

## **Verslag**

### Verkenning sociale media bij het Rijk

Versie 1.1

Datum            27 juni 2021  
Status            Concept

Onze referentie

## Colofon

Contactpersoon	W.A.J. Rompelman w.a.j.rompelman@minocw.nl Rijnstraat 50   Den Haag Postbus 16375   2500 BJ Den Haag
Afdelingsgegevens	Directie RDDI Project Sociale Media Archiveren bij het Rijk
Auteurs	W.A.J. Rompelman D.S. Hasselbaink
Distributielijst	Projectteam SB leden
In afschrift aan	M. Bouwsma

Colofon—2

**1 Verkenning—4**

- 1.1 Inleiding—4
- 1.2 Aanleiding—4
- 1.3 Project—4
- 1.4 Doel—4
- 1.5 Verkenning—4
- 1.6 Inhoud—4
- 1.7 Status—4
- 1.8 Opbouw—5

**2 Sociale media—6**

- 2.1 Begripsduiding—6
- 2.2 Definitie—6
- 2.3 Kenmerken—6
- 2.4 Platformen—7
- 2.5 Contentvormen—7
- 2.6 Beheer—7
- 2.7 Strategie—8

**3 Praktijk—10**

- 3.1 Gebruik—10
- 3.2 Doelen—10
- 3.3 Processen—10
- 3.4 Kanalen—10
- 3.5 Toegevoegde waarde—11
- 3.6 Gebruikers—11
- 3.7 Accounts—11
- 3.8 Content—11
- 3.9 Beleid—12

**4 Informatiehuishouding—13**

- 4.1 Informatieplicht—13
- 4.2 Grondslagen—13
- 4.3 Uitdaging—13
- 4.4 Duurzame toegankelijkheid—13
- 4.5 Waardering en selectie—14
- 4.6 Wet en regelgeving—14
- 4.7 Initiatieven—15
- 4.8 Actualiteit—16

**5 Techniek—17**

- 5.1 Toepassingen—17
- 5.2 Eisen en wensen—17
- 5.3 Techniek—18
- 5.4 Tools—18
- 5.5 Architectuur—19

**Bijlage 1. Veiligstellen Sociale Media bewindslieden—20**  
**Resultaat—20**

**Bijlage 2. Aandachtpunten—21**

## 1 Verkenning

### 1.1 Inleiding

Anno 2022 zijn sociale media zoals Twitter, Instagram en Facebook niet meer weg te denken uit het werk van veel rijksambtenaren en rijksorganisaties. Het is een communicatiemiddel dat de overheid een grote diversiteit aan mogelijkheden biedt om in contact te komen met het publiek en informatie, ideeën en ervaringen te delen.

### 1.2 Aanleiding

Naast kansen brengt het gebruik van sociale media ook specifieke uitdagingen met zich mee voor de informatiehuishouding van de Rijksoverheid. De informatie die is gecreëerd, gebruikt en opgeslagen op sociale media moet gemakkelijk terug te vinden zijn en duurzaam toegankelijk zijn voor de periode dat het bewaard moet worden.

### 1.3 Project

Om rijksorganisaties te ondersteunen bij het duurzaam toegankelijk maken van sociale media is in september 2020 bij RDDI het project *Archiveren sociale media bij het Rijk* gestart. Centraal staat het bundelen van kennis, ontwikkelen van informatieproducten en uitwerken van een beleidsadvies (inclusief werkwijze) voor het duurzaam toegankelijk maken van sociale media bij de Rijksoverheid.

### 1.4 Doel

Het uiteindelijke doel van het project is rijksorganisaties in staat te stellen om de duurzame toegankelijkheid van sociale media eenvormig in te regelen, waarmee de informatie beschikbaar komt voor o.a. kennisdeling en verantwoording alsmede wordt voldaan aan de wettelijke verplichtingen.

### 1.5 Verkenning

Voor het verbeteren van de kennispositie van RDDI en het Rijk is een verkenning uitgevoerd naar het huidige gebruik, beheer en archivering van sociale media bij de Rijksoverheid.

Middels bronnenonderzoek, interviews en vragenlijsten is een eerste stap gezet in het inzichtelijk maken van de huidige praktijk rondom sociale media bij de Rijksoverheid.

### 1.6 Inhoud

Het voorliggende verslag geeft een uiteenzetting van de verkenning en biedt aanknopingspunten voor het ontwikkelen van rijksbreed beleid, signaleren van potentiële verbeteringen en helpt bij het inzichtelijk krijgen van diverse invalshoeken, behoeften en eisen rondom dit onderwerp.

