

De rol van sociale media bij rampen en (mini)crises

Menno van Duin, Vina Wijkhuijs & Jan Eberg

Sinds de opkomst van sociale media spelen de toepassing en het bereik ervan in toenemende mate een rol, ook bij rampen en crises. De vraag rijst dan hoe daar in de crisiscommunicatie en het crisismanagement effectief mee om te gaan. Uit literatuuronderzoek en een analyse van een viertal Nederlandse casus blijkt dat, hoewel sommige officiële instanties nog steeds verrast kunnen worden door de snelle stroom van berichten en de effecten die dat met zich meebrengt, er al veel is geleerd over het omgaan met en benutten van sociale media in crisissituaties.

1 Inleiding

In 2010 bleek uit onderzoek van het Nationaal Crisiscentrum dat – op dat moment – nog maar een kleine groep crisismanagers, bestuurders en communicatieprofessionals zich bewust was van de mogelijkheden van sociale media (NCC 2010). Niet verwonderlijk was dan ook dat de commissie-Cohen constateerde dat voorafgaand aan en tijdens de rellen in Haren (2012) weinig adequaat op sociale media was gereageerd (Commissie ‘Project X Haren’ 2013). Overheidsprofessionals waren in die tijd wel overtuigd van de betekenis van de nieuwe ‘sociale’ media en ook wel bedreven in het gebruik ervan, maar er bestond onzekerheid over de mogelijkheden van het gebruik. Binnen het onderzoeksproject *#The Next Level* van de Hogeschool Utrecht is om die reden aandacht besteed aan de betekenis van sociale media voor het managen van crises. Welke rol spelen sociale media bij (mini)crises en hoe kunnen omgevingsanalisten en crisiscommunicatieadviseurs daarop inspelen? In het kader van het onderzoek is vanuit het lectoraat Regie van Veiligheid een contextanalyse verricht van een aantal cases en is door het lectoraat Crossmediale Communicatie in het Publieke Domein een discoursanalyse verricht. In dit artikel staan de resultaten uit de contextanalyse centraal. In het kader van dit deelproject is internationale (voornamelijk Amerikaanse) literatuur bestudeerd en zijn vier relatief recente Nederlandse cases geanalyseerd waarin sociale media duidelijk een rol hadden:

- 1 de aardgasbevingen in Groningen (vanaf september 2012);
- 2 de Eindhovense ‘kopschoppers’ (januari 2013);
- 3 de vermissingszaak Ruben en Julian (mei 2013);
- 4 de juweliersoverval in Deurne (maart 2014).

De cases zijn gereconstrueerd op basis van een literatuurstudie aan de hand waarvan de gebeurtenissen en omstandigheden van de crisis en de handelingen en interacties van de betrokken actoren in kaart zijn gebracht. Voor de analyse van

Menno van Duin, Vina Wijkhuijs & Jan Eberg

sociale mediaberichten is gebruikgemaakt van monitoringdata van Tableau Public en How About You.

Van de bovenstaande vier cases zijn de aardgasbevingen in Groningen uitgegroeid tot een ware crisis. De andere drie cases beschouwen wij als ‘minicrises’: situaties die in aard en eigenschappen weinig van echte rampen en crises verschillen, maar waarvan de omvang van de consequenties kleiner is (zie Van Duin en Wijkhuijs 2013, 2014a).

In dit artikel beschrijven wij eerst enkele belangrijke bevindingen uit internationaal onderzoek over de rol van sociale media bij rampen en crises. Daarna gaan wij in op de processen die bij de vier geselecteerde cases op sociale media een rol hebben gespeeld en de lessen die daaruit kunnen worden getrokken. We sluiten af met een korte slotbeschouwing.

2 De betekenis van sociale media bij rampen en crises

Er bestaat nog geen lange onderzoekstraditie naar de inzet en het gebruik van sociale media bij rampen en andere crises. Feitelijk kwam internet aan het einde van de vorige eeuw pas echt stevig van de grond. De laatste tien jaar heeft een snelle toename van mobiel internet (smartphone en laptop) te zien gegeven en daarmee ook van de opkomst van Twitter en Facebook. Vooral het toenemende gebruik van laatstgenoemde toepassingsmogelijkheden heeft bijgedragen aan het ontstaan van een nieuwe onderzoekslot. Toen interactieve vormen van nieuwe sociale media meer in zwang kwamen en er ook bij verschillende rampen en crises voor het eerst door direct betrokkenen gebruik van werd gemaakt, kwam onderzoek naar het gebruik van sociale media bij rampen en crises van de grond.

Een van de eerste keren dat systematisch het gebruik van sociale media (vooral ook de ‘klassieke’ vormen van sociale media) is onderzocht, was tijdens en vooral na *Hurricane Katrina* (2005), die vooral de Amerikaanse staten Louisiana en Mississippi trof. Na deze ramp is er onder andere onderzoek verricht naar online fora, blogs en de rol van deze sociale media bij het terugvinden van vermiste personen en het coördineren van hulp en hulpgoederen (geld, goederen, kleding). Voor het eerst werd duidelijk dat door het gebruik van sociale media burgers rampgerelateerde informatie (maar dus ook hulp en goederen) konden verstrekken en verkrijgen (Palen en Liu 2007). Niet eerder was systematisch onderzoek gedaan naar pogingen om specifiek via sociale media familie en anderen te traceren en terug te vinden.

