

'Sociale' media in de watersector: hoe maak je er slim gebruik van?

Het aantal gebruikers van 'sociale' media groeit snel: steeds meer mensen onderhouden op deze manier persoonlijke maar ook werkgerelateerde relaties. Ook de overheid doet inmiddels de eerste ervaringen op met de inzet van deze media. Twee voorbeelden bij het RIVM illustreren het mogelijke gebruik van de nieuwe toepassing: Antenne drinkwater en de inzet van 'sociale' media bij de communicatiestrategie. Wat is de meerwaarde? En hoe kan de watersector 'sociale' media slim gebruiken?

In de moderne samenleving draait alles om netwerken. In die netwerken ontmoeten mensen en organisaties elkaar, wisselen informatie uit, delen interesses, creëren kennis en ontwikkelen activiteiten. De nieuwe ofwel sociale media spelen daarin inmiddels een belangrijke rol. Deze media zijn snel, interactief en laagdrempelig - want gratis.

Een groeiend aantal organisaties en individuen onderhoudt via 'sociale' media werkgerelateerde relaties, beïnvloedt elkaar en sluit nieuwe coalities. Daarmee krijgen deze media meerwaarde voor organisaties en deskundigen. Ze kunnen de binding versterken met leden, donateurs en vrijwilligers, de klantervaringen van organisaties ondersteunen, monitoren van onderwerpen of discussies over merken. Of ruimte scheppen voor creatief denken.

'Sociale' media is de benaming voor internetplatforms waarvan de gebruikers de inhoud bepalen, met weinig of geen tussenkomst van een professionele redactie. Het zijn in essentie interactieve communicatiemiddelen: deelname van anderen is noodzakelijk. Iedereen kan teksten, foto's en video's online zetten of een digitaal netwerk opbouwen. Snelheid, massaliteit, toegankelijkheid (lage kosten, laagdrempelig), diversiteit in vormen en verbondenheid zijn de succesfactoren van deze nieuwe media.

Ervaringen RIVM met 'sociale' media

Met enkele voorbeelden laten we zien welke mogelijkheden de nieuwe media bieden aan het RIVM bij haar werkzaamheden op het gebied van drinkwater en bij vaccinatieprogramma's.

Drinkwater in de sociale media

In het rapport 'Antenne Drinkwater 2011'¹⁾ (zie kader) staan ontwikkelingen beschreven die zijn gesignaleerd door drinkwaterdeskundigen van het RIVM en externen. Daarnaast is dit jaar is voor het eerst de mogelijke signaalfunctie van de sociale media bekeken. Een globale scan van LinkedIn, YouTube en Twitter brengt in beeld of aan drinkwater gerelateerde onderwerpen voorkomen in deze media. Het doel is het vroegtijdig signaleren van onderwerpen, opvattingen en percepties die spelen bij het publiek. Voor de volledigheid geven we aan dat deze drink-

onderwerpen	LinkedIn discussieforum	RIVM-drinkwaterdeskundigen	externe drinkwaterdeskundigen
schaliegas	X	X	
energie en water(keten)	X	X	X
Legionella	X	X	X
klimaatverandering	X	X	X
geneesmiddelen	X		X
nieuwe Drinkwaterwet	X		X
watergovernance	X	X	
Kaderrichtlijn Water	X		
biologische behandeling van grondwater	X		
nanotechnologie	X	X	X

Vergelijking drinkwateronderwerpen op discussiefora LinkedIn met onderwerpen genoemd door deskundigen binnen en buiten het RIVM.

waterscan slechts een momentopname is (peildatum: medio 2011). Allereerst LinkedIn: de onderwerpen op discussiefora van LinkedIn vertonen grote overeenkomst met de onderwerpen die zijn genoemd door RIVM- en extern deskundigen. In de tabel hierboven zijn deze onderwerpen gerelateerd aan de bron van herkomst.

YouTube bevat diverse korte filmpjes die een relatie hebben met drinkwater. Opvallend is dat de meeste filmpjes generiek van aard zijn en een educatief karakter hebben. De best bekeken filmpjes zijn die over brandend kraanwater (schaliegas), sporen van radioactiviteit in drinkwater (Japan) en de *flashmob* (een grote groep mensen die plotseling op een openbare plek samenkomt, iets ongebruikelijks doet en daarna snel weer uiteenvalt) over kraanwater in een flesje (peildatum: medio 2011).

Ook Twitter hebben we doorzocht op relevante termen. Het resultaat valt tegen. De meeste tweets hebben een signalerend karakter en zijn terug te voeren op berichten in de traditionele media (kranten, tijdschriften of tv/radio). De wisselwerking tussen nieuwe en oude media is hier duidelijk aan de orde.

Verandering communicatiestrategie

De commotie over HPV-vaccinatie tegen baarmoederhalskanker vormde voor het RIVM de directe aanleiding om actiever discussies op webfora, blogs en sociale media te gaan volgen. Binnen het project 'Sociale media' wil het RIVM met drie pilots

ervaring opdoen met de inzet van sociale media. Voor alle pilots geldt dat de inzet van sociale media geen doel op zich is maar onderdeel van het geheel aan communicatieactiviteiten over een bepaald onderwerp. De eerste pilot richt zich op de uitbreiding van het rijksvaccinatieprogramma met hepatitis B. Sociale media worden ingezet om meer contact te krijgen met de doelgroep met als doel luisteren, informeren en interactie. Een tweede pilot betreft de Volksgezondheid Toekomst Verkenning (VTV). Het RIVM wil onderzoeken of en hoe publieksparticipatie een rol kan spelen om de inhoud van de VTV 2014 te verbeteren. Een derde pilot betreft crisiscommunicaties. Het RIVM wil ervaring opdoen bij het inzetten van en snel reageren op sociale media tijdens een crisis als communicatiekanaal.