### 1.7 Status

Dit verkenningsverslag is dynamisch en vormt het startpunt voor het verzamelen van kennis en ervaringen rondom dit onderwerp. De inhoud van het verslag wordt gaandeweg samen met alle betrokken stakeholders aangevuld met nieuwe inzichten en vormt de basis voor een whitepaper met beleidsopties voor het archiveren van sociale media bij het Rijk.

## **1.8**

### **Opbouw**

De inhoud van het verslag is als volgt opgebouwd.

- Hoofdstuk 1 geeft nadere duiding aan het begrip, het toepassingsgebied en de mogelijkheden van sociale media.
- Hoofdstuk 2 beschrijft het gebruik en beheer van sociale media bij de Rijksoverheid.
- Hoofdstuk 3 geeft de context van sociale media binnen de informatiehuishouding van het Rijk weer.
- Hoofdstuk 4 behandelt verschillende technische onderwerpen van het duurzaam toegankelijk maken van sociale media bij rijksorganisaties.

## 2 Sociale media

### 2.1 Begripsduiding

Het duiden van het begrip sociale media (of de Engelse term social media) is niet eenvoudig. Zowel binnen als buiten de overheid zijn er verschillende opvattingen over wat wel en wat niet onder sociale media wordt verstaan.

Waar communicatie en informatie professionals het over eens zijn is dat sociale media bestaat uit een grote diversiteit aan online platformen waarin gebruikers met elkaar in contact komen door het plaatsen en delen van inhoud (content) of het reageren hierop<sup>1</sup>. Als men spreekt over sociale media wordt er in de meeste gevallen verwezen naar bekende websites zoals Facebook, Twitter en Instagram<sup>2</sup>.

### 2.2 Definitie

Voor een inhoudelijke en concrete duiding van het begrip sociale media volgen hier enkele veel gebruikte en geciteerde definities uit de verkenning:

- a. Sociale media is een verzamelbegrip voor online platformen waar de gebruikers, zonder of met minimale tussenkomst van een professionele redactie, de content verzorgen. Hoofdkenmerken zijn interactie en dialoog tussen de gebruikers door content (inhoud) te publiceren en/of te communiceren. ([Wikipedia](#))
- b. Sociale media zijn webgebaseerde services waarmee individuen:
  1. een openbaar of semi-openbaar profiel kunnen maken binnen een begrensd systeem
  2. een lijst kunnen opstellen van andere gebruikers met wie ze een verbinding delen, en
  3. hun lijst met verbindingen en die gemaakt door anderen binnen het systeem kunnen bekijken en doorlopen. De aard en naamgeving van deze verbindingen kunnen van site tot site verschillen.
- c. Sociale media zijn technologieën die voor individuen nieuwe manieren creëren om bestaande relaties te onderhouden, om nieuwe connecties te creëren, om hun eigen inhoud te creëren en (semi-)publiekelijk te delen en in zekere mate om hun eigen sociale netwerk zichtbaar te maken voor anderen.

### 2.3 Kenmerken

Hoewel een sluitende definitie van sociale media lastig te geven is vanwege de grote verscheidenheid aan sociale media platformen die momenteel beschikbaar zijn, zijn er een aantal gemeenschappelijke kenmerken:

1. Sociale media zijn interactieve Web 2.0-internettoepassingen; De content wordt direct door de gebruikers gegenereerd. Content kan zijn tekstberichten, opmerkingen, digitale foto's of video's en gegevens die worden gegenereerd door online interacties. Gebruikers maken specifieke profielen voor de website of app die passen binnen het format van het sociale media platform.
2. Sociale media vergemakkelijkt de ontwikkeling van online sociale netwerken door het profiel van een gebruiker te verbinden met dat van andere individuen of groepen.

---

<sup>1</sup> Content in deze context is inhoud die beschikbaar wordt gemaakt met gebruik making van sociale media. Content is er in tekst beeld en geluid of een mix daarvan. Voorbeelden zijn video's, artikelen, infographics, animaties, foto's, geluidsfragmenten e.d.

<sup>2</sup> Online forums, blogs en online samenwerkingsprojecten vormen een aparte categorie platformen die door sommigen als sociale media worden gezien. Voor berichtenapps zoals Singal en WhatsApp geldt hetzelfde. Ook hier zijn verschillende meningen of deze wel/niet onder de sociale media vallen.

## 2.4 Platformen

Er is een grote variatie aan sociale media platformen die de Rijksoverheid kan inzetten bij de uitvoering van haar taken. De meest bekende zijn: Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, LinkedIn en het onder jongeren populaire snapchat en TikTok.



