

De onmetelijke Oceaan

Op het moment dat ik deze lijnen schrijf, heb ik zicht op de Atlantische Oceaan. Niet zomaar 'zicht op zee', maar een volle 360 graden. Overal waar ik kijk: water, met hier en daar een witte schuimkop. Water zo ver het oog reikt en zelfs nog verder. Het is bewolkt en dus spiegelt het water grijs. Grijs zoals ik me de oceaan voorstel. Normaal zie ik dit enorm wateroppervlak van 10 km hoog, maar deze keer kan ik het aanraken of toch bijna. Elke lezer van onze Hippocampus weet dat de echte oceaan zich onder dat dun, zichtbaar laagje bevindt. Zelfs de grootste dieren, walvissen, zie je pas als ze spuitend op je netvlies geprojecteerd worden. Zo gaat het ook met het internet. Alleen als de informatie op je scherm verschijnt, is het voor je zichtbaar. Maar achter je venster op het internet bevindt zich een wereld vol wonderen, wachtend op een reiziger die het ontdekt.

Je kunt natuurlijk actief op zoek gaan of anderen aanspreken. Ook voor dat laatste heeft het internet een nieuw fenomeen gecreëerd gekend onder de naam 'sociale media'. Het ligt niet in mijn bedoeling om de discussie of deze soort media nu wel of niet sociaal is te starten. Ik gebruik gewoon de term waaronder deze applicaties gekend zijn. Zo herken je een duiker op Facebook (www.facebook.com voor duikbuddy's die nog geen profiel hebben) al snel aan zijn of haar profielfoto. Wie van ons heeft er één zonder een duikattribuut of onderwatertafereel? En mocht deze niet direct de hobby verraden, dan vind je wel enkele hints bij de virtuele vrienden. Of de groepen waarvan de facebooker lid is. Inderdaad, het duiken heeft een grote marktpenetratie in het 'smoelenboek'.

Ook op Twitter (www.twitter.com) en Instagram (www.instagram.com) kan je een voorliefde voor de onderwaterwereld herkennen aan de profielfoto of de vrienden. Toegegeven, via deze media ontvang ik niet zo veel bewijzen dat mijn vrienden echt wel duiken. Blijkbaar is Facebook populair-

der hiervoor. Of zijn mijn vrienden van de leeftijdscategorie die de andere media niet kennen of gebruiken?

De hobby herkennen aan de profielfoto is moeilijker op LinkedIn (www.linkedin.com). Deze site is dan ook eerder gericht op het beroepsmatig netwerken dan op het puur sociale. Toch merk ik dat na een aantal jaren het 'Facebook'-gehalte gestegen is. Ooit heeft een ICT-specialist me verteld dat een programma zijn maximale groei bereikt heeft als het een e-mailfunctie krijgt. Deze redenering volgend, zou ik mogen besluiten dat het groeipotentieel van een sociale media applicatie omgekeerd evenredig is met het facebook-gehalte. Zou best wel kunnen.

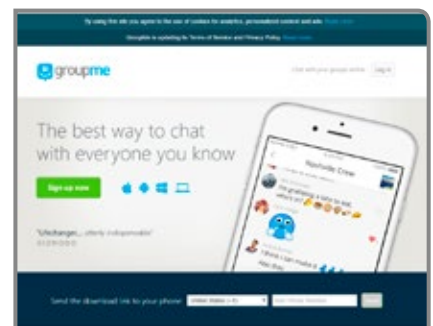
En er zijn nog veel meer sociale sites. Surf eens naar Wikipedia (nl.wikipedia.org) en tik daarin het woord 'social media'. En hup, daar is een lijst met de belangrijkste sites. Onvoorstelbaar hoeveel leden sommige sites hebben en ook hoe gespecialiseerd sommige zijn. Niet verwonderlijk dat je meer en meer integratie van dit soort sites hebt. Zo kan je hetzelfde bericht simultaan op verschillende sociale media plaatsen. Handig als je niet weet welke URL's je buddy's in het oog houden. Ook kan je met je Facebook-account inloggen op andere sites. Krijgt alles dan een hoog Facebook-gehalte?

Je kan ook op een andere manier met leden of buddies communiceren. Afspraken plannen via Doodle (www.doodle.com). Snel een 'poll' aanmaken en de vragen stellen 'wie, wat, waar, wanneer?'. Waar kiest de meerderheid voor? Of de beste dag voor een clubduik plannen? Of bijhouden wie er naar de clubduik komt? Niemand die de stand moet opschrijven. Iedereen – dus alle leden – kan alles onmiddellijk op een smartphone bekijken. Ook op onze eigen NELOS-website (www.nelos.be) kan je als NELOS-lid binnenkort communiceren met je buddy's en zelfs je duiken en afgelegde proeven of duikleidingen registreren.

Als niet iedereen een smartphone heeft



(bestaat dat soort duikers nog?) dan kan je bijvoorbeeld GroupMe (www.groupme.com) gebruiken. Dit programma zendt eveneens berichten via sms. Zo is iedereen onmiddellijk op de hoogte van eventuele veranderingen aan het plan.



Het grote probleem met dit uitgebreid aanbod is het juiste te kiezen en je buddy's ertoe bewegen zich te abonneren. Om een antwoord op je eerste vraag te krijgen, kan je te raden gaan op, jawel, het internet. Op www.socialmediatoday.com en www.ebizmba.com vind je lijsten met de meest populaire sites. Het antwoord op de laatste vraag hangt van je persoonlijke, sociale vaardigheden af. En die zijn niet online te vinden! Hoewel ...

Ondanks mijn aanwezigheid op verschillende sociale media, verkies ik om hints voor deze rubriek te krijgen via de e-mail, op de 'oude' wijze dus. Suggesties en andere stuur je me dus best door via het gekend adres: patrick.vanhoeserlande@nelos.be. Natuurlijk mag je die ook via andere kanalen sturen. Ben je niet zeker of ik achter een bepaalde naam schuil? Dan zal mijn profielfoto die zekerheid wel verschaffen. ■

PATRICK VAN HOESERLANDE