

# Sociale media en crises: tips voor overheden en burgers



Sociale media zijn niet meer weg te denken uit de samenleving. In toenemende mate worden ze ook gebruikt tijdens crises, maar hoe kunnen sociale media nu adequaat (dat wil zeggen effectief en met beperkte risico's) gebruikt worden bij de bestrijding van rampen en crises en waarvoor precies? Dit was het onderwerp van het tweejarig Europese FP-7 onderzoeksproject COSMIC: the COntribution of Social Media In Crisismanagement. Het project heeft geresulteerd in een concrete en praktische set met tips voor overheden over hoe sociale media adequaat te gebruiken voor, tijdens en na crisissituaties. Daarnaast is een vergelijkbare set met tips opgesteld voor burgers over hoe zij met name tijdens crisissituaties sociale media kunnen gebruiken om zichzelf en anderen, inclusief overheden en andere organisaties, te helpen.

## ■ Ira Helsloot

Hoogleraar Besturen van Veiligheid Radboud Universiteit / Crisislab

## ■ Gaby van Melick

Crisislab

## ■ Nico van Os

Veiligheidsregio Zuid-Holland Zuid

### SOCIALE MEDIA IN CRISES

Het is een gegeven dat de informatiebehoefte zeer hoog is tijdens crises: overheden en (hulpverlenings)organisaties, maar ook burgers hebben informatie nodig om adequaat op een crisis te kunnen reageren. Dit terwijl bij crises informatie veelal schaars is. Via sociale media is in toenemende mate snel, relevante informatie beschikbaar, die bovendien eenvoudig en snel (verder) verspreid kan worden in de samenleving. Dat nagenoeg iedereen kan deelnemen is de kracht van sociale media: het biedt ook niet-traditionele partijen – zoals burgers – een manier om eenvoudig informatie te verspreiden en/of zich en anderen te organiseren om hulp te bieden. Tegelijkertijd brengt juist het laagdrempelige en grootschalige gebruik van sociale media risico's en problemen met zich mee: bijvoorbeeld de verspreiding van onbetrouwbare of onverifieerbare informatie en inbreuken op de privacy.

### FUNDAMENT VAN DE TIPS

Een belangrijk inzicht in COSMIC is dat burgers zeer actief en zelfs (zelf)redzaam zijn tijdens crises. Zij ondernemen succesvol verschillende soorten actie om zichzelf, naasten, maar ook vreemden en zelfs hulpverleningsorganisaties te helpen.

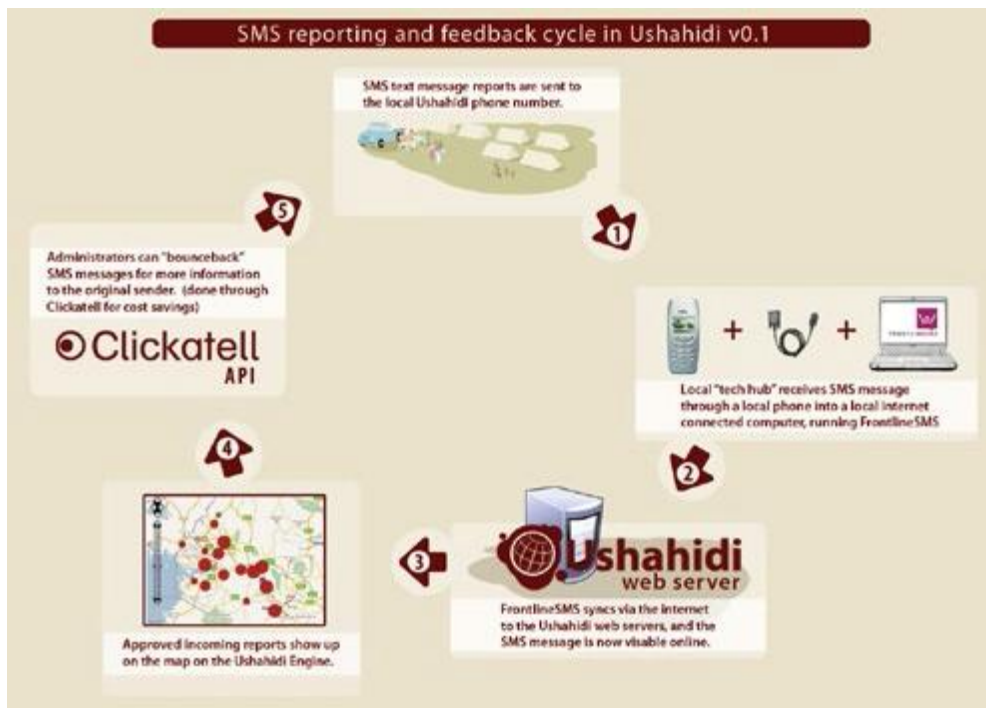
Met name direct na een crisis, wanneer hulpdiensten vaak nog niet aanwezig zijn, kunnen burgers hiermee een belangrijke aanvulling op en ondersteuning van de hulp geboden door hulpverleningsorganisaties vormen. Deze hebben namelijk tijdens crises, gezien de omvang en diversiteit van de uit te voeren taken en de tijdsdruk, zelden voldoende capaciteit om op alle behoeften in te spelen. Om zich op de meest prangende gevallen, waar hulp onontbeerlijk is, te kunnen focussen, is het noodzakelijk dat zoveel mogelijk burgers gefaciliteerd worden zichzelf en eventueel hun naasten in veiligheid te kunnen