Andere gebeurtenissen waarbij sociale media wat systematischer werden onderzocht, waren de *school shooting* bij Virginia Tech (2007) en de grote natuurbranden in Californië. Bij Virginia Tech werd als een van de eerste keren slim gebruikgemaakt van de ‘wisdom of the crowd’. Enkele personen koppelden verschillende bestanden en verzamelden de vele berichten van personen die de dreiging overleefd hadden (‘I’m OK at VT’) om langs die weg niet alleen een beeld te krijgen van de overlevenden, maar ook van diegenen die de aanval niet overleefd hadden (Palen et al. 2009). Daarmee hadden zij beduidend sneller een overzicht dan de autoriteiten en de politie. Uit het onderzoek naar het gebruik van sociale media

tijdens de hevige branden in Californië werd voor het eerst zichtbaar dat – naast de informatie die via de officiële kanalen werd verspreid – sociale media een prima ‘back-channel’ waren waar mensen informatie konden verkrijgen, delen en zoeken.

2.1 *De rol van de overheid*

Rond dezelfde periode ontstond ook belangstelling voor sociale media onder diegenen die werkzaam zijn op het terrein van crisismanagement. Ondanks dat duidelijk werd dat hier de nodige potentie lag om gebruik van te maken, bleek dat de praktijk van crisismanagers (leidinggevendenden bij hulpdiensten, autoriteiten) duidelijk achterliep en soms ook nog wel achterloopt op de ontwikkelingen. De Amerikaanse onderzoekers Hughes en Palen (2012) vroegen 25 informatiemangers (*public information managers*) uit Colorado naar hun ervaring met sociale media. De groep wilde veel meer met sociale media doen (trainen, gebruiken) dan hun leidinggevendenden verantwoord vonden. Bijna gelijktijdig kwamen in de VS de eerste discussies op gang over ‘liability’. Een centrale vraag daarbij was of en in hoeverre de overheid verantwoordelijk gesteld kan worden voor fouten als gevolg van het gebruik van sociale media. Minder werd stilgestaan bij de vraag of er ook sprake van aansprakelijkheid kon zijn als er in een kritieke situatie geen gebruik van zou worden gemaakt. Vertegenwoordigers van publieke organisaties zagen sociale media vooral als een nieuw middel om te kunnen zenden (Palen en Liu 2007). Het wederkerige karakter van deze media werd niet zo relevant of zelfs wat bedreigend gevonden.

2.2 *Recente ontwikkelingen*

De laatste jaren is meer studie verricht naar de bijdrage die sociale media kunnen leveren bij de voorbereiding op mogelijke rampen en crises (preparatie) en het organiseren van veerkracht binnen de samenleving (Alexander 2014; Westerman et al. 2014). Zo is ook het belang van sociale media in de nafase, bij het mee(be)leven en rouw, en het creëren van een gezamenlijk collectief bewustzijn (gedeelde historie opbouwen), onderwerp van studie geworden.

Een belangrijk thema van onderzoek betreft ook de houding van crisismanagers en overheidsverantwoordelijken ten aanzien van sociale media. Deze houding is langzaam aan veranderd. De meeste publieke vertegenwoordigers hebben eerst de kat uit de boom gekeken. *Early adopters* (in de VS) baanden de eerste paden en verzorgden trainingen, cursussen en bijeenkomsten. Dat droeg bij aan een verdere verdieping in het gebruik van sociale media. Daarbij speelde zeker mee dat meer en meer duidelijk werd dat het niet een kwestie is van willen, maar meer van moeten. Crisismanagers en de overheid zullen de ontwikkeling moeten volgen dat burgers steeds meer gebruikmaken van sociale media. Onderzoek toonde aan dat burgers dit ook meer en meer van hulpdiensten en de overheid verwachten (Politieacademie/NIFV en VDMMP 2012). De informatiemangers waren degenen die vaak het eerste met deze nieuwe realiteit geconfronteerd werden. Zij begonnen al snel sociale media (vooral Twitter en Facebook) te monitoren, alhoewel er aanvankelijk nog weinig goede tools waren. Inmiddels gaan de ontwikkelingen op dit terrein snel.

Menno van Duin, Vina Wijkhuijs & Jan Eberg

2.3 Eerste bevindingen

Het (grotendeels internationale) onderzoek dat de laatste jaren is verricht, levert de volgende algemene observaties en conclusies op.

- *Sociale media versterken gedragspatronen, maar veranderen deze niet*

Ten eerste leert onderzoek naar de rol van sociale media bij rampen en crises ons dat sociale media dan wel een steeds grotere rol (zijn) gaan spelen, maar dat daarmee niet opeens allerlei nieuwe gedragspatronen zijn ontstaan. Deze conclusie sluit aan bij conclusies uit veel ander onderzoek en bevestigt daarmee dat wij de betekenis van nieuwe technologie niet moeten overschatten. Het is, vergelijkbaar met andere sociale gebruikerstechnologieën, niet zo dat mensen door de komst van sociale media opeens heel andere dingen gaan doen. Wel geven de nieuwe sociale media mogelijkheden die er voorheen niet of minder waren (zie o.a. Van Est 2014). Er is dus niet opeens heel veel nieuws onder de zon, maar wel zijn er met de komst van de sociale media allerlei mogelijkheden ontstaan om bijvoorbeeld sneller veel meer personen te informeren, te activeren of te mobiliseren. De gedragspatronen zelf zijn echter niet opeens veranderd. Om deze processen te begrijpen is kennis over rampen en over het gedrag van burgers in die specifieke situaties daarom belangrijker dan kennis over nieuwe mediale mogelijkheden.