Voor de rijksorganisaties betrokken bij de verkenning geldt dat zij, op enkele uitzondering na, allemaal gebruik maken van een of meerdere van de volgende sociale media platformen:

- Twitter
- Instagram
- LinkedIn
- Facebook
- YouTube

## 2.5 Contentvormen

Bij het gebruik van sociale media door rijksorganisaties wordt een grote diversiteit aan content geproduceerd, gecommuniceerd en gedupliceerd. De content kan de vorm hebben van tekst, audio en beeld.

Content kan permanent (tijdlijn Facebook) of tijdelijk zijn (stories Facebook). Maar ook een reactie op content van een andere gebruiker, of informatie over de gebruiker (biografie zoals de info op een gebruikers Facebook pagina). Tot slot kunnen berichten onderling uitgewisseld worden en bieden social media platforms een optie tot privé communicatie tussen twee of meerdere gebruikers (Direct Messaging).

## 2.6 Beheer

Het inzetten van sociale media platformen kent naast een gebruikerskant ook een beheerkant. Voordat een start kan worden gemaakt met het plaatsen en delen van content op sociale media moet in het gekozen platform eerst een account worden aangemaakt. Ook het bekijken van content is in de meeste gevallen enkel ingelogd mogelijk.

In lijn met de taken en doelen van de rijksorganisaties dient daarvoor 'basis' content te worden geproduceerd die conform richtlijnen zijn (denk aan

rijkshuisstijl). Daarnaast moeten voor een aantal platformen (een veelvoud aan) instellingen worden geconfigureerd voor de juiste functionaliteit zoals vindbaarheid, toegankelijkheid, profilering e.d.

Sommige ministeries en bewindspersonen hebben meerdere accounts. Zo hebben sommige bewindslieden een account ten behoeve van hun positie in een politieke partij alsmede vanuit hun positie binnen het Rijk en/of als privé persoon. Een blik op de website [www.bzksocialmedia.nl](http://www.bzksocialmedia.nl) (een online gids omtrent de sociale media accounts bij het ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties) geeft een tal van accounts binnen het departement weer. Hieruit is op te maken dat het aantal accounts per departementen tot ver in de tientallen kan oplopen.







In de gids wordt onderscheid gemaakt tussen twee soorten accounts:

- Accounts die onder de verantwoordelijkheid van organisaties op het terrein van het ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties vallen. Dit zijn bijvoorbeeld zakelijke accounts van directies en, projectgroepen. Van deze accounts wordt een volledig overzicht nagestreefd.
- Persoonlijke accounts van medewerkers op het terrein van het ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties. Veel medewerkers zijn actief op Twitter, Facebook, LinkedIn of andere platformen. In de gids worden alleen de persoonlijke accounts van Twitter opgenomen. Medewerkers kunnen zelf aangeven via hun accounts of ze opgenomen willen worden in de overzichten op deze site.

## 2.7

### Strategie

Los van meer uitvoerende en beheer activiteiten is het anno 2022 noodzakelijk om sociale media strategisch en planmatig in te richten. Voor elk sociale media platform geldt dat zij over een specifieke doelgroep beschikken, een bepaald bereik hebben en specifieke toepassingen bieden. Het platform TikTok is bijvoorbeeld bij uitstek populair bij jongeren. Ook de mogelijkheden voor het inzetten van specifieke functionaliteiten (streaming van video's, augmented reality, e.d.) om een bepaalde boodschap over te brengen aan specifieke doelgroepen verschillen per platform.

						
<b>Who's on it?</b>	Everyone though teens using less and more passively	Millennials though developing mainstream audience since Facebook acquisition	Most popular among tech, marketing, entertainment and politically focused people	Everyone though especially popular with millennial generation	Teens & millennials. Teens prefer Snapchat over other platforms. Growing among adults	Professional from all industry but popular in medical
<b>Monthly active users</b>	2 billion	700 million	320 million	1 billion	300 million	467 million
<b>Content strategy</b>	Strong visuals Video Links to third party sites	Strong visuals (image and video) w/ artistic aesthetic. Live and ephemeral	140 character limit, text based, image and video content, GIFs, live (Periscope)	How to videos, vlogs, education, science, non-profit / activism . Live video	Fun, ephemeral, behind the scenes, Snapchat takeovers, geofilters	Thought leadership, professional, link sharing, image sharing, research

Uit de gesprekken met de deelnemende organisaties bij de verkenning blijkt dat meer dan de helft van de rijksorganisaties het gebruik van sociale media strategisch, planmatig en procesmatig heeft ingericht. Rijksorganisaties maken dan ook keuzes over welk platform wanneer in te zetten, op basis van de specifieke kenmerken van dat platform. Zoals dat Twitter zich door de tekstfunctie en retweets



goed leent voor korte belangrijke boodschappen ("Brand bij locatie X, sluit de ramen als je in de buurt woont) of dat Instagram zich goed leent om beeldmateriaal te delen. Bij de rijksorganisaties waar dit nog niet of in mindere mate het geval is lopen initiatieven en voorstellen om dat op korte termijn te gaan doen.