Occupy Sandy: voorbeeld van burgerinitiatief na orkaan Sandy waarin burgers eigen hulpvoorziening, schoonmaak- en wederopbouwactiviteiten organiseerden.

brenge. Informatie over de situatie is hiertoe een kernvoorwaarde: hoe meer inzicht in de situatie hoe beter burgers kunnen reageren. Het is dus belangrijk dat de informatie die overheden en hulpverleningsorganisaties ontvangen ook naar burgers verspreid wordt. Sociale media zijn hierbij een effectief middel.

Bovendien zoeken hulpdiensten juist meer inzicht in de situatie om hun hulpverlening effectiever vorm te geven. Burgers zijn daarvoor een belangrijke bron. Niet alleen als ooggetuigen ter plaatse maar ook als zij in een wiki-vorm informatie bundelen. Natuurlijk bestaan er risico's, zoals onbetrouwbare informatie, maar het onderzoek dat in COSMIC is bijeengebracht laat zien dat de voordelen van vertrouwen op burgerinformatie veel groter zijn dan de nadelen. Het platform *Ushahidi*, gebruikt na onder andere de aardbeving in Haïti,



Ushahidi toont burgers hoe zij (zelfs van een afstand) kunnen bijdragen in de hulpverlening en het toont overheden en hulpverleningsorganisaties een verantwoorde wijze van inzet van burgers bij informatieverzameling en verificatie.

is een voorbeeld van een initiatief waar burgers zelf informatie verzamelen en verifiëren en dat organisaties als het Rode Kruis en InStedd helpt bij de coördinatie van de hulpverlening.

Ter vergroting van de efficiëntie van crisishulpverlening is het daarmee bevorderlijk dat overheden zich aanpassen aan burgerinitiatieven via sociale media, zoals Ushahidi, die in de maatschappij ontplooid (en dus gedragen) worden. Zeker omdat de overheid bijna onvermijdelijk achterloopt op de samenleving bij de ontwikkeling en toepassing van sociale media.

Deze inzichten hebben geresulteerd in een drietal principes die aan de basis liggen van de tips voor burgers en overheden.

- *Erkennen* dat de maatschappij vertrouwd kan worden.
- *Stimuleren* van de capaciteit van de maatschappij om zelf verantwoordelijkheid te dragen voor haar welzijn.
- *Ontwikkelen* van de capaciteit van overheden zich aan te passen aan het gebruik van sociale media door de maatschappij.



### TIPS

Op basis van bovenstaande inzichten zijn tips opgesteld die overheden en burgers helpen sociale media op een effectieve en verantwoorde manier te gebruiken bij crises om informatie te verspreiden en/of te verzamelen. Prominente onderwerpen zijn bijvoorbeeld: hoe heeft informatie impact, hoe kan informatie geïntegreerd of verificerbaar aangeboden worden en hoe kan privacy gewaarborgd worden.

Om te komen tot een handzame gids met tips zijn de tips voor overheden georganiseerd per fase waarin zij actief zijn: de voorbereiding op crises, de crisis en na afloop van een crisis: de herstelfase. De tips voor burgers zijn georganiseerd naar de activiteiten die zij met name tijdens crises ondernemen, omdat zij bij uitstek in deze fase actief zijn. Zo zoeken of verstrekken burgers hulp, zoeken of verstrekken zij informatie of mobiliseren zij anderen om hulp te verstrekken. Hulp is hierbij een breed begrip: van EHBO tot onderdak en andere hulpmiddelen, tot assistentie bij het verzamelen en verwerken van data: zoals het compileren van slachtofferlijsten, tot het opzetten van fondsenwerving. De tips zijn voorzien van concrete stappen en van voorbeelden.

De meest recente versie van de guidelines is te vinden op [www.crisislab.nl](http://www.crisislab.nl) en [www.cosmic-project.eu](http://www.cosmic-project.eu). De tips moeten gezien worden als een eerste stap in het bieden van handvaten voor het optimaal benutten van sociale media in de aanpak van crises en rampen. Als zodanig is verdere ontwikkeling en verfijning noodzakelijk, bijvoorbeeld door diezelfde veerkrachtige civil society en overheden die geadresseerd worden. Commentaar is dan ook van harte welkom, bijvoorbeeld via de auteurs.