

# Career

Online community for professional women



Socialmania  
Socialmania  
Socialmania

**Door: Kristel Schreurs**

*Infobesitas. Het zou dé trend onder jongeren zijn. In hun angst om niets te missen raken ze verslaafd aan het constant opvragen van informatie via nieuwskanalen; specifiek via social media. Zijn we echt zo gulzig naar nieuwe informatie? Zijn Twitter, Facebook en LinkedIn noodzakelijk? Twee deskundigen geven aan de hand van negen stellingen hun visie op het wel en wee van social media.*



**Jeanet Bathoorn** (1966) is bekend als social media expert, auteur, (inter)nationaal spreker en is tevens partner/oprichter van social mediabureau ZUS.JE. Jeanet geeft trainingen en cursussen op het gebied van LinkedIn en Twitter en maakt mensen wegwijs in de vele mogelijkheden die social media bieden. Ook verscheen vorig jaar haar boek 'Get Social, online netwerken voor beginners'. Het boek bevat veel informatie over social media, online netwerken, handleidingen voor Twitter, Facebook en LinkedIn alsmede een uitgebreid overzicht van mogelijke social media websites.

**Arend Landman** (1963) is spreker, 'enterbrainer' en fervent blogger over verscheidende thema's waaronder social media. Als afgestudeerd fysisch chemicus werkte hij enkele jaren als redacteur bij Ingenieurskrant en later als zelfstandig publicist voor bladen over technologie, innovatie en management. Vanaf 2004 verzorgt hij presentaties op onder andere congressen, netwerkbijeenkomsten, netwerkconferenties en jaarvergaderingen. Zijn doel is om als 'enterbrainer' de grote mogelijkheden van het menselijk brein op een verrassende en inspirerende wijze te bespreken.



# 1. Onze samenleving is door social media individualistischer geworden.

Arend Landman:

“Deze stelling zou ik willen om-draaien. Ik geloof namelijk niet dat de samenleving individualistischer is geworden dóór sociale media, maar dat sociale media zijn ontwikkeld omdat de samenleving individualistischer is geworden. Die individualisering zie ik als een noodzakelijke fase in de ontwikkeling van de mensheid. Vroeger hadden mensen dezelfde ideeën als hun familie en de gemeenschap waarin ze leefden. Doordat men nu individualistischer is, neemt men niet zomaar alles over en ontwikkelen mensen een eigen mening en visie.”

Jeanet Bathorn:

“Oneens. Heeft de komst van de telefoon en de televisie ons individualistischer gemaakt? Nee. Vanaf de jaren '60 staan mensen steeds meer op eigen benen. Dat we onafhankelijker zijn geworden is een culturele trend. Internet, en specifiek social media, zijn een gevolg van deze ontwikkeling.”

# 2. Multitasking door het gebruik van social media veroorzaakt productieverlies.

Arend Landman:

“Als bedrijven en organisaties social media negeren zal dat in veel gevallen leiden tot iets wat je zou kunnen aanduiden als ‘productieverlies’. Mensen kunnen je niet vinden op internet, je doet niet mee, en daardoor ben je ook voor opdrachtgevers onzichtbaar. Er is ook een andere kant. Productieverlies kan ook optreden wanneer werknemers of ondernemers overmatig aandacht geven aan nieuwe media. Als je veel surft op internet en heel actief bent met social media, verandert je brein. Uit onderzoek blijkt dat de hersenen steeds hongeriger worden naar nieuwe informatie. De aandacht wordt versnipperd en daardoor is het moeilijk om iets waardevols tot stand te brengen. Een sterke focus is essentieel voor mensen en organisaties die iets willen bereiken.”

Jeanet Bathorn:

“Men zegt dat mensen van nature niet kunnen multitasken.”

Als social media gebruiker is het noodzakelijk om een talent te ontwikkelen voor het filteren en sorteren van informatie. Als je informatie kunt beoordelen op relevantie, het kaf van het koren kunt scheiden, hoeft social media geen productieverlies te veroorzaken. Daarnaast is het handig om een divers netwerk om je heen te verzamelen van mensen die je voorzien van informatie die voor jou relevant is. Het is nonsens dat mensen onder werktijd afgeleid worden en minder productief zijn door de komst van social media. Ook voor de komst van social media werden mensen afgeleid door bijvoorbeeld kranten, puzzels en collega's."