## 3 Praktijk

### 3.1 Gebruik

Het gebruik van sociale media is inmiddels gemeengoed onder brede lagen van de bevolking. Ook de overheid heeft de afgelopen jaren de nodige ervaring opgedaan met sociale media. Sociale media wordt onder andere ingezet om opinies te pijlen rondom maatschappelijke vraagstukken, burgers te informeren over bepaalde maatregelen en burger vragen te beantwoorden rondom nieuw beleid of actuele thema's.

### 3.2 Doelen

De communicatie tussen overheid en maatschappij loopt zowel van rijksoverheid naar burgers als van burgers naar rijksoverheid. Uit de verkenning wordt duidelijk dat rijksorganisaties de potentie van sociale media vooral zien in:

- het laagdrempeliger maken van het contact, en
- de mogelijkheid voor het verkleinen van de kloof tussen burgers en overheid.

Alle rijksorganisaties bij de verkenning maken gebruik van sociale media bij de invulling van één of meerdere maatschappelijke taken. Daarbij pakken zij een steeds actievere rol vanuit één of meerdere van de volgende strategieën:

- [1] informatieverstrekking;
- [2] persuasieve voorlichting;
- [3] informatie of aangifte door burgers;
- [4] dialoog tussen overheid en burgers;
- [5] co-creatie tussen overheid en burgers;
- [6] sociale media als dienstverleningskanaal;
- [7] instrumenten voor management, samenwerking en kennisdeling binnen de overheid.

### 3.3 Processen

Sociale media wordt bij de Rijksoverheid voor verschillende processen ingezet: van agendabepaling en beleidsvoorbereiding, via besluitvorming tot beleidsuitvoering en -evaluatie. In elk van de procesfasen wordt sociale media op uiteenlopende manieren ingezet: informeren, raadplegen, adviseren, co- produceren of meebeslissen.

In de verkenning zijn de volgende specifieke werkprocessen door rijksorganisaties aangeduid waar gebruik wordt gemaakt van sociale media platformen:

- Publiekscommunicatie en woordvoering;
- Burgerbrieven (actieve vraag en beantwoording);
- Crisiscommunicatie;
- Monitoring

### 3.4 Kanalen

De rijksoverheid kan kiezen uit een grote variatie aan sociale media kanalen (of platformen bij de uitvoering van haar taken en processen, waaronder Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, Snapchat en TikTok.



De verkenning laat zien dat Facebook, Instagram, Twitter en LinkedIn de meest gebruikte sociale media kanalen (platformen) zijn bij rijksoverheden. Experimenteel wordt gewerkt met nieuwere platformen zoals TikTok. Youtube wordt veelal niet gelinkt aan sociale media. Echter hoort deze wel degelijk in het rijtje thuis.

### 3.5 Toegevoegde waarde

De toegevoegde waarde van sociale media voor rijksorganisaties ligt vooral in de aanvullende kenmerken ten opzichte van de bestaande communicatiemiddelen zoals websites, e-mail, chat-applicaties en documenten. De belangrijkste kenmerken zijn: het bereiken van een nieuwe doelgroep, het aanmaken van een organisatie specifiek profiel, het linken van het profiel aan dat van anderen en het gemakkelijk delen van berichten, foto's en video binnen één en hetzelfde platform. En het snel delen van informatie met een grote groep mensen.

### 3.6 Gebruikers

Bij de inzet van sociale media bij de Rijksoverheid zijn een aantal gebruikers te onderscheiden. In de verkenning zijn de volgende gebruikersgroepen aan de orde gekomen:

- Ambtelijke top en bewindslieden, waaronder Ministers en staatssecretarissen (of hun politieke assistent);
- Medewerkers van communicatie afdelingen / directies, veelal online communicatie adviseurs;
- Medewerkers van webcare afdelingen, veelal onderdeel van of nauw verbonden met communicatie directies;
- Medewerkers van monitoring afdelingen (veelal onderdeel van of nauw verbonden met communicatie directies);
- Ambtenaren buiten de ambtelijke top, oftewel ambtenaren in alle lagen van de organisatie ,
- Online Ambassadeurs van buiten de organisatie.

### 3.7 Accounts

Het gebruik van sociale media platformen is altijd gekoppeld aan gebruikersaccounts. In de huidige situatie bij rijksorganisaties wordt gewerkt vanuit drie typen accounts:

- Organisatie accounts die door de rijksorganisaties zijn aangemaakt en worden beheerd;
- Project of campagne accounts die door de projectorganisaties zijn aangemaakt en worden beheerd;
- Persoonlijke/privé accounts die door rijksambtenaren zelf zijn aangemaakt en worden beheerd.

