



---

# Mediawijsheid, een onmisbare competentie

Nieuwe media zijn geen doel op zich. Het is een middel dat je voor je kunt laten werken. In dit artikel verkent de auteur voor ons de mogelijkheden.

**Lydia Vroegindeweyj**

**H**ET OVERLEG OVER HET BELEIDSPLAN van haar instelling in de komende drie jaar is net afgelopen. Mariska mocht meepraten namens het team van geestelijk verzorgers, maar heeft nauwelijks gehoor gevonden voor haar visie. Na afloop van het overleg loopt ze samen met het hoofd van de communicatieafdeling naar buiten. Die geeft haar een advies: 'Jullie moeten als geestelijk verzorgers veel meer werk maken van profileren. Jullie doen belangrijk werk, maar veel te weinig mensen weten dat. Gebruik de nieuwe media om beter zichtbaar te zijn.'

De 'nieuwe media'! Een containerbegrip dat staat voor alles wat zich afspeelt op internet, op platforms voor sociale netwerken zoals Twitter, Facebook en LinkedIn, en natuurlijk ook nog via de communicatie-apps op je mobiele telefoon. Dat is enorm veel. Je kunt je afvragen of je nog wel aan je werk toekomt als je dit allemaal wilt doen. Naarmate meer mensen hier enthousiast over zijn, groeit bij anderen het verzet. De argumenten tegen zijn duidelijk te benoemen: het kost te veel tijd, ik wil geen slaaf worden van dit soort apparaten, en ik ben nog niet overtuigd dat het goed zit met de privacy. Artikelen die deze bezwaren weerleggen kun je overal op internet vinden. Als ware evangelisten proberen de voorstanders je te overtuigen van alle voordelen. De life-hackers (men-

sen die zoeken naar nieuwe gereedschappen om het leven zo handig mogelijk in te richten) delen dagelijks hun slimme digitale vondsten, en hun volgers delen die in bewondering weer met hun netwerken op de sociale media. De overtuigingskracht van de voorstanders gaat ver. Je moet meedoen of er op zijn minst positief over zijn, anders ben je geen moderne burger. Ook de overheden en tal van organisaties gaan immers mee in de toepassing van deze nieuwe media. Een gezond kritische houding is zeker op zijn plaats. Maar dan moet je wel een afweging kunnen maken op basis van feiten en inzicht, en niet enkel vanuit de emotie.

## Hoe mediawijs ben je?

Mediawijsheid is het sleutelbegrip van nu: in het onderwijs is het van belang dat kinderen de media goed leren gebruiken, maar ook weerbaar worden gemaakt tegen de verkeerde toepassingen ervan. Vergelijk het met andere techniek: auto's zijn handige producten, maar je moet ermee leren werken en weten wat de gevaren zijn in het gebruik. En ondanks dat alles gaat het ook wel eens heel erg mis. Toch schaffen we ze niet af, omdat er te veel voordelen tegenover staan.

De nieuwe media beperken zich niet tot de nieuwe generatie, de kinderen; iedereen krijgt ermee

te maken. Ook voor je belastingaangifte en het betalingsverkeer ontkom je er niet aan. En bijna niemand zal de voordelen van een zoekmachine als Google ontkennen. Daarmee zijn we aanbeland bij de twee belangrijkste redenen om wel iets te willen met de nieuwe media:

- a. het kan niet anders;
- b. het levert mij voordeel op.

## Internet als informatiebron: ken de afzender

Het zelf kunnen zoeken en vinden van informatie op internet is een toepassing waar de meeste mensen inmiddels mee bekend zijn. Natuurlijk zijn er grote verschillen in behendigheid om te zoeken, maar men helpt elkaar zodat bijna iedereen wel toegang heeft tot deze nieuwe informatiebronnen. Voor de komst van internet las immers ook niet iedereen zelf de krant, maar werd

‘ik weet wie het zegt’

belangrijk nieuws in het eigen netwerk snel genoeg doorverteld. Dat principe geldt nog steeds, alleen is het repertoire voor doorvertellen en delen wel aanzienlijk uitgebreid met nieuwe technieken. Je deelt informatie met verschillende netwerken online veel sneller en eenvoudiger dan mondeling. Tegelijkertijd is er ook zo veel informatie, dat het steeds belangrijker wordt snel te kunnen selecteren en beoordelen. Ook daarbij is het netwerk belangrijk, zoals in de zin ‘ik weet wie het zegt’.