- *Sociale media spelen in elke fase van een ramp/crisis een rol*

Wat tevens opvalt, is dat de scope waar sociale media een rol (kunnen) spelen (voor, tijdens en na een ramp of crisis) alleen maar toeneemt en dat zo langzamerhand voor bijna alle processen die in rampsociologisch onderzoek onderscheiden worden er een toepassing of koppeling met sociale media bestaat. Van alle fasen van een ramp of crisis is inmiddels wel een mooi voorbeeld in relatie tot sociale media bekend, van 'early warning' tijdens Fukushima (2011) tot allerlei vormen van ondersteuning en rouwverwerking in de nafase, zoals bij de ramp met de MH-17 (2014). Medeleven kan fysiek geuit worden, maar geschiedt steeds meer ook virtueel. Tegenwoordig is er vaak al binnen enkele uren een Facebook-pagina voor overlevenden, nabestaanden of anderen.

- *Rol sociale media afhankelijk van aard van de gebeurtenis*

Een derde conclusie betreft de grote betekenis van de aard van de gebeurtenis op het gedrag en de informatiebehoefte van mensen. Een klassieke solidariteitscrisis (bijvoorbeeld een natuurramp) kent deels andere reactiepatronen dan een hevige conflictcrisis (zoals een terroristische aanslag). Dat werkt ook door in de rol van de sociale media. Het is dus niet zo dat, ongeacht het soort van crisis, de sociale media altijd op eenzelfde wijze functioneren. Bij een (natuur)ramp is de aandacht – ook op sociale media – voornamelijk gericht op het organiseren van hulp. In het geval van een terroristische aanslag draait het vaak om de vraag wie het gedaan heeft en of de situatie al veilig is. Ook volgt al snel een jacht op de vermoedelijke dader (soms de verkeerde, bijvoorbeeld na de Boston-bombing in 2013). Dit betekent dat kennis over de rol van bijvoorbeeld Twitter en Facebook bij rampen (met een exogene oorzaak) niet zomaar geldig is voor andersoortige crises (met een

endogene oorzaak). Belangrijk is oog te hebben voor het dominante thema dat bij een gebeurtenis speelt. Dat varieert sterk per soort crisis.

- *Sociale media en geruchtvorming: een typisch Nederlands verschijnsel?*

In Amerikaans onderzoek gaat veel minder aandacht uit naar de ‘negatieve’ aspecten van sociale media; vooral in Nederland bestaat er nogal eens de neiging om aan alle uitwassen en negatieve effecten van sociale media veel aandacht te besteden. Als gevolg van sociale media ontstaan er veel geruchten en lijkt de waarheid vaak verscholen achter alle ruis. Bovendien geven deze media ruimte voor negativiteit (ieder kent wel de scheldkanonnades bij bepaalde blogs en discussies). Ondanks dat het ‘los gaan’ op sociale media een algemeen verschijnsel is, lijkt er voor dit thema in buitenlands onderzoek relatief weinig belangstelling. Relevant in dit verband is de recente publicatie van Jong en Dückers (2016), waarin zij aangeven dat er steeds systematischer een reactie volgt van een groep gebruikers van sociale media op allerlei vormen van onjuiste berichtgeving. Dit is een vorm van zelfreinigend vermogen binnen de gebruikersgroepen.

- *‘De media’ bestaan niet, net zo min als ‘de burger’ of ‘het publiek’*

Een andere conclusie die uit onderzoek getrokken kan worden, is dat ‘de media’ niet bestaan en dat ook niet gesproken kan worden van ‘het publiek’ of ‘de burger’. Geen sociaal medium is hetzelfde. Terwijl de ene vorm meer geschikt is voor het delen van emoties (bijvoorbeeld Facebook), is een ander medium weer geschikter om burgers (direct) te informeren en een handelingsperspectief te bieden (Twitter). Iets vergelijkbaars geldt ook voor de burgers: afhankelijk van de afstand en betrokkenheid tot de gebeurtenis zal de ene persoon heel andersoortige informatie wensen (en delen) dan de andere. Zo ook kunnen verschillende (groepen) burgers eenzelfde boodschap heel anders beleven. Terwijl de ene persoon denkt aan ‘zijn broer die in Yorkshire woont’, denkt de ander aan zijn vakantie aldaar (‘ik ben er pas nog geweest’) en een volgende aan al die gebouwen die mogelijk door de overstroming zijn getroffen. Dat betekent dat deze personen geïnteresseerd zijn in andere informatie. Sommigen willen een handelingsperspectief, terwijl anderen eerder een duiding wensen of gewoon willen weten hoe het nu met verwanten aldaar gaat.