### 3.8 Content

De informatie (content) op sociale media van gebruikers bij de Rijksoverheid verschilt qua inhoud en gebruik. Globaal zijn qua inhoud de volgende categorieën content en gebruik te onderscheiden:

- a) Privé content/gebruik
- b) Partij/politieke content/gebruik
- c) Organisatie/ministerie gerelateerde content/gebruik
- d) Thematiek of project georiënteerde content/gebruik
- e) Hybride gebruik waarbij één of meerdere categorieën naast elkaar plaatsvinden

Een bijzonder variant van content die in de verkenning naar voren is gekomen op het gebruik van sociale media door de politiek ambtelijke top. Zo wordt door bewindspersonen grotendeels vanuit "hybride accounts" gewerkt. Dit zijn persoonlijke of organisatie accounts waar een "mix" (variatie) van informatie op staat:

- 1) vanuit de persoon zelf; het beheer en het produceren van content wordt door bewindspersoon zelf gedaan

- 2) als vertegenwoordiger vanuit het ministerie; het beheer en produceren van content wordt (deels) door het ministerie uitgevoerd (bewindspersoon als functionaris)
- 3) vanuit de politieke partij; beheer en content wordt (deels) door eigen politieke partij uitgevoerd (content van de bewindspersoon als politicus).

De social media kanalen worden in deze context voor drie doelen ingezet en het onderscheid van de informatie vindt veelal plaats middels een hashtag (#)



### 3.9

#### Beleid

Bij de rijksoverheid is beleid opgesteld voor de omgang met offline en online informatie. Uitgangspunt is dat ambtenaren het recht hebben op vrijheid van meningsuiting, maar zij dienen zich daarbij integer te gedragen. Hiervoor is een Gedragscode Integriteit Rijk opgesteld, met een onderdeel 'online communicatie door rijksambtenaren' en daar valt sociale media ook onder. De belangrijkste punten daaruit:

- Je bent als ambtenaar een ambassadeur van je organisatie;
- Bestaande integriteitsregels gelden ook online;
- Bewaak het onderscheid tussen wat je privé en wat voor je werk doet;
- Houd je deelname zorgvuldig, gericht en gedoseerd en de Handreiking; online communicatie die daar een praktische vertaling.

Daarnaast is op het gebruik van sociale media van toepassing:

- [Handreiking online communicatie bij het Rijk](#). Dit is een praktische vertaling van de eerder genoemde gedragscode;
- [Uitgangspunten overheidscommunicatie](#). Dit omvat een verzameling geschreven en ongeschreven regels voor communicatie die ook van toepassing is op sociale media;
- [Richtlijn Rijksoverheid op de sociale media](#). Deze richtlijn bepaalt dat beleidsinformatie van de Rijksoverheid altijd ten minste gelijktijdig op Rijksoverheid.nl wordt gepubliceerd.
- [Gedragscode integriteit Rijk](#)

De meeste rijksorganisaties verwijzen naar de gedragscode en de handreiking als uitgangspunt voor het beleid ten aanzien van het gebruik van sociale media. Voor het beheer van sociale media platformen valt op dat hiervoor rijksbrede kaders en/of richtlijnen ontbreken. Karakteristiek voor het beleid bij departementen is verder dat de aansturing van sociale media veelal niet centraal of concern breed is ingericht maar decentraal georganiseerd.

## 4 Informatiehuishouding

### 4.1 Informatieplicht

Het inzetten van sociale media sluit nauw aan bij de informatieplicht<sup>3</sup> van de overheid. Beleid, alsmede de motieven en de overwegingen die daaraan ten grondslag liggen, dienen op actieve wijze onder de aandacht te worden gebracht bij een zo breed mogelijk publiek. Hierbij gebruiken rijksorganisaties alle communicatiemiddelen die beschikbaar zijn, en in toenemende mate ook sociale media.

### 4.2 Grondslagen

Wanneer sociale media gebruikt wordt voor het uitvoeren van overheidstaken dan valt deze onder de reikwijdte van de Wet openbaarheid van bestuur, en de Archiefwet. Dat betekent dat relevante overheidsinformatie op sociale media beschikbaar dient te zijn voor publieke controle en verantwoording.

Voor rijksorganisaties brengen deze en andere<sup>4</sup> wet- en regelgeving met zich mee dat informatie op sociale media duurzaam toegankelijk dient te zijn voor kennisdeling, verantwoording, openbaarheids-verplichtingen en om te voldoen aan de geldende wet- en regelgeving

### 4.3 Uitdaging

De uitdaging bij het duurzaam toegankelijk maken van sociale media ligt in het bijzondere karakter van het medium. De content en het berichtenverkeer op sociale media is een niet door de overheid beheerde informatie- en communicatiestroom die veelal ongestructureerd en contextarm vanuit functionarissen binnen en buiten rijksorganisaties plaatsvindt.

