

# Lekker sociaal!

honderd dagen zonder sociale media



**Erik Slofstra**

© Uitgeverij U2pi BV ([www.jouwboek.nl](http://www.jouwboek.nl)), Voorburg  
1e druk april 2012 (ISBN gedrukte versie 978-90-8759-263-9)  
1e ebook versie april 2012

Titel: Lekker sociaal!  
Auteur: Erik Slofstra

ISBN: 978-90-8759-268-4  
NUR: 988

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of enige andere manier, zonder voorafgaande toestemming van de uitgever.

# **Lekker sociaal !**

Honderd dagen zonder sociale media

Erik Slofstra

*Don't send me no message,  
you know I'm all alone.  
I need you person to person,  
bring your little fine self on home.*

Elmore James

# gestopt

De activiteit op de sociale media is afgenomen en het aantal Nederlandse Facebook-gebruikers groeit niet meer. Dat meldt het Algemeen Dagblad eind 2011.

Aan het woord komt een adviseur op het gebied van media-innovatie die aan voorzichtige conclusies geen boodschap heeft. "Ik denk dan ook dat Facebook beperkt houdbaar is", stelt hij. De auteur spreekt vervolgens van 'social media-moeheid' en noemt vijf redenen om met Facebook te stoppen:

1. Weg met die sociale druk-druk-druk
2. Genoeg van *small talk* in het kwadraat
3. Het is verslavend
4. Waak over je privacy
5. Ken je echte vrienden

Bij dat laatste punt staat de anekdote van een vrouw die op Facebook aankondigde zelfmoord te plegen. Ze had er meer dan duizend *friends*, maar niet één kwam in actie, ook niet zij die op loopafstand woonden.

Zeventien uur later vindt de politie haar ontzielde lichaam en vraagt haar moeder zich af: wat is dit voor een nepwereld en wat zijn dit voor mensen die zich 'vriend' noemen?

Toch is Facebook van alle sociale media nog altijd het populairst en is de druk op wie niets met sociale media wil doen behoorlijk. Iedereen kent wel de succesverhalen van hen die via de sociale media hun

droombaan of -partner vonden. De moraal van die verhalen is steeds dezelfde: bij sociale media gaat het erom dat je doorzet en onophoudelijk in je volgers investeert. Alleen dan zal je beloond worden.

Wie wil bestaan zonder Twitter komt daar nog mee weg. Het medium kan in absolute aantallen gebruikers niet tippen aan de miljoenen die op Facebook hun leven etaleren. Toch zullen fanatieke tweeps niet nalaten jou als non-tweep te wijzen op de kansen die je laat liggen. Een populaire gedachte luidt immers dat je via Twitter nog eens mensen voor je aan het werk kunt zetten, *Crowdsourcen* heet dat.

Wie Facebook aan de kant schuift, wacht een zwaardere beproeving en kan het idee krijgen als eenling buiten de vriendenkring te staan. Want onderhielden we vroeger onze relaties via persoonlijk contact, al dan niet per telefoon of sms, tegenwoordig is Facebook het sociale medium bij uitstek voor het uitwisselen van foto's en persoonlijke belevenissen. Hier worden de plannen voor het komend weekend gesmeed.

Tot slot is LinkedIn het minste wat je nodig hebt, wil je een professionele indruk achterlaten, zo zullen vrienden en collega's je voorhouden. Want ook al heeft menig senior directielid niet de minste behoefte aan een LinkedIn-account, alles in de lagen eronder roept dat een echte netwerker onmogelijk kan bestaan zonder online cv. Sommigen hebben het verzamelen van zoveel mogelijk connecties en reviews tot absolute topsport verheven, waarover later meer.

De conclusie mag zijn dat wie niet op de sociale media

acteert buiten de realiteit staat. Toch heb ik na jaren van intensief gebruik al mijn persoonlijke accounts opgeheven. Tijdelijk, zeg ik erbij. Ik hield het honderd dagen vol. Het werd een leerzaam experiment, waarvan ik in dit boek de impact beschrijf.

Je kunt je voorstellen dat mijn beslissing me op rare blikken kwam te staan. Bovendien, ik was een absolute junk, zeg maar gerust een type 'drie pakjes per dag'. Ik moest dus afkicken.

Wie een idee wil krijgen van wat je in zo'n situatie te wachten staat moet hem er maar eens ingooien op een willekeurig verjaardagsfeestje als de feestvreugde is gedempt en de verjaardagskring zich heeft teruggetrokken in hun iPhones en BlackBerry's: "Trouwens, wisten jullie dat ik ben gestopt met sociale media?" Die opmerking is genoeg om ze allemaal uit cyberspace en boven op de kast te krijgen. In mijn kringen wel, althans. De vrienden die nog met een oude Nokia door het leven gaan, kan ik op twee vingers tellen.

Sommigen zullen het begrijpen en geven toe dat ook zij te veel in beslag worden genomen door hun smartphones en de online platforms waarop zij zich hebben geabonneerd. "Het zijn er ook zoveel!" is een veelgehoorde klacht. De ware fanaat reageert echter als in zijn kuif geschoten en zal je aankijken met een blik waarin afkeer overgaat in medelijden, aangelengd met een vleugje superioriteitsgevoel. Want laten we wel zijn, dankzij de sociale media is alles mogelijk. Van het laten repareren van je fietsband tot een einde aan honger en oorlog in de wereld en wat dies meer zij.

Dat het zover nog niet gekomen is, komt louter doordat een behoorlijk aantal wereldbewoners nog niet is

verlicht en dus dient de Boodschap breed verkondigd te worden. Met begrip en genade, uiteraard, want wie de kracht der sociale media nog niet onderschrijft zal onwetend, eigenwijs of niet van deze tijd moeten zijn, waarbij een combinatie van deze opties niet valt uit te sluiten.

Hoe het ook zij, Facebook ging er als eerste aan. Met pijn in het hart, want wat ga je ze missen: de foto's van kraaiende baby's met hun tandeloze bekkies, de chocoladerepen, mueslirepen, theezakken, frietzakken, gevulde koeken en kokosmakronen tot complete lunchmaaltijden aan toe, vergezeld van teksten als 'hmmm' of 'nomnomnom' bij mannen en 'dit is mijn ontbijt' bij vrouwen na twee uur 's middags.

Nee, als je Facebook verlaat, dan doe je dat om andere redenen. Privacy bijvoorbeeld. Een leuk onderwerp om het kringgesprek op die verjaardag mee voort te zetten. Facebook en privacy zijn nu eenmaal twee woorden die uitsluitend samen op pad gaan als het woordje 'geen' in het midden mag lopen. Alleen al het instellen van wie wat mag zien is een gebed zonder eind, omdat alle in en uit te schakelen opties verspreid staan over ik weet niet hoeveel menu's. En dan hebben we het maar niet meer over het advertentiesysteem Beacon, waarmee Facebook informatie van zijn gebruikers op andere sites publiceerde tot het daarvoor dan eindelijk op de vingers werd getikt.

Dat wetende was het toch opmerkelijk dat niemand minder dan Barack Obama in april 2011 opdook op het hoofdkantoor van Facebook. Niet voor een oorwassing, wat zo'n gek gebaar nog niet zou zijn van 's werelds machtigste, maar bij wijze van publiciteitsstunt in het



kader van zijn herverkiezingscampagne. Er moest en er zou 'leuk' gedaan worden. En dus, zoals die dingen dan gaan, trokken Obama en Facebookbaas Mark Zuckerberg op het hoogtepunt van hun theaterstuk quasi nonchalant de jasjes uit voor het Joelende publiek.<sup>1</sup>

Ironisch genoeg vulden de democraten van diezelfde Obama onder aanvoering van senator John Kerry op hetzelfde moment de kolommen met het voorstel voor een *Privacy bill of rights*, een plan om Amerikanen te beschermen tegen excessieve dataverzameling door bedrijven.

Wil dit boek soms een aanklacht zijn tegen de sociale media, vraag je je nu misschien af. Het antwoord is: nee, zeker niet! In mijn werk heb ik meer dan eens de voordelen ervaren en gezien wat een krachtig instrument het kan zijn bij het verbinden van mensen en het toegankelijk maken van kennis. Ook zou ik niet willen dat je geneugten misloopt die ik zelf heb mogen ervaren, zoals het opdoen van waardevolle relaties.

Wat dit boek wel wil is stilstaan bij de herbezinningsfase waar we momenteel in zitten. Want in zoverre had de auteur van het AD-artikel gelijk: we worden ons steeds bewuster van de impact die de sociale media op onze levens hebben en de prijs die we betalen voor het gebruik ervan. Dat is ook niet zo gek. Een onwaarschijnlijk aantal Nederlanders heeft de afgelopen jaren dagelijks zijn hebben en houden overgeleverd aan wie het maar lezen wilde, terwijl

---

1 <http://www.youtube.com/watch?v=HnPI7B7ZS9M>

bureautjes van uiteenlopende kwaliteit goed boerden bij de overweldigende vraag naar advies. Het is een ontwikkeling die in een onwaarschijnlijk tempo tot stand is gekomen. Geen wonder dus dat steeds meer mensen nu pas op de plaats maken. Verstandig, want de sociale media zijn *here to stay* en zullen een steeds belangrijkere rol in onze samenleving krijgen. Zaak dus dat we er goed mee omgaan.

## Lekker sociaal!

Toen social media-expert Erik Slofstra zich voor honderd dagen afsloot van de sociale media, lag een digitaal isolement in het verschiet.

In 'Lekker sociaal!' lees je zijn ervaringen, afgezet tegen het decor van een land in crisis. Slofstra analyseert de do's en don'ts en de pro's en contra's van de sociale media aan de hand van lichtvoetige observaties. Daarnaast spreekt hij met Toon van Driel (FC Knudde) over diens trending hit #nlmv en Talpa's Manager Digital Media, Sjoerd Demaret over The Voice of Holland. Tot slot, een antwoord op de vraag: 'Wat zou Jezus doen?' met een bijdrage van Andries Knevel.



Over de auteur:

Zelfstandig ondernemer Erik Slofstra geeft organisaties advies over de inzet van online middelen zoals sociale media. Hij studeerde Communicatiekunde aan de Universiteit Utrecht en werkte vanaf 2004 in online teams van verschillende organisaties. Recent vertrok hij voor een sabbatical naar Rhodos waar hij in het oog van de Griekse schulden crisis schreef aan zijn eerste boek: 'Lekker Sociaal! – honderd dagen zonder sociale media'. Ook gaf hij op het eiland gestalte aan de eerste en enige twiterradiozender: @RadioSlof.

Wil je de gedrukte versie van dit boek bestellen?

Ga dan naar: [www.jouwboek.nl/webshop](http://www.jouwboek.nl/webshop)