- *Voor de oude garde zijn continue ontwikkelingen soms moeilijk te volgen*

Voor crisismanagers en diegenen die ten tijde van crises een belangrijke rol vervullen, is het niet eenvoudig om sociale media enthousiast te omarmen. Over het algemeen worden door de komst van nieuwe sociale media eerder meer problemen voorzien, dan dat het als ‘een kans’ wordt opgevat om te komen tot nieuwe vormen van communiceren. Daarbij speelt ook leeftijd een rol. De generaties die in onze samenleving leidend zijn bij publieke organisaties, zijn over het algemeen niet opgegroeid met de nieuwe media. Wat daarbij meespeelt, is dat de veranderingen op dit terrein vaak snel gaan. Het ene moment is een medium groot (Hyves), het andere moment is het alweer verdwenen. Facebook en ook Twitter worden vaak aangehaald als dominante sociale media ten tijde van crises. Toch is Twitter eigenlijk al weer op zijn retour en krijgt het vooral concurrentie van nieu-

Menno van Duin, Vina Wijkhuijs & Jan Eberg

were vormen van sociale media die meer op foto's en beelden dan op tekst zijn gericht.

3 Rollen van sociale media bij vier (mini)crises in Nederland

Onderstaand beschrijven wij welke rol sociale media in een viertal Nederlandse cases hebben gespeeld. De bevindingen zijn gebaseerd op de uitkomsten van een contextanalyse die vanuit het lectoraat Regie van Veiligheid binnen het onderzoeksproject *The Next Level* is verricht (Eberg 2015). We introduceren elke casus met een korte beschrijving van hetgeen zich voordeed en zetten vervolgens de verschillende rollen van sociale media op een rij.

3.1 Aardgasbevingen Groningen

De casus over de aardgasbevingen in Groningen is te typeren als een 'sluimerende' crisis die zich steeds duidelijker manifesteerde (Van Duin en Wijkhuijs 2014b). Al in het midden van de jaren tachtig van de vorige eeuw deden zich in het winningsgebied voor het eerst aardschokken voor. Vanaf 2003 zijn de frequentie en de sterkte van de aardbevingen toegenomen. Grote ophef ontstond in 2012 na de aardgasbeving in Huizinge die een kracht had van 3,6 op de schaal van Richter. Deze beving voedde de onrust onder de Groningse bevolking. Omdat jarenlang een mogelijk verband tussen de gaswinning en de aardbevingen is ontkend of gebagatelliseerd, was onder de Groningse bevolking een diep wantrouwen jegens de NAM en de rijksoverheid (in het bijzonder het ministerie van Economische Zaken) ontstaan. Verschillende actiecomités hadden zich al via sociale media georganiseerd, via websites (van onder andere de Groningse Bodembeweging), Facebook en blogs. Steeds meer mensen sloten zich daarbij aan of uitten op sites hun ongenoegen over de schade aan huizen die door de aardgasbevingen zou zijn aangericht. De provincie Groningen zou vooral de lasten van de aardgaswinning moeten dragen en onvoldoende profiteren van de aardgasopbrengsten.

3.1.1 Rol sociale media

In deze casus vervullen sociale media nog steeds op verschillende manieren een rol:

- **Ontstaan van burgerbelangengroepen**
Verschillende groepen burgers richtten een vereniging en/of Facebookpagina op. Langs die weg mobiliseerden zij aanhangers en oefenden zij politieke druk uit op lokale en nationale bestuurders. Het succes hiervan was mede te danken aan sociale media.
- **Stimulans voor technologieontwikkeling**
Door de Veiligheidsregio Groningen en het KNMI (in samenwerking met TU Delft en TNO) is de tool Twitcident ontwikkeld. Deze tool fungeert als bevingsmonitor op basis van burgertweets. Het systeem houdt bij hoeveel en waarover wordt

getwitterd. Op basis daarvan worden hulpdiensten gemobiliseerd. Sociale media worden hier dus benut als 'burgerintelligence'.

- Verspreiding van geruchten

In deze casus deden op sociale media ook de nodige geruchten de ronde:

- Frequentie en kracht van toekomstige aardbevingen
Er zouden niet alleen méér aardbevingen volgen, ze zouden ook vaker krachtiger zijn. Op de website van de actiegroep 'Schokkend Groningen' werd gespeculeerd over magnitudes van 7 op de schaal van Richter.
- Vermeende aardbevingen
Trillingen, die later onweer bleken te zijn of veroorzaakt door een F16, leidden tot een enorm twitterverkeer over 'weer een aardgasbeving'.
- Onverkoopbaarheid van huizen
Tweede Kamerlid Liesbeth van Tongeren las tijdens een debat een e-mail voor van een bewoner: 'Het gerucht gaat dat als je nu een huis koopt in Groningen, je dan moet tekenen dat je nooit bij de NAM gaat claimen. Ons gezin is in paniek. Wij komen hier nooit meer weg.' Van Tongeren: 'Ik hoop dat de minister mij kan verzekeren dat dit niet waar is. Dit soort angsten en gevoelens leven breed in Groningen' (Handelingen II 2014-2015, 33529, nr. 12).
- Besteding schadevergoedingen aan vakanties
Aardbevingsslachtoffers zouden op vakantie gaan van de schadevergoedingen die door de NAM zijn uitgekeerd.
- Aanslagen op NAM-locaties
Op de website van de actiegroep 'Schokkend Groningen' verscheen het volgende bericht: 'Aanslagen en pogingen tot aanslagen op NAM-eigendommen' (een NAM-locatie in de buurt van Zuidhorn en een locatie bij 't Zandt).
- NAM vertraagt afbouw van de gaswinning
Hoewel velen begrijpen dat de economische belangen groot zijn, gaat volgens sommigen het tempo waarin de gaswinning wordt afgebouwd veel te traag. Zo ontstond het volgende gerucht: De NAM zou hebben gezegd dat er gas gewonnen moet blijven worden, omdat stoppen de kans op aardbevingen alleen maar vergroot. (Er mogen geen drukverschillen tussen wingebieden veroorzaakt worden.)