Uit de verkenning blijkt dat rijksorganisaties in alle gevallen gebruik maken van sociale media platformen van commerciële leveranciers. Dit betekent dat de communicatie geen onderdeel uitmaakt van de Rijks ICT infrastructuur en zich in een juridisch grijs gebied bevindt waarbij de overheid geen of zeer beperkte controle heeft over o.a. (her)gebruik, opslag, toegang en vindbaarheid van de informatie.

Ook laat de verkenning zien dat het beheer van sociale media vaak op afstand van de informatiebeheer, CISO, CIO offices, e.d. plaatsvindt. De beheertaak is, op een enkele uitzondering na, vaak (informeel) belegd bij medewerkers van de directie of afdeling die de sociale media gebruikt of dit wordt door een externe leverancier uitgevoerd. De geldende wet- en regelgeving, kaders, normen<sup>5</sup> en richtlijnen voor ICT, informatiebeheer, beveiliging e.d. bij het Rijk zijn dan ook vaak niet in beeld en/of geïmplementeerd.

### 4.4 Duurzame toegankelijkheid

Naast organisatorische en technische uitdagingen is er in de huidige praktijk bij de rijksoverheid een gebrek aan beleid, gestandaardiseerde werkwijzen of technische oplossingen die rijkorganisaties ondersteunen bij:

---

<sup>3</sup> Het recht op informatie dat vast is gelegd in de Grondwet en de Wet Openbaarheid van Bestuur.

<sup>4</sup> De WHO (Wet Wet Hergebruik Overheidsinformatie) verplicht overheidsorganisaties om informatie (die openbaar is of voor openbaarmaking in aanmerking zou komen) beschikbaar te stellen aan hergebruikers (overheidsorganisaties, maar ook particulieren en ondernemers).

<sup>5</sup> Denk aan de NORA, BIO, Baseline Informatiehuishouding Rijk, DUTO, e.d.

- het vindbaar, beschikbaar, leesbaar, interpreteerbaar en betrouwbaar maken van informatie op sociale media.
- het borgen dat de toegankelijkheid van informatie bestand is tegen veranderingen van elke aard.

In de verkenning komt naar voren dat veel overheidsorganisaties zich niet goed raad weten met het veiligstellen en duurzaam toegankelijk maken van uitingen op sociale media. Het is vaak onduidelijkheid of deze uitingen onder de werking van de Archiefwet vallen en men is niet op de hoogte van oplossingen voor archivering van sociale media. Ook zijn de meeste departementen in afwachting op een rijksbrede handreiking dat ze kunnen gebruiken.

#### **4.5 Waardering en selectie**

Een belangrijk onderdeel voor duurzaam toegankelijk maken van overheidsinformatie op sociale media, is het bepalen welke informatie moet worden bewaard en voor hoe lang. Daarbij dienen rijksorganisaties rekening te houden met de Archiefwet en verschillende belangen waarvoor informatie gearchiveerd wordt.

Een aantal potentiële methoden om tot een verantwoorde waardering van overheidsinformatie op sociale media te komen zijn:

- de bewaartermijnen in de bestaande selectielijst;
- de sleutelfunctionarismethode;
- én de hotspotmonitor.

De sleutelfunctionarismethodiek, de hotspotmonitor en de bestaande selectielijst kunnen naast elkaar worden toegepast. Alle drie zijn verschillende manieren om de context waarbinnen informatie gemaakt of verwerkt wordt te duiden.

Het uitdagende aan waardering en selectie bij sociale media is dat meer permanente content en tijdelijke (zoals reacties en directe berichten) door elkaar lopen, waardoor in de praktijk verschillende bewaartermijnen elkaar kunnen overlappen. Dat maakt de selectie - het uitvoeren van de waardering- lastig in de praktijk. Wat ermee samenhangt dat social media niet onder beheer van de overheid zijn en de tools om social media veilig te stellen nog niet op grote schaal bekend en gebruikt zijn. Er is dus nog onvoldoende standaardisatie en praktijkervaring om uit te putten, voor de uitdaging hoe sociale media veilig te stellen en de juiste context mee te geven.

Al met al maakt de verkenning duidelijk dat rijksbreed moet worden onderzocht welke waardering en selectie methoden het beste passen bij de inhoud en vorm van informatie zoals die door Rijksorganisaties wordt gepubliceerd en gecommuniceerd. Daarbij dient rekening te worden gehouden met de potentieel beperkende techniek achter sociale media platformen en de mogelijke restricties vanuit wet- en regelgeving (lees: Archiefwet, Wet van openbaarheid bestuur, AVG, BIO).

