. Veelvuldig gebruik van sociale media echter gaat ten koste van ontmoeting van aangezicht tot aangezicht. Iemand zei: 'Ik heb meer met mijn vrienden uit Europa dan met mijn buurman, ook al heb ik die eersten nog nooit ontmoet in real life.' Dit nadeel treft ook het veelvuldig gebruik van tv.

Via profielsites kunnen makkelijk nieuwe contacten ontstaan. Er kan echter ook een ongewenst contact ontstaan. Een broeder schreef op zijn website: 'Facebook maakt het mogelijk dat kinderen mensen ontmoeten die men niet eens in huis wil ontvangen.'

Via sociale media komt men in aanraking met de denkbeelden van anderen, die soms haaks staan op je eigen denkbeelden. Dat kan aanzetten tot bezinning, maar vergroot evengoed de verwarring van deze tijd. Ieder kan zijn zegje doen. De meningen buitelen over elkaar heen. In de krant komen meestal deskundigen aan het woord, op sociale media kan iedere dwaas zijn opinie geven.

Wie veelvuldig gebruik maakt van sociale media wordt bestookt door allerlei berichten. Er komt zo een stuk onrust in iemands leven.

Door sociale media is snelle communicatie binnen een groep en mobilisatie van deze groep mogelijk. Voor een goede of kwade zaak. Palestijnen hadden een pagina op Facebook waarin ze opriepen tot de Derde Volksopstand tegen Israël. De pagina werd tenslotte verwijderd wegens opruiing tot geweld.

Een werkgever kan besluiten om een sollicitant wegens zijn uitlatingen op een sociaal medium niet aan te nemen. Persoonlijke gegevens zijn soms moeilijk van het internet weg te halen. Je kunt sporen achterlaten. Iemand die spijt heeft van een opmerking en die heeft weggehaald, kan er toch later nog mee geconfronteerd worden.

Conclusie

Sociale media worden veel gebruikt. Het gaat daarbij om communicatie en contact. En de mogelijkheid zelf tekst en beeld toe te voegen. Sociale media bieden kansen en risico's. We hebben wijsheid nodig om ze te gebruiken. Kijk eens hoe anderen, gelovig of niet, de sociale media gebruiken en doe ideeën op. Ik heb gezien hoe Wikipedia aansloeg, hoe het werkt en ben met die kennis aan Christipedia begonnen. Intussen zie ik steeds meer in dat het echte sociale leven zich afspeelt in ontmoeting en contact buiten het beeldscherm om.