3.2 De Eindhovense 'kopschoppers'

Op 21 januari 2013 toonde de regionale televisiezender Omroep Brabant in haar opsporingsprogramma *Bureau Brabant* beelden van een bewakingscamera in het uitgaansgebied van Eindhoven. Daarop was te zien dat een jonge man door een aantal jongens in elkaar werd geslagen en geschopt. Nadat de beelden waren uitgezonden, werden deze op internet geplaatst en via sociale media verder verspreid. De beelden werden meer dan 400.000 keer bekeken en 8000 keer gedeeld via Facebook en Twitter (Vermonden 2013). Opgeroepen werd om de beelden verder te verspreiden. Wat op de beelden te zien was, leidde bij menigeen tot verontwaardiging. Het resulteerde zelfs in een kloppjacht op de acht jongens die bij de mishandeling betrokken waren (zie voor een uitgebreidere beschrijving van deze casus Wijkhuijs en De Vries 2014). Uiteindelijk zijn door de rechter drie jongens

Menno van Duin, Vina Wijkhuijs & Jan Eberg

veroordeeld voor hun betrokkenheid bij deze zaak. De rechter kende daarbij aan de jongens een strafvermindering toe, mede vanwege de buitengewoon grote media-aandacht voor de uitgezonden beelden en de gevolgen die dit voor de verdachten en hun familie had.

3.2.1 *Rol sociale media*

De rol van sociale media kwam in deze casus expliciet tot uiting in:

- *Naming and shaming*

Hoewel er wel vaker soortgelijke filmpjes op internet circuleren, was de ophef rond de beelden van deze mishandeling groot. Dit kwam mede doordat er deze keer expliciet aandacht aan werd besteed door het weblog GeenStijl. Verder speelde waarschijnlijk mee dat het om meerdere aanvallers ging en er ook nog eens een groepsfoto van hen rondging. Op de betreffende foto staan acht jongens, maar één van hen had niets met de zaak te maken. Het filmpje met daarbij de foto en ook de inmenging van GeenStijl zorgden voor veel berichtenverkeer op sociale media (waaronder veel 'retweets'), en zo werd de zaak verder aangejaagd. De functie van sociale media als hulpmiddel werd toegejuicht: 'Rotjochies #eindhoven namen bekend #politie is goed, maar socialmedia is beter'.

- *Verspreiding van geruchten*

In deze casus gingen op sociale media de volgende geruchten de ronde (tussen haakjes staat wat werkelijk het geval was):

- Er werd druk gespeculeerd over de nationaliteit van de verdachten: Belgisch of Nederlands. Het zouden vooral Belgen zijn. (Verdachten waren Belgisch en Nederlands, maar alle woonachtig in België.)
- De Stedelijke Handelsschool in Turnhout dreigde te worden aangevallen door mensen die dachten dat de verdachten daar naar school gingen. (Geen van de verdachten zat op die school.)
- Toen GeenStijl een foto van 'de kopschoppers' online had gepubliceerd met hun voor- en achternamen erbij, kreeg een jongen uit Aalst-Waalre met dezelfde naam als een van de verdachten doodsb bedreigingen via mail, sms en telefoon. Hij zou een kopschopper zijn. (De verdachte Tom K. kwam niet uit Aalst-Waalre, maar uit Turnhout.)

3.3 *De vermissingszaak Ruben en Julian*

In de avond van dinsdag 7 mei 2013 plaatste de moeder van Ruben en Julian foto's van haar zoontjes op haar Facebookpagina met het bericht: 'Alsjeblieft, wil iedereen uitkijken naar mijn kleine mannetjes, ze worden sinds gisterochtend vermist.' Die avond en de daaropvolgende nacht werd het Facebookbericht 17.000 keer gedeeld (Jong, Dückers en Holsappel 2014). De politie verzond een Amber Alert. Iemand die de vermissingszaak verder onder de aandacht wilde brengen, was Hans Huizinga. Via het twitteraccount @JulianRubenNL verzamelde en filterde hij informatie. Zijn initiatief groeide uit tot een team van elf personen dat online de informatievoorziening over de vermissing coördineerde. Mede naar aanleiding van het Amber Alert schonken ook de reguliere media aandacht aan de

zaak. Twee dagen na de noodkreet van de moeder verscheen op Facebook een eerste oproep van een inwoner van Utrecht om de politie te helpen bij het zoeken naar de jongens. Er volgden vele 'burgerzoektochten' verspreid over het land; in het recreatiegebied het Doornse Gat (waar de vader van de jongens zelfmoord had gepleegd) tot in de bossen bij het Limburgse Neerbeek (waar hij voor het laatst bij een tankstation gezien was). Ook daarvan verliep de organisatie via Facebook. Het bleek allemaal tevergeefs. Pas een kleine twee weken later, op zondag 19 mei 2013, trof een voorbijganger de lichamen van de twee jongens aan in het buitengebied van het Utrechtse dorp Cothen. Op verzoek van de moeder organiseerde de gemeente Zeist geen stille tocht, maar werd diegenen die hun medeleven wilden uiten, gevraagd voor de jongens een kaarsje te branden.