Voor waardering en selectie zijn tijdens de verkenning vanuit rijksorganisaties de verschillende aandachtspunten meegegeven. Deze zijn in bijlage 2 samengevoegd.

#### **4.6 Wet en regelgeving**

Naast de Archiefwet en Wet openbaarheid van bestuur is een breder juridisch kader van toepassing sociale media archivering:

- EVRM: Artikel 7 van het EU-Grondrechtenhandvest luidt als volgt: 'Eenieder heeft recht op eerbiediging van zijn privéleven, zijn familie- en gezinsleven, zijn woning en zijn communicatie
- AVG: Gerechtvaardigd doel artikel 5 lid 1 sub a AVG en het recht op vergetelheid geldt niet. 17,
- Archiefwet/Archiefbesluit 1995: Artikelen 2, 3, 5 Archiefwet en 2, 3, 4 en 5 van het Archiefbesluit
- Auteurswet: Artikelen 1,2, 5,10, 12, 37, 45H
- Databankenwet: Artikelen 1 t/m 8
- (herziening van de huidige) Wet Hergebruik Overheidsinformatie (WHO) op basis van de nieuwe Europese wetgeving

Wat de implicaties zijn van het juridische kader op het archiveren van sociale media kan het beste worden beschreven aan de hand van de volgende casus:

Voorbeeld twitter:

1. Herpublicatie op een website van Twittersets is verboden, sets mogen alleen gedeeld worden voor onderzoek;
2. Sets van meer dan 50.000 berichten mogen helemaal niet gedeeld worden met derden (van sets die bestaan uit meer dan 50.00 twitter berichten mogen alleen de twitter ID's gedeeld worden);
3. Sets mogen niet downloadbaar zijn vanaf de studiezaal in een computerleesbare vorm (dus een CSV aanbieden mag ook niet);
4. Tweets die van Twitter worden verwijderd moeten door de onderzoeker/erfgoedinstelling ook uit zijn/haar set worden verwijderd binnen 24 uur.
5. Deze beperkingen betreft alleen nog maar de voorwaarden van Twitter, beperkingen die voortvloeien uit de auteurswet en AVG komen daar nog eens bovenop.

Uit de verkenning komt naar voren dat het juridische kader nadere analyse en uitwerking behoeft teneinde tot een legale en legitieme werkwijze/technische voorziening te komen voor het archiveren van sociale media.

#### 4.7 Initiatieven

Een opvallende ontwikkeling uit de verkenning is dat steeds meer rijksorganisaties vanuit defensief oogpunt de mogelijkheden van het veiligstellen van informatie op sociale media onderzoeken. Dit vloeit voort uit de noodzaak om verantwoording af te leggen in het kader van crisis situaties, parlementaire vragen/onderzoeken e.d.

Ter illustratie: De Corona crisis, en aanduiding hiervan als hotspot, heeft bij een viertal rijksorganisaties ervoor gezorgd dat inkooptrajecten of marktonderzoeken zijn gestart voor sociale media archivering. Ook zien we praktische werkwijzen ontstaan zoals het maken van screenshots van uitingen op sociale media waarover mogelijkverwijs verantwoording moet worden afgelegd.

Naast defensieve zijn er ook diverse offensieve initiatieven aan het licht gekomen die erop gericht zijn om het beheer van informatie op sociale media te verbeteren. Daarbij is ook oog voor archiveren.

- Een voorbeeld is de opdracht van de VORA (Voorlichtingsraad voor overheidscommunicatie) aan het interdepartementale gremium AOC

(*Adviescommissie Online Communicatie*) om onderzoek te doen naar de eisen/wensen vanuit de Archiefwet in relatie tot het gebruik van sociale media en wat er nodig is om dit goed te regelen.

- Tevens werkt het AOC in dit verband aan een protocol voor het beheer en gebruik van de accounts van de politiek ambtelijke top als er een nieuw kabinet wordt gevormd en zij aantreden bij de organisatie. Idealiter zijn deze accounts van bewindslieden (of breder de politiek ambtelijke) bij hun aantreden niet privé, maar aangemaakt door de organisaties. Op deze manier blijft alle informatie onder de vleugels van de rijksorganisaties als de desbetreffende bewindspersoon vertrekt

Voor beide initiatieven is het projectteam *Sociale media archiveren* van RDDI gevraagd hierbij te ondersteunen met adviezen.