### **3. Het is voor bedrijven en ondernemers noodzakelijk om zich te profileren op social media als Twitter en Facebook.**

**Arend Landman:**

"Het is voor bedrijven en ondernemers belangrijk zich te profileren op internet, mits ze verstand van zaken hebben. Er zijn talloze ondernemers die de halve dag twitteren in de veronderstelling dat het hen werk zal opleveren. Jezelf profileren op Facebook en Twitter heeft weinig zin als je niet kunt verwijzen naar gerichte content in de vorm

van websites, blogs, video's, podcasts, PDF-documenten etc. Social media mogen niet onderschat worden, maar ook niet overschat. Ik denk dan ook niet dat sociale media de marketingmethode van de toekomst zijn. De doelgroep van bedrijven en ondernemers is niet helemaal zichtbaar via kanalen als Twitter en Facebook. Wil je een (digitale) relatie opbouwen met klanten of opdrachtgevers dan heb je meer nodig. Sociale media zijn een doorgeefluik: goede content kan ervoor zorgen dat mensen naar je website raadplegen, zich inschrijven voor de nieuwsbrief of referenties opvragen."

**Jeanet Bathorn:**

"Profileren is in deze context niet juist gekozen. Veel bedrijven beschouwen Twitter en Facebook als een zendkanaal: je zet er iets op en klaar is kees. Maar zo werkt het niet. Bedrijven en ondernemers moeten social media beschouwen als een volwassen communicatiekanaal. De kracht is juist om ook via deze weg de dialoog met klanten en opdrachtgevers aan te gaan. Beantwoord de vragen die via Facebook binnenkomen en beschouw social media als een volwaardig kanaal waar mensen bijvoorbeeld ook hun klachten neer kunnen leggen. Je neemt de telefoon toch ook op als deze rinkelt?"

## **4. Infobesitas, het continu raadplegen van social media, veroorzaakt bij steeds meer mensen vermoeidheid, slaaptekort en concentratieproblemen.**

**Arend Landman:**

“Mee eens. We leven in een tijd waarin alles versnelt en dat is goed te merken. Sociale media zijn daar ook een uiting van. Als we in die hectiek ook nog overal van op de hoogte willen blijven, gaat dat ten koste van onze gemoedsrust en ons welbevinden. Social media kosten snel te veel tijd en sommigen stellen social media boven andere dingen. Je hoeft niet altijd en overal van op de hoogte te zijn en in gezelschap aldoor op je smartphone kijken, doet de gemoederen geen goed. Multitasking is sowieso ‘slecht’ voor de mens. Tenminste, als je dingen gedaan wilt krijgen. Het constant switchen, verdelen van je aandacht, kost veel energie.”

**Jeanet Bathoorn:**

“Mensen kunnen zich altijd verliezen in dingen: in het bekijken van tv-programma’s, in games maar ook in social media. Bij social media is het belangrijk om het hoger doel voor ogen te houden: wat wil je ermee bereiken? Waar wil je het fine van weten? Volg de dingen

die je interessant vindt en verzamel mensen om je heen die relevante kennis hebben of van belang voor je zijn. Een tijdbewaker zou ook kunnen helpen om niet te veel tijd aan social media te besteden.”

## **5. Je hebt als werknemer meer kans op een baan en als ondernemer meer kans op een opdracht wanneer je actief bent op social media.**

**Arend Landman:**

“Dit is niet in het algemeen te zeggen. Veel wordt bepaald door de branche, de functie en uiteraard ook de wijze waarop je actief bent op social media. In de meeste gevallen is een goed LinkedIn-profiel bevorderlijk: mensen weten wie je bent, wat je kunt en daarnaast zijn referenties zichtbaar.”

**Jeanet Bathoorn:**

“Als je het op de juiste manier gebruikt, bieden social media voor werknemers en ondernemers kansen. Een foto waarop je bierdrinkend in bikini staat, levert je geen baan op. Een zakelijk, deskundig en sociaal profiel biedt mogelijkheden. Een profiel op LinkedIn, waarbij in één oogopslag duidelijk is wat je capaciteiten zijn, moet je als ondernemer, ZZP’er of starter sowieso hebben. Als je daar niet op staat, word je niet serieus genom-

en. Twitter is belangrijk om het contact met je netwerk te behouden.”

## **6. Social media blijven in de toekomst zeker bestaan, maar mogelijk niet meer in de losse kanalen zoals we die nu hebben.**

**Arend Landman:**

“Grote social media platformen als Facebook en Twitter zullen blijven bestaan omdat deze al een belangrijke marktpositie hebben gekregen en duidelijk van elkaar verschillen. Ik verwacht dat het nieuwste platform, Google+, in de toekomst snel zal gaan groeien. Google is een grote speler en met Google+ kun je verschillende groepen, zakelijk en privé, apart benaderen en berichten. Daarnaast heeft Google+ de positieve, functionele kanten van andere social media afgekeken en overgenomen.”

**Jeanet Bathorn:**

“Eens. Het is natuurlijk een beetje koffiedik kijken, maar ik denk inderdaad dat de spoeling wat dunner wordt. Er zijn veel meer sociale netwerksites dan mensen denken. Daarbij zijn de doelgroepen van de verschillende sites verschillend. Zo verschuift de doelgroep van bijvoorbeeld Hyves naar Facebook.”

## **7. Door social media komt het bestaan van journalistieke media als nieuwssites en kranten in gevaar.**

**Arend Landman:**

“Mee eens. Dagbladen en tijdschriften verliezen terrein en inkomsten door de komst van nieuwe media. Nieuwsgaring door bloggers en twitteraars zorgt ervoor dat kranten en tijdschriften genoodzaakt zijn crossmediaal te werken. Ik denk niet dat door social media de kwaliteit van de journalistiek achteruitgaat. Integendeel. Door social media hebben journalisten een veelzijdig beeld van een bepaald onderwerp, omdat het van alle kanten wordt belicht. Wel is er behoefte aan goede onderzoeksjournalistiek. Helaas hebben de meeste media geen budget om dat te realiseren.”

**Jeanet Bathorn:**

“Niet helemaal waar. Er zijn allerlei factoren die het lastig maken voor de journalistiek en daar zijn nieuwe media slechts één onderdeel van. Daarbij staan sociale media los van de journalistiek. Als iemand iets roept op Twitter is dat een mening en niet de norm. Mensen hechten toch waarde aan de mening van professoren met kennis over een bepaald onderwerp. Ik vind de kwaliteit van de hedendaag-

gse journalistiek niet best. Media zoeken naar manieren om aandacht te krijgen, maar met onbeleefd schreeuwen en roepen krijg je lezers en kijkers niet terug. Ik denk dat journalisten zich niet moeten toeleggen op het najagen van scoops, maar op onderzoek, verdieping en achtergronden.”

## 8. Door social media worden contacten vluchtiger en oppervlakkiger.

**Arend Landman:**

“Dat kan, maar dat hoeft niet. Sociale media kunnen er ook aan bijdragen dat mensen meer bij elkaar betrokken zijn of dat gelijkgezinden elkaar kunnen vinden en ontmoeten in real life. Pas wanneer social media een vervanging worden van menselijk contact is het een verarming en worden contacten oppervlakkiger.”

**Jeanet Bathoorn:**

“Social media worden gebruikt om inspiratie en kennis uit te wisselen, maar ook om op de hoogte te blijven van de bezigheden van kennissen. Social media zijn een makkelijke manier om contacten te onderhouden, even te peilen hoe het gaat, maar het is geen vervanging voor vriendschap. Niemand op Twitter komt je een fruitmand brengen wanneer je ziek bent.”

## 9. Door social media wordt privacy in de toekomst steeds onbelangrijker.

**Arend Landman:**

“Niemand verplicht je om gegevens openbaar te maken. De één hecht veel waarde aan privacy, de ander minder. Ik vind dat sommige zaken niet wereldkundig gemaakt dienen te worden, omdat ze thuishoren in een gezin of relatie. Als veel persoonlijke informatie openbaar wordt gemaakt, hebben zakelijke, vriendschappelijke of liefdesrelaties geen toevoegde waarde meer. Houd werk en privé gescheiden, maar zorg ook dat social media op gepaste afstand van je privéleven blijft.”

**Jeanet Bathoorn:**

“Oneens. Privacy is belangrijk en dat blijft het ook. Wel is het belangrijk dat jongeren bewust worden van het feit dat alles wat ze schrijven eeuwig vindbaar is. Als 14-jarige brulje andere dingen dan een 40-jarige en net als negatieve recensies blijven dwaze uitspattingen vindbaar. Het zou goed zijn wanneer er op middelbare scholen een vak als ‘media wijsheid’ wordt aangeboden.”