3.3.1 *Rol sociale media*

De rol van sociale media kwam in deze casus expliciet tot uiting in:

- **Burgerzoektochten**

Het begon met de oproep van de moeder op Facebook. Facebook en Twitter werden centrale platformen. Wanda van den Bovenkamp en Marc Satijn beheerden een Facebookpagina om burgerzoektochten te organiseren, waar in sommige gevallen honderden mensen op af kwamen. Ook de twitteraccounts @JulianRubenNL en later @zoekjemee groeiden uit tot een belangrijk medium. Sociale media waren zo het middel om mensen te mobiliseren voor zoektochten en om die te coördineren.

- **Benefiet-initiatieven**

In een tweet van de gemeente werd opgeroepen om de jongens te herdenken door een kaarsje te branden. De tweet werd 125.000 keer getweet en velen verzonden via Twitter een foto met brandende kaarsjes. Ook werden op sociale media suggesties gedaan voor het houden van een stille tocht, het oprichten van een monument voor de jongens (door stichting RuJu), het houden van een benefiet-concert, een benefiet-voetbalwedstrijd en het plaatsen van een gedenksteen.

- **Verspreiding van geruchten**

Over de vermissingszaak verschenen op sociale media ook de nodige geruchten, zoals:

- *Gezien?* Er was een Amber Alert uitgegaan en er waren bewakingsbeelden van het tankstation in Beek. Het hele gebied tussen Utrecht en Zuid-Limburg werd zoekgebied. Meerdere mensen claimden dat ze de jongens hadden gezien.
- *Gevonden?* Er kwamen bij de politie zeer veel tips binnen. Over gevonden schoenen, kleding en spullen. Over gehoorde schoten. Over dat de jongens zouden zijn gevonden in een visvijver in het Limburgse Geulle.
- *Vchtscheiding?* Er ontstond discussie over de rol van de moeder in de echtscheiding. Er werd daarom sympathie geuit jegens de vader, maar ook werd hij in verband gebracht met huiselijk geweld. Er zou sprake zijn geweest van

Menno van Duin, Vina Wijkhuijs & Jan Eberg

een ‘vechtscheiding’. En er waren speculaties over de rol van Bureau Jeugdzorg en de Raad voor de Kinderbescherming.

3.4 *Overval op juwelier in Deurne*

Op vrijdag 28 maart 2014 vond bij een juwelier in Deurne een gewapende overval plaats. Aan het einde van de middag betraden twee mannen de juwelierswinkel. Terwijl de juwelier door een van de overvallers ernstig werd mishandeld, trachtte de andere overvaller zich toegang te verschaffen tot de naastgelegen kantoorruimte. Aldaar bevond zich de vrouw van de juwelier, die gehoord en ook op de monitor van de beveiligingscamera’s gezien had dat haar man werd bedreigd en voor zijn leven vocht (Wijkhuijs 2015). Zij had daarom een vuurwapen gepakt dat in het kantoor lag en loste daarmee door de kier van de deuropening een aantal schoten. Beide overvallers werden dodelijk geraakt. Vierentwintig uur later meldde de hoofdofficier van justitie op een persconferentie dat de dood van de twee overvallers waarschijnlijk het gevolg was geweest van een rechtmatige zelfverdediging door het juweliersrechtspaar. Er zou sprake zijn geweest van ‘noodweer’. De juwelier en zijn vrouw werden daarom niet langer op het politiebureau vastgehouden, maar in de gelegenheid gesteld het onderzoek thuis af te wachten. Beiden werden nog wel aangemerkt als verdachte. Na een uitgebreide reconstructie en raadpleging van experts maakte het Openbaar Ministerie op 23 september 2014 bekend niet tot strafvervolgning van de juweliersvrouw over te gaan, omdat zij gerechtvaardigd had gehandeld. Haar man werd wel vervolgd en door de rechter veroordeeld voor verboden wapenbezit. Hij kreeg honderd uur taakstraf en drie maanden voorwaardelijke celstraf opgelegd.

3.4.1 *Rol sociale media*

Al voordat de hoofdofficier van justitie tijdens de persconferentie met de mededeling kwam dat in deze casus mogelijk sprake was van noodweer, vond er op sociale media de nodige discussie plaats over de roofoverval. De rol van sociale media kwam vervolgens op verschillende manieren tot uiting:

- **Steunbetuigingen voor juweliersrechtspaar**

Op de dag na de overval werden de Facebookpagina’s ‘Ik sta achter juwelier Goldies’ en ‘Vrijspraak voor vrouw van de juwelier uit Deurne’ aangemaakt. Laatstgenoemde pagina had diezelfde middag rond 16.00 uur al ruim 17.000 ‘likes’. Steunbetuigingen als ‘een lintje voor de juweliersvrouw’ verschenen ook op Twitter en op weblogs van reguliere media (NOS, Eindhovens Dagblad).

- **Van lokaal naar nationaal nieuwsitem**

Twee dagen na de overval meldde de NOS dat er zelden zo veel reacties naar aanleiding van een gebeurtenis op de Facebookpagina van de NOS waren binnengekomen; in dit geval waren dat er ruim 7000, variërend van ‘Wanneer kan ze bij de gemeente Deurne de onderscheiding ophalen, dit is zeker een lintje waard!!!’ tot ‘De vele juichende reacties jagen mij angst aan. Ik zeg niet dat de vrouw fout zit hoor, maar juichen, bloemen en lintjes uitreiken omdat er mensen zijn doodge-

schoten, gaat mij veel te ver ...'. De berichtenstroom op sociale media werd zo een nationaal nieuwsitem.

- Verspreiding van geruchten

In deze casus speelden de volgende geruchten (tussen haakjes staat of dit klopt of niet):

- De juweliersvrouw zou hebben geschoten (klopt).
- De juwelier zou hebben geschoten (klopt niet).
- De overvallers waren van Marokkaanse afkomst (klopt).
- Een van de overvallers zou hebben geschoten (klopt niet).
- Een van de overvallers zou illegaal in Nederland zijn (klopt niet).
- De juwelier zou een strafblad hebben (klopt).
- Er zou sprake zijn van een vierde overvaller (niet duidelijk geworden).

4 Lessen uit de vier Nederlandse cases

Sociale media zijn de laatste paar jaar een integraal onderdeel geworden van het dagelijkse werk van overheidsprofessionals. Gemeenten, veiligheidsregio's, politie en het Openbaar Ministerie hebben de afgelopen jaren nieuwe werkwijzen ontwikkeld om ook op sociale media de crisiscommunicatie te professionaliseren. Bij elk van deze organisaties werkt tegenwoordig een 'pool' van communicatieprofessionals die sociale mediaberichten goed weten te analyseren en te duiden. Toch werden gemeenten, politie en het Openbaar Ministerie in de onderzochte cases soms nog behoorlijk verrast door de snelle stroom van berichten en de effecten die dat met zich meebracht. Het ging daarbij niet alleen om de toon en lading van de berichten (dreiging, botheid, polarisatie), maar ook om de mobiliserende kracht van zowel benefietinitiatieven als demonstraties en protesten. Daarvan heeft men wel weer geleerd. Van de aardgasbevingen in Groningen is inmiddels geleerd dat participerende communicatie en face-to-face empathie effectiever zijn dan communicatie via sociale media. Communicatieprofessionals moeten vooral ook naar mensen toe gaan, op scholen, bedrijven, bewonersbijeenkomsten. De NAM kon het qua *tone of voice* nooit goed doen op sociale media, zeker niet als het over aardbevingsschade ging. De 'dorpenrondes' werkten beter. Van de kopschoppers-casus heeft het Openbaar Ministerie geleerd dat communiceren over opsporingszaken tegenwoordig complexer kan zijn dan voorheen en dat in dit soort gevallen beter minder expliciete beelden kunnen worden getoond. Van de vermisingenzaak van Ruben en Julian werd geleerd dat burgerinitiatieven kunnen bijdragen aan de opsporing wanneer deze in samenwerking met (en onder regie van) officiële instanties als de politie en het Rode Kruis plaatsvinden. En van de overval op de juwelier in Deurne is geleerd dat actuele gebeurtenissen en ontwikkelingen sterke invloed kunnen hebben op de zaak. De 'Minder, minder'-speech van Geert Wilders, negen dagen voor de overval, bepaalde mede de crisiscontext. Op basis van de uitkomsten van het onderzoek kunnen we ten slotte aan professionals de volgende tips meegeven voor het effectief omgaan met sociale media in crisissituaties:

Menno van Duin, Vina Wijkhuijs & Jan Eberg

- Wees bewust van de mobilisatiekracht en keuzedruk van sociale media. Sociale media kunnen een crisis groter maken, maar ook ten bate van de hulpverlening worden ingezet. Dit bleek zowel bij de aardgasbevingen als in de vermissingszaak van Ruben en Julian.
- Maak zo veel als mogelijk gebruik van publiekscennis en via sociale media aangeboden burgerhulp. Media en burgers denken mee. Dus niet wachten tot mensen zich melden, maar direct nagaan waar burgerhulp kan worden benut; bijvoorbeeld in de vermissingszaak van Ruben en Julian: boswachters, boeren en wandelaars.
- Geruchten bevatten vaak meer ruis dan bruikbare informatie. Het gericht toepassen van *rumor control*, zijnde het weerleggen van geruchten om een geruchtenstroom tegen te gaan, kan in veel gevallen effectief zijn om maatschappelijke onrust te beperken en/of informatie over een strafrechtelijk incident te verifiëren, maar niet op elk gerucht hoeft te worden gereageerd. Officiële instanties die hun autoriteit op sociale media laten gelden, kunnen helpen geruchten te neutraliseren.