#### **4.8 Actualiteit**

De verkenning wijst uit dat vrijwel alle bewindslieden uit het kabinet-Rutte III en alle departementen gebruik maken van Sociale Media. Daarbij is geconstateerd dat de gepubliceerde en gecommuniceerde informatie op deze sociale media kanalen (op een uitzondering na) niet wordt gearchiveerd door departementen.

Het niet archiveren van sociale media is in contrast met de geldende wet- en regelgeving<sup>6</sup> en brengt risico's met zich mee voor de transparantie en de betrouwbaarheid van de informatievoorziening bij departementen. Met het aftreden van het kabinet nemen deze risico's toe. Bewindslieden vertrekken bij de ministeries en daarbij hoort ook het veiligstellen of archiveren van alle zakelijke informatie. In de huidige situatie wordt de informatie op sociale media niet meegenomen.

Om de risico's van informatieverlies weg te nemen (en vanwege kostenvoordelen) is in samenwerking tussen de Adviescommissie Online Communicatie en RDDI het voorstel uitgewerkt om rijksbreed éénmalig een herstelactie uit te voeren en middels een tijdelijke centrale voorziening de informatie van bewindslieden op sociale media met terugwerkende kracht veilig te stellen of archiveren (afhankelijk van de mogelijkheden). Haast is geboden want de ambtsperiode van bewindslieden eindigt op zeer korte termijn en hun medewerking is vereist.

In januari 2022 zijn de laatste controle activiteiten voor het veiligstellen van de sociale media bewindslieden afgerond. Het resultaat is dat de content op sociale media van de bewindslieden uit kabinetsperiode Rutte III is veiliggesteld opgeslagen op een beveiligde locatie bij Doc-Direkt. Dit is tegelijkertijd het startschot om fase 2 voor te bereiden, namelijk het overdragen en duurzaam toegankelijk maken van de veiliggestelde sociale media content Rutte III bij de departementen.

Thans (april 2022) is het voorstel van Doc-Direkt om de veiliggestelde sociale media content van de bewindslieden middels een laagdrempelige gemeenschappelijke voorziening eenmalig op te slaan, te ordenen, te schonen (waar dit is vereist vanuit privacy), duurzaam toegankelijk te maken (incl. metadatering en event. conversies), te beheren en via een viewer beschikbaar te stellen aan de departementen. Ook het (op termijn) eenvormig overbrengen van de content naar het Nationaal behoort tot de mogelijkheden. Een plan van aanpak volgt Q4 2022.

---

<sup>6</sup> Departementen zijn op grond van de Archiefwet 1995 verantwoordelijk voor het (laten) archiveren van (de informatie op) sociale media en in lijn met de Wet openbaarheid van bestuur dient alle relevante overheidsinformatie beschikbaar te zijn voor publieke controle en verantwoording.



## 5 Techniek

### 5.1 Toepassingen

Op het gebied van sociale media zijn er diverse technische toepassingen die het gebruik van sociale media vereenvoudigen of uitbreiden. De belangrijkste en relevantste toepassingen zijn als volgt:

- **Archiveren**

Toepassingen rondom archiveren zorgen ervoor dat informatie zodanig wordt beheerd en bewaard, dat deze nu en ook later bruikbaar is voor andere doelen.

- **Publiceren**

Toepassingen rondom het publiceren van content bieden hulpmiddelen om berichten op vaste tijdstippen uit te zetten, of met een aangepaste layout.

- **Monitoren**

Om de uitingen op sociale media rondom een onderwerp of account inzichtelijk te zijn er toepassingen die specifieke hashtags, onderwerpen of accounts monitoren.

- **Webcare**

Met behulp van webcare toepassingen kan er vanuit een centrale plek worden content worden geplaatst en gereageerd op vragen die op verschillende platformen worden gesteld

### 5.2 Eisen en wensen

Met gebruikmaking van techniek is het de bedoeling dat informatie op sociale media - nu en in de toekomst - duurzaam toegankelijk is bij Rijksorganisaties voor o.a. kennisdeling, verantwoording en openbaarheids-verplichtingen. Ook is het elementair dat de tooling rijksorganisaties in staat stelt om aan de geldende wet- en regelgeving te voldoen.

In de verkenning met de rijksorganisaties zijn een aantal eisen en wensen naar voren gekomen waarbij nog geen (minimale) eisen vanuit het oogpunt van duurzame toegankelijkheid zijn meegegeven. Te noemen:

Een of meerdere tool(s) moeten in staat zijn om de berichten van verschillende accounts op meerdere platformen binnen het departement te kunnen archiveren. Daarnaast is het ook wenselijk om hier gelijk de interactie met de burger (context) in mee te nemen. Denk hierbij aan reacties van de burger op berichten en reacties van de overheid op het bericht van een burger. Mits dit is toegestaan vanuit de AVG en/of aan de voