

@julianrubenNL

Nieuwsduiding en een luisterend oor

Wie zich tijdens de zoektocht naar de vermiste broertjes Julian en Ruben op sociale media oriënteerde, kon niet om het twitteraccount @julianrubenNL heen. Het speelde als een soort liveblog een centrale rol in het schiften van geruchten en feiten. Het account had geen officiële status vanuit de overheid, maar was belangeloos opgezet door initiatiefnemer Hans Huizenga. Een reconstructie.

Omdat Hans Huizenga de behoefte voelde om iets te doen, besloot hij de vermissingszaak via sociale media onder de aandacht te brengen. Hij gebruikte daarvoor een specifiek account. Voor zichzelf hanteerde hij als heldere lijn dat alle communicatie via dat twitteradres in het belang van de broertjes zou moeten zijn.

Fase 1: Aandacht vragen

In de eerste fase van de vermissing is Hans vooral druk om het account en de vermissingszaak onder de aandacht te brengen en het nieuws over de vermissing te verzamelen. De familie van de broertjes wordt geïnformeerd over het bestaan van het account. Daar bestaat geen bezwaar.

Fase 2: Oei ik groei

Na enkele dagen begint het account hard te groeien. Voor de beheerder van @julianrubenNL is het een dagtaak om het nieuws te verzamelen en de dialoog met volgers aan te gaan. Het vergt ook tijd om mensen het doel van het account uit te leggen en wantrouwen weg te nemen.

Fase 3: Continuïteit en strategie

Het aantal volgers groeit in korte tijd naar 12.000, waarbij het bereik waarschijnlijk nog groter is door mensen die de gedeelde tweets op andere manieren lezen. Tegelijk met de groei van het aantal volgers groeit ook de reputatie van het account. Het wordt op de sociale media een ankerpunt waar nieuws – ook door journalisten – wordt gevalideerd en zoektochten – in overleg met de politie – worden gecoördineerd.

Fase 5: Professionalisering

Bedrijven bieden hulp aan door websites te maken en hosting aan te bieden. Op vrijdag 10 mei 2012, drie dagen na de vermissing, biedt bureau Social Media Grip uit Wageningen aan om het twitteraccount belangeloos te ondersteunen. In goed overleg met de initiatiefnemer stroomlijnen zij de monitoring en het beheer. Gaandeweg gelden de volgende uitgangspunten voor het account:

- nieuwsfiltering, nieuwsvoorziening en nieuwsduiding;
- geruchtenmanagement;
- communiceren en verifiëren van zoekactie die met toestemming van de politie werden opgezet;
- waar mogelijk de dialoog aangaan met mensen. Een luisterend oor bieden en sociale onrust beperken;
- bemensing van het account van 07:00 tot 01:00 uur.

Uiteindelijk groeit het team uit tot elf personen. Andere vrijwilligers beheren Facebook en maken als spin-off ook Duitse en Belgische twitter accounts aan. Samenvattend voorzagt het account in een informatiebehoefte, door de beschikbare informatie te kanaliseren en mensen overzicht te geven van feiten, fictie en geruchten. Een dergelijke centrale rol ligt normaliter bij de overheid, maar in dit geval werden vergelijkbare resultaten geboekt. De burger werd door medeburgers serieus genomen in een combinatie van zenden, luisteren en het aangaan van de dialoog. Altijd vanuit de basisgedachte dat een uiting

in het belang van de kinderen moest zijn. De communicatie was weloverwogen. Zo maakte het redactieteam bewust gebruik van meerdere twitteraccounts om complottheorieën te ontzenuwen, zonder de timeline van @rubenjulianNL daarmee te belasten. Inmiddels is het account omgebouwd tot een nieuw account @ZoekJeMee, waar informatie over nieuwe vermissingszaken wordt gecoördineerd. In tijden waarin termen als burgerparticipatie en zelfredzaamheid centraal staan, is het moment gekomen om de hand uit te steken naar initiatieven als die van Hans Huizenga en deze mee te nemen in de crisisvoorbereiding van de overheid.