5 Afronding

Onderzoek naar de rol van sociale media bij rampen en andersoortige crises staat in feite nog in de kinderschoenen. Toch is in het afgelopen decennium (sinds 2005) al het een en ander duidelijk geworden. Sociale media kunnen in alle stadia van (dreigende) rampen en crises een rol spelen (vooraf, tijdens en na), maar leiden niet tot wezenlijk nieuwe gedragspatronen; wel kunnen sociale media bepaalde gedragspatronen versterken. Het is daarom belangrijk deze gedragspatronen te onderkennen, zodat daar effectief op kan worden gereageerd. Bij conflictcrises (als *school shootings*, terreur e.d.) speelt vooral onzekerheid een grote rol (is er nog gevaar; wie is de dader), terwijl bij ongevallen de berichten vaak veel meer betrekking hebben op de mogelijkheid van het verlenen van hulp en het in kaart brengen van de getroffen gebieden. Een typisch Nederlands verschijnsel lijkt welhaast de belangstelling die in sociale media-analyses en onderzoek uitgaat naar geruchtvorming. Dit pleit voor *rumor control*, maar dat betekent niet per se dat de overheid zich daarmee moet belasten. Ook anderen dragen daartoe bij.

Literatuur

- Alexander, D.E. (2014) Social media in disaster risk reduction and crisis management. *Science and Engineering Ethics*, 20(3), 713-733.
- Commissie 'Project X Haren' (2013) *Twee werelden. You only live once*. Hoofdrapport. Den Haag.
- Duin, M. van en V. Wijkhuijs (2013) (red.) *Lessen uit crises en mini-crisis 2012*. Den Haag: Boom Lemma.
- Duin, M. van en V. Wijkhuijs (2014a) (red.) *Lessen uit crises en mini-crisis 2013*. Den Haag: Boom Lemma.

- Duin, M. van en V. Wijkhuijs (2014b) Aardgasbevingen in Groningen. In M. van Duin en V. Wijkhuijs (red.), *Lessen uit crises en mini-crisis 2013*. Den Haag: Boom Lemma, 58-75.
- Duin, M. van en V. Wijkhuijs (2015) (red.) *Lessen uit crises en mini-crisis 2014*. Den Haag: Boom Lemma.
- Eberg, J. (2015) *Contextanalyse: Vier cases doorgelicht*. Hogeschool Utrecht, FCJ/FMR, RAAK-Publiek project 'The Next Level @ Crisis via Cross Media'.
- Est, R. van (2014) *Intieme technologie. De slag om ons lichaam en gedrag*. Den Haag: Rathenau Instituut.
- Hughes, A.L. en L. Palen (2012) The evolving role of the public information officer: An examination of social media in emergency management. *Journal of Homeland Security and Emergency Management*, 9(1).
- Jong, W., M. Dückers en J. Holsappel (2014) De vermissing van de broertjes Ruben en Julian. In: M. van Duin en V. Wijkhuijs (red.), *Lessen uit crises en mini-crisis 2013*. Den Haag: Boom Lemma, 152-167.
- Jong, W. en M. Dückers (2016) Self-correcting mechanisms and echo-effects in social media: An analysis of the "gunman in the newsroom crisis". *Computers in Human Behavior*, 59, June, 334-341.
- NCC (2010) *Sociale media en crisiscommunicatie*. Den Haag: Ministerie van Veiligheid en Justitie.
- Palen, L. en S.B. Liu (2007) Citizen communications in crisis: Anticipating a future of ICT-supported public participation. In *CHI 2007 Proceedings: Emergency action - San Jose, CA, USA, April 28-May 3*, 727-735.
- Palen, L., S. Vieweg, S.B. Liu en A.L. Hughes (2009) Crisis in a networked world: Features of computer-mediated communication in the April 16, 2007, Virginia Tech Event. *Social Science Computer Review*, April 8, 1-14.
- Politieacademie/NIFV en VDMMP (2012) *Gebruik sociale media in noodsituaties: feiten, beelden en verwachtingen*. Apeldoorn/Houten: Politieacademie en VDMMP.
- Vermonden, R. (2013) *Nederland via Twitter en Facebook op zoek naar daders zware mishandeling Vestdijk Eindhoven*. Omroep Brabant.nl. Opgeroepen op 2 maart 2016 van: www.omroepbrabant.nl/?news/187333832/Nederland+via+Twitter+en+Facebook+op+zoek+naar+daders+zware+mishandeling+Vestdijk+Eindhoven.aspx.
- Westerman, D., P.R. Spence en B. van der Heide (2014) Social Media as information source: recency of updates and credibility of information. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 29 (4), 138-1545.
- Wijkhuijs, V. en A. de Vries (2014) De kopschoppers van Eindhoven. In M. van Duin en V. Wijkhuijs (red.), *Lessen uit crises en mini-crisis 2013*. Den Haag: Boom Lemma, 43-57.
- Wijkhuijs, V. (2015) Fatale overval op juwelier in Deurne. In: M. van Duin en V. Wijkhuijs (red.), *Lessen uit crises en mini-crisis 2014*. Den Haag: Boombestuurkunde, 65-79.