

Sociale media:

een inleiding voor heemkringen

Vandaag kan je geen krant of tijdschrift meer open-slaan of er wordt over ‘sociale media’ geschreven. Blogs, Facebook en Twitter maken of kraken het nieuws. Sommigen beweren dat een nieuwe vorm van communicatie onze richting uitkomt. Een enkeling vergelijkt Facebook-baas Mark Zuckerberg al met Gutenberg.

Maar wat kunnen sociale media betekenen voor heemkringen? Op welke manier kan je het draagvlak voor heemkunde in jouw gemeente, stad of dorp vergroten? Wat kan je met Facebook en wat niet? Is een blog een goed idee en hoe kan je dat dan het beste aanpakken? Hoe schrijf je over heemkunde in 140 Twitter-karakters?

Op 7 juni organiseerde Heemkunde Vlaanderen in Lier een workshop over sociale media voor heemkringen. Docent Jan Seurinck* wijdde er een twintigtal geïnteresseerde heemkundigen in in de geheimen van de sociale media. Dit artikel is gebaseerd op de uiteenzetting van deze workshop.

1. Wat?

Op Wikipedia vinden we de volgende definitie: “*Social media* of sociale media is een verzamelbegrip voor online platformen waar de gebruikers, zonder of met minimale tussenkomst van een professionele redactie, de inhoud verzorgen. Tevens is er sprake van interactie en dialoog tussen de gebruikers onderling.”





2. Waarom?

Vroeger verliep communicatie veel eenvoudiger. Deze verliep grotendeels in één richting: van de deskundige, met al zijn kennis, naar de doelgroep van geïnteresseerden. Tegenwoordig zijn er echter veel manieren waarop deze geïnteresseerden ook zelf kennis en informatie kunnen genereren en verspreiden. Door de laagdrempeligheid van de sociale media, is het verspreiden van informatie dus geen monopolie meer van de experts. Iedereen is tegenwoordig in staat om zijn mening en standpunten via allerlei kanalen te verspreiden. Op enkele minuten tijd heb je een eigen blog gemaakt, en kan je je eigen verhalen schrijven op het internet. En wanneer je een bepaald probleem als heemkring niet meteen aankaart, zal iemand anders het wellicht wel in jouw plaats doen.

Wellicht is het zinvol om te bekijken hoe en of we als heemkundigen kunnen inspelen op deze evolutie. Vaak zijn we immers nog sterk gefocust op de traditionele manier van communicatie. We bieden informatie aan via de geijkte kanalen: bijvoorbeeld via het ledentijdschrift, of door onze activiteiten te promoten via de lokale pers. Veel interactie met de doelgroep wordt daarmee niet bereikt. Sociale media kunnen een rol spelen om meer interactie te creëren met onze doelgroep.

Wanneer er iets belangrijks gebeurt, bieden sociale media bijvoorbeeld mogelijkheden om snel veel mensen te bereiken. Denk maar aan het sensibiliseren rond de dreigende afbraak van een interessant historisch gebouw. Via Facebook en Twitter is het mogelijk om in zo'n geval op korte tijd een sensibiliseringsactie op te zetten die een grote groep belangstellenden bereikt. Zij kunnen deze informatie zelf ook weer delen met hun sociale omgeving, en zo ontstaat een 'viraal' effect.

Deze evolutie kan misschien bedreigend lijken voor de status van de (heemkundige) expert, maar, als het op een goede manier wordt aangepakt, kan deze situatie ook veel voordelen opleveren voor de werking rond lokaal erfgoed. Zo kon in Borgerhout bijvoorbeeld het bedreigde 'Reuzenhuis' gered worden, doordat er snel kon gereageerd worden via de plaatselijke wijk-blog 'Krugerplein & Peperbus'. Aangezien deze blog al een groot publiek had, kon er op korte termijn een draagvlak voor de actie gecreëerd worden.

Iedereen kan dus als het ware mee participeren aan de lokale erfgoedwerking. In dergelijke omstandigheden verschuift ook de rol van de heemkring: in

plaats van voornamelijk op te treden als expert op het vlak van lokaal erfgoed, kan de rol van de kring vandaag en in de toekomst misschien ook meer bestaan uit het aanbieden van achtergrondinformatie, op basis waarvan alle geïnteresseerden hun steentje kunnen bijdragen.

Deze nieuwe manieren van communiceren vervangen echter de oude niet. Het is belangrijk te beseffen dat het eerder om complementaire vormen van communicatie gaat, waarbij ook de traditionele communicatie met de bestaande doelgroep niet uit het oog verloren mag worden.

Er zijn echter een aantal hindernissen waar verenigingen mee kampen om aan de slag te gaan met interactie en sociale media. Deze hindernissen liggen vooral op het mentale vlak. Heel veel mensen beginnen met Facebook, Twitter of een blog... en zien daarin een manier om op dezelfde manier te communiceren als via de traditionele kanalen. Zo wordt de agenda uit het ledentijdschrift de statusupdate op Facebook. Wij blijven gewoon communiceren wat we doen, maar dat is eigenlijk niet de manier waarop sociale media werken. Daar draait het immers om dialoog en openheid.

Heemkringen moeten nadenken over wie en wat ze willen bereiken. Richt de kring zich alleen op de eigen leden, dan is het geen probleem om op de traditionele manier te blijven communiceren. Maar als je als kring een ruimer publiek wil aanspreken, dan is het nodig om te bekijken naar wat die doelgroep op zoek is. Belangrijk daarbij is om te beseffen dat de geïnteresseerden in heemkunde ook achter de computer zitten: zij tikken hun straatnaam in en gaan op zoek naar de geschiedenis ervan. En wanneer er een processie is in het dorp, gaan ze via Google op zoek naar de verhalen achter deze traditie.

Vaak hebben we de idee dat er maar weinig mensen geïnteresseerd zijn in waar we mee bezig zijn. Dit is echter maar ten dele waar. Wel slagen we er niet altijd in om de juiste mensen te bereiken. De moderne media maken dit echter veel gemakkelijker. Door het 'virale' karakter van de communicatie kan je immers veel meer mensen bereiken dan met de traditionele kanalen, en is de kans ook veel groter dat je boodschap bij de juiste mensen terecht komt. Het gebruik van sociale media laat toe om veel sterker in te zetten op mond-aan-mondreclame. Naast het bestaande café is er nu als het ware

nog een extra virtueel café waarop veel mensen iedere avond inloggen, namelijk Facebook.

Bij sociale media is het van groot belang om te werken aan je 'community' (gemeenschap). Heemkundige kringen hebben daarbij het voordeel dat ze kunnen verderbouwen op hun bestaande 'community' (de inwoners van een dorp of gemeente), en ervoor zorgen dat deze mensen meer te weten komen over hun buurt. Een interessante evolutie is bovendien dat het gebruik van sociale media tegenwoordig niet langer alleen is weggelegd voor jongeren. Meer en meer oudere mensen beginnen zich op sociale media te begeven en uiteraard opent dit perspectieven voor heemkringen.

Wanneer je via sociale media veel mensen wil bereiken, moet je ernaar streven om een 'verhaalstructuur' te brengen. Objecten, monumenten en gebruiken hebben allemaal een verhaal te vertellen en sociale media lenen er zich goed toe om dit verhaal over te brengen. Ook hier moeten we echter weer een mentale klik maken. Sociale media zijn niet te vergelijken met onze heemkundige tijdschriften, waarin doorwrochte artikels met historische achtergrond verschijnen. Sociale media, zoals blogs, lenen zich veel beter tot het publiceren van korte, hapklare brokjes informatie. Via deze 'verhaaltjes', gebaseerd op de expertise van de heemkundige, kunnen mensen informatie krijgen die ze anders zelf niet hadden kunnen vinden. Wanneer iemand bijvoorbeeld in een kerk staat, zijn het toch de verhalen over de kerk die hem interesseren, en niet zozeer de details van de architectuur van die bepaalde kerk. Heemkundigen kunnen hun kennis gebruiken om op deze behoefte in te spelen.



3. Hoe?

Misschien wil je wel aan de slag met sociale media, maar weet je niet goed hoe je dit nu moet aanpakken? Tijdens de workshop werden een aantal tips en praktische 'tools' aangereikt om aan de slag te gaan.

Een eerste aanbeveling is 'lees, voel, tast, proef, kijk'. Net zoals bij koken, moet je eerst weten wat lekkere smaken zijn, vooraleer je zelf aan de slag kunt gaan. Wat is mijn stijl? Wat wil ik ermee bereiken? Binnen de heemkundige sector zijn er misschien nog niet zo heel veel goede voorbeelden op het vlak van sociale media, maar in andere sectoren zijn wel inspiratiebronnen beschikbaar. Zoek via Google bijvoorbeeld eens naar blogs over erfgoed of blogs over je gemeente. Misschien zijn er ook al andere mensen met hetzelfde onderwerp bezig op het internet.

Handig om op de hoogte te blijven van nieuwe artikels op blogs is het gebruik van een RSS-reader (bijvoorbeeld Google Reader - <http://www.google.be/reader/>). Daarmee neem je een soort abonnement op het nieuws van bepaalde websites, kranten... Om alle interessante zaken die je op het internet tegenkomt, een beetje te organiseren, kun je bijvoorbeeld gebruik maken van Delicious (<http://del.icio>

us). Dat is een dienst voor 'social bookmarking', die je een beetje kunt vergelijken met de 'favorieten' in je browser.

Een interessante manier om aan interne kennisdeling te doen, is het gebruik van een wiki. Zo kun je bijvoorbeeld samen artikels schrijven of aanvullen. Het bekendste voorbeeld van zo'n wiki is ongetwijfeld de vrije encyclopedie 'Wikipedia' (<http://www.wikipedia.org>). Ook 'Google Docs' (<http://docs.google.com>) kan een handig instrument zijn voor heemkringen. Ook daarmee kunnen verschillende mensen samen werken aan documenten. Evernote (<http://www.evernote.com>) is dan weer een systeem waarmee je, onder het motto 'Remember everything', teksten kunt bijhouden voor toekomstig gebruik.

Het oprichten van een eigen blog is aan te raden voor wie met sociale media aan de slag wil. Zo'n blog vormt bijna altijd de centrale 'hub' van een strategie rond sociale media. Het is je eigen plaatstje op het internet, waarop je altijd kunt terugvallen, dit in tegenstelling tot je Facebook- en Twitter-account waarvoor je afhankelijk bent van de aanbieders van deze diensten. Een blog is ook volledig toegankelijk, en kan door iedereen bekeken worden, wat ook al weer niet het geval is bij bijvoorbeeld een Facebook-pagina.





Er bestaan heel wat platformen waarop je je eigen blog kunt opzetten. Vaak zijn deze ook gratis, zoals Wordpress (<http://www.wordpress.com>) of Blogger (<http://www.blogger.com>). Voor de liefhebbers is ook Posterous (<http://www.posterous.com>) een handig systeem. Als de kring al een website heeft, is het eventueel mogelijk om een blog te integreren in de bestaande website. Ofwel kun je het houden bij een aparte blog, met *links* naar de bestaande website. Denk alleszins goed na over de domeinnaam die je kiest.

Wanneer je bijdragen begint te schrijven voor je blog, houd je best rekening met de stelregel 'Een scherm is geen papier'. Op het internet gebruik je best korte alinea's met kernachtige informatie. De schrijfstijl is belangrijk, maar zorg ervoor dat het niet krampachtig wordt. Bij het publiceren van bijdragen is ook de frequentie van belang. Probeer er wat tempo in te houden. Beter wat vaker een kort artikel publiceren, dan af en toe een lange doorwrochte tekst.

Naast tekst gebruik je best ook voldoende afbeeldingen. Een foto zegt immers meer dan duizend woorden. Op een website heb je ongeveer vier seconden om mensen ervan te overtuigen om te blijven. Dit kun je niet alleen met woorden doen maar ook met beelden. Een interessante dienst om foto's online op te slaan en te delen is Flickr (<http://www.flickr.com>) van Yahoo!.

Om filmpjes te verspreiden, is YouTube (<http://www.youtube.com>) dan weer een handige dienst, die zeker ook voor heemkringen interessante mo-

gelijkheden biedt. Podcasts zijn dan weer een techniek om audio-materiaal te verspreiden. Dergelijke diensten maken het ook gemakkelijk om bijvoorbeeld foto's en video's op te nemen (*embedden*) in andere websites. Ook interessant is dat veel gebruikers een *Creative Commons* licentie toepassen op hun foto's, zodat deze onder bepaalde voorwaarden beschikbaar worden voor gebruik door anderen (<http://www.creativecommons.org>).