En zo werkt het ook op de sociale media. Je kent iemand uit je vakgebied, op basis van zijn staat van dienst of omdat je hem/haar een keer persoonlijk hebt ontmoet. Je kunt daardoor veel beter duiden wat de betekenis van een door hem of haar gedeeld bericht is. Dat is precies de kern van alle sociale medianetwerken. Als je iemand niet rechtstreeks kent, maar indirect via anderen die je wel kent, helpt dat je ook om te weten uit welke hoek de informatie komt.

## Alles lezen is niet verplicht

Wil je niet ten onder gaan in de veelheid van informatie, bouw dan gerust selectief een geschikt netwerk op. Ook als je niet actief zelf wilt gaan

twitteren of facebooken is zo’n zelf samengestelde ‘redactie van bekenden’ al een heel waardevol instrument om bij te blijven in je vak, branche, organisatie, buurt, etc. Je leest hun berichten regelmatig, vrijblijvend en als het je past. Een belangrijk punt om te onthouden: sociale media kennen niet dezelfde verplichting als een inbox van je e-mail! Je leest mee wat er gebeurt als je online bent, en maakt je niet druk over wat je eventueel gemist hebt in die andere uren. Mensen die willen dat je per se iets ziet, richten zich wel rechtstreeks tot je met een persoonlijk bericht.

## Ook voor actief gebruik: profileren

Natuurlijk werkt het systeem ook omgekeerd. Anderen kunnen jou gaan volgen, en benieuwd zijn naar jouw berichten. Een veelgehoorde vraag is: ‘ja, maar wat moet ik dan schrijven of delen?’ Een terechte vraag. Het vereist namelijk dat je nadenkt over je eigen rol en over het publiek dat je wilt bereiken. (Let wel, het gaat in dit artikel niet over gezellige uitwisselingen tussen vrienden of over persoonlijke berichten uit de familiekring, maar om de beroepspraktijk.) Als beroepsbeoefenaar heb je een rol te vervullen waar communicatie deel van uit maakt. Je werkt samen met een groep mensen en daarbij zijn er doelen te halen en belangen te verdedigen. En je hebt ook te maken met de mensen voor wie je werkt, de cliënten of patiënten. In welk netwerk wil je je profileren en met welk doel? Belangrijk uitgangspunt is dat je niet alles hoeft te doen. Je kunt een aandachtsgebied kiezen dat bij jou past en waar je over wilt communiceren.

## Een paar suggesties:

a. John is nauw betrokken bij ontwikkelingen in twee verpleeghuizen. Hij ziet hoe vraagstukken rond zingeving in de laatste levensfase ineens zeer indringend of confronterend worden voor ouderen en hun kinderen. Hij wil in het publieke domein mensen gaan uitdagen om hier al eerder in het leven over na te denken. Hij bedenkt een thematische aanpak op een informele manier. Hij geeft elke dag van de week een ander motto: vragen, hopen, danken, delen, lezen, bidden. Hij gaat actief op zoek op internet naar inspirerende afbeeldingen, filmpjes en teksten om bij elk motto te delen via de sociale media. Elke dag één of twee, en elke week herhaalt zich dat patroon met