Afhankelijk van de doelgroep benut het RIVM fora van websites om RIVM-informatie te vermelden en te volgen wat de reacties zijn. Zo doet het RIVM stap voor stap ervaring op met Facebook bij het volgen van maatschappelijke discussies over thema's die relevant zijn voor het RIVM. Hierbij kunnen feiten uit RIVM-onderzoeken worden ingebracht en toegelicht. Ook kunnen vragen worden uitgezet om te inventariseren wat er speelt. Daarnaast zet het RIVM Twitter of YouTube in wanneer deze kanalen geschikt blijken voor de betreffende doelgroep. De Twitteraccount van het RIVM heeft inmiddels ruim 3.000 volgers. Het genereren van een groot aantal volgers is cruciaal om effectief te kunnen interveniëren in maatschappelijke discussies.

Via Twitter komen ook veel vragen binnen die beantwoord moeten worden. Dit brengt extra werk met zich mee evenals het monitoren van de tweets. LinkedIn is een goed middel om professionele publieke en private partijen met elkaar in contact te brengen, informatie te delen en discussies te voeren. Een voorbeeld van een netwerk-groep vanuit het RIVM is het Kennisnetwerk Biociden. Doel is onderling contacten te leggen tussen professionele en private partijen en eenvoudig nieuws en vragen te delen.

Sociale media: wat kan de (drink) watersector ermee?

Diverse initiatieven maken duidelijk dat in de watersector wordt nagedacht over de inzet van sociale media bij de crisisbeheersing en crisiscommunicatie, bijvoorbeeld bij overstromingen. Of door drinkwater-bedrijven om bewoners snel te informeren bij leidingbreuken of een bacteriële besmetting. Voor waterschappen of drinkwaterbedrijven kan het interessant zijn te volgen hoe er over de organisatie, producten of diensten gesproken wordt op de sociale media. Twitter, Facebook en/of LinkedIn zijn geschikt voor het snel informeren van en in gesprek gaan met burgers over bijvoorbeeld (verlaging van) de hardheid van drinkwater of verhoging van de waterschapslasten.

Hoe ontwikkelen de sociale media zich in de toekomst? Het is de verwachting dat de interactieve sociale media en de klassieke media (kranten, tv, etc.) naast elkaar blijven bestaan. Wel zal sprake zijn van kruisbestuiving tussen beiden. Door de snelheid en interactiemogelijkheden zullen sociale media veel in crisissituaties gebruikt worden.

Zoals het Sociaal en Cultureel Planbureau in 2010²⁾ constateerde is het gezag van wetenschappers en overheidsinstellingen niet zozeer verdwenen maar zal dit telkens opnieuw moeten worden verdiend. Informatie van gezaghebbende bronnen is niet langer het eindpunt van een discussie, maar vormt nu het startpunt van een kritische maatschappelijke beschouwing. Sociale media spelen een belangrijke rol bij het voeren van deze publieke discussie.

Monique van der Aa (RIVM)
Caroline van de Veerdonk (ORG-ID organisatie en beleidsontwikkeling)

NOTEN

- 1) Van der Aa M. et al. (2011). Antenne Drinkwater; informatie en ontwikkelingen. www.rivm.nl/bibliotheek.
- 2) Sociaal en Cultureel Planbureau (2010). Continu onderzoek burgerspectieven. Gezag en vertrouwen in informatiebronnen. SCP kwartaalbericht 2, pag. 19-27.



Het RIVM inventariseert jaarlijks trends en ontwikkelingen op het terrein van drinkwater. Het betreft onderwerpen die belangrijk kunnen zijn voor het toekomstige drinkwaterbeleid en het toezicht daarop. Het doorvertalen van relevante aandachtspunten naar eventueel nieuw beleid of toezicht is een verantwoordelijkheid voor de rijksoverheid. Waar wenselijk pakt het ministerie van Infrastructuur en Milieu dit op, samen met de VROM-Inspectie, de drinkwatersector en direct belanghebbenden.

Zo is de mogelijke invloed van klimaatverandering op de ziektelast door infectieziekten een aandachtspunt. Het RIVM ontwikkelde een instrument waarmee risico's door drinkwaterconsumptie kunnen worden vergeleken met risico's door recreatie in oppervlaktewater en consumptie van voedsel. Met de uitkomsten kunnen gerichte maatregelen worden genomen. Gewasbeschermingsmiddelen zijn ook een aandachtspunt. Het aantal bestrijdingsmiddelen in drinkwaterbronnen is al enkele jaren constant. Verminderen van de zuiveringsinspanning is daardoor niet mogelijk. Door harmonisatie met Europese regelgeving vervalt ook de pre-registratie-toets. De zorg van de watersector is dat de waterkwaliteit bij de toelating ondersneeuwt. De toenemende druk op grondwater en de ondergrond door boringen voor koude-warmteopslag en de mogelijke winning van schaliegas vormen eveneens aandachtspunten. Kennis over de milieueffecten en risico's voor de drinkwatervoorziening zijn nog niet goed in beeld gebracht.

Toekomstgerichte onderwerpen (termijn 2030-2040) voor de drinkwatervoorziening die van belang zijn: de drinkwater vraag versus de beschikbaarheid van bronnen, afstemming van de Nota Drinkwater met het Deltaprogramma, rolverdeling tussen overheid en drinkwaterbedrijven en de internationale context. De afvalwaterzuiveringsinstallatie van de toekomst (2030) zal zich naar verwachting meer richten op het leveren van producten zoals nutriënten (fosfaat) en energie. Deze aspecten verdienen aandacht bij het waterbeleid.