De populaire sociale netwerksite Facebook (<http://www.facebook.com>) is vooral gekend omwille van zijn persoonlijke profielen. Mensen kunnen hun eigen profiel aanmaken, online vrienden zoeken en hun verhaal vertellen. Naast deze profielen heb je op Facebook ook de mogelijkheid om de activiteiten en werking van je vereniging in de kijker te zetten. Sommige organisaties maken een profiel aan als een individu, maar eigenlijk zijn er geschiktere manieren om jezelf als organisatie te profileren en je boodschap te verspreiden. Zo bestaan er naast profielen ook Facebook-pagina's of 'fanpages'. Die pagina's zijn het instrument dat je als heemkring best kunt gebruiken. Neem misschien eens een kijkje op de Facebook-pagina van de Doelse kogge (<http://www.facebook.com/dekogge>) om te zien hoe dat in zijn werk gaat. Indien gewenst, is het mogelijk om een Facebook-profiel te converteren naar een pagina. Hou wel altijd rekening met de gebruiksvoorwaarden (*'terms of service'*) van Facebook!

Vaak hebben mensen de neiging om zich bij Facebook op de kwantiteit te concentreren. Ze willen zo veel mogelijk vrienden en zo veel mogelijk likes. Onthoud echter: *Liking is easy, engagement is everything*. Om dit engagement te bevorderen, is het aan te raden niet alleen te werken met gewone *status-updates*. Probeer een beetje afwisseling te brengen door het posten van een tekst, foto's of links.

Is interactie bij Facebook belangrijk, dan is ze bij Twitter (<http://www.twitter.com>), een ander populair sociaal netwerk, zelfs noodzakelijk. Twitter is vooral bekend omwille van het feit dat berichten er beperkt zijn tot 140 karakters. Zo lijkt het op het eerste zicht een zeer beperkt medium. Het kan evenwel een nuttig medium zijn, als je erin slaagt om het goed te gebruiken.

Wanneer je je eerste stapjes op Twitter zet, dan is het belangrijk om genoeg tijd te nemen om te wennen aan de manier waarop dit medium werkt. Wil je verder aan de slag met Twitter, is het interessant om een 'app' te installeren zoals Tweetdeck (<http://www.tweetdeck.com>). Om de graad van interactie in je sociale netwerken te analyseren, kan je dan weer een beroep doen op diensten als Klout (<http://www.klout.com>).

4. Tot slot

Naar aanleiding van de workshop maakte Heemkunde Vlaanderen een klein overzichtje van heemkringen die nu al actief zijn op Facebook, Twitter, YouTube en Flickr. Je vindt dit overzicht op de website van Heemkunde Vlaanderen (<http://www.heemkunde-vlaanderen.be/?p=6108>).

** Jan Seurinck is communicatiewetenschapper en werkt halftijds voor het agentschap Onroerend Erfgoed. Daarnaast is hij docent, podcaster en blogger. Hij zeilt met De Kogge (<http://www.kogge.be>) door de middeleeuwen en surft zich een weg naar meer kennis over de toekomst van mens, technologie en media.*

DE KOGGE VIDEO



[BEKIJK ALLE VIDEOS](#)

DE KOGGE OP FLICKR



[BEKIJK ALLE FOTO'S OP FLICKR](#)

t DE KOGGE OP TWITTER

“ RT @koenedaale We zoeken bij het @vioe nieuwe collega's bij bouwkundig erfgoed en @dekogge (dat ben ik) <http://bit.ly/nkRNqZ>”

[Voig De Kogge op Twitter -](#)

f HET VIOE OP FACEBOOK

“ Word fan en kom meer te weten over ons, de Kogge en andere projecten.”

[Voig Het VIOE op Facebook -](#)

VIOE
VLAAMS INSTITUUT VOOR HET ONROEREND ERFGOED

De Kogge is een archeologisch project van het Vlaams Instituut voor het Onroerend Erfgoed.