## Tips om een start te maken

Bedenk eens wat belangrijke onderwerpen en thema's zijn, waarover je voor je werk geïnformeerd wilt blijven. Door op internet te zoeken naar die onderwerpen kun je informatie vinden, maar ook ontdekken wie de opinieleiders zijn op dat onderwerp. Vaak zijn het voorlopers, mensen die trends signaleren en kunnen duiden. Die mensen kun je gaan volgen op Twitter, of op Facebook en LinkedIn. Lees hun berichten en ga na wat je aanspreekt. Kijk daarbij ook welke schrijfstijl van anderen het beste bij jou kan passen. Laat je inspireren door deze rolmodellen.

andere inhoud. Zo ontstaat een persoonlijk getinte kalender. Hij kan hiermee volgers aantrekken, die hem waarderen om zijn inspirerende rol.

b. Marloes werkt net twee jaar in het vak van geestelijke verzorger en heeft weleens praktijkvragen die ze liever niet aan haar collega's in dezelfde instelling voorlegt. Zij is juist benieuwd hoe anderen dat doen. Op Facebook is zij bevriend met vakgenoten, mensen die ze nog kent uit haar studie of via-via. Ze is lid geworden van een besloten groep op Facebook waar ze haar vragen kan stellen en waar anderen met haar meedenken. Ze doet er nieuwe ideeën op om vieringen vorm te geven voor mensen met beperkingen.

c. Fenna heeft in veel instellingen gewerkt als geestelijk verzorger en maakt zich hard voor meer inzicht in en erkenning van het werk van deze beroepsgroep. Zij mengt zich actief in discussies op Twitter waar beleidsmakers en journalisten uitspraken doen over onderwerpen rond de geestelijke gezondheidszorg. Steeds als er gesproken wordt over kosten, bezuinigingen en kwaliteit van de zorg probeert zij met praktische voorbeelden inzicht te geven in nut en noodzaak. Tussendoor deelt zij geanonimiseerde gebeurtenissen, die herkenbaar kunnen zijn voor anderen. Die tweets laten vooral zien wat de betekenis van zingeving en daarmee ook van het beroep van geestelijk verzorger is en hoe zij dat persoonlijk ervaart.

## Terug naar lifehacking en trends

Een belangrijk uitgangspunt van lifehackers is: je moet de techniek voor je laten werken. Dat is een tendens die ook volop waarneembaar is in de zorg. Voor handelingen waarbij de inzet van personeel vervangen kan worden door techniek, zoekt men actief naar de nieuwste oplossingen. Als een stofzuigerrobot rustig het hele huis door-

werkt, scheelt dat dure menskracht. We doen de hele was immers ook niet meer zelf met de hand. De discussie ontstaat pas wanneer die zelfde menselijke arbeidskracht niet alleen schoonmaakt, maar ook het onmisbare persoonlijk contact onderhoudt met de cliënt. Communicatie is dus ook een kernelement van de dienstverlening. De eerste ontwikkeling van prototypes leidt er dan toe dat die robot ook wordt voorzien van communicatiemogelijkheden. Alsof deze ene robot de hele functie van de menselijke huishoudelijke hulp kan overnemen. Maar dat hoeft natuurlijk helemaal niet met hetzelfde apparaat. Splits de verschillende elementen en kies voor elk de beste techniek.

## 'redactie van bekenden'

De komst van tablets heeft het ICT-gebruik aanzienlijk vereenvoudigd. Zeker voor mensen in een zorgsituatie. Je hoeft geen computer meer aan te zetten of aan een werktafel te zitten, de tablet kan gewoon op schoot in de stoel of op bed en is eenvoudig in bediening. En door de komst van draadloos internet is het maken van een verbinding met de buitenwereld zeer eenvoudig geworden. Dat brengt nieuwe toepassingen binnen handbereik, niet met een robot maar met een echt mens die alleen niet meer steeds thuis langs hoeft te komen. Denk aan toezicht op afstand, overleg via Skype, hulpvragen via een directe verbinding. Heel veel advies en ondersteuning kun je zo direct vragen op internet zonder dat je een afspraak hoeft te maken, 24 uur per dag en 7 dagen in de week.

## Beïnvloeden van het technische speelveld?

Nieuwe technieken worden altijd eerst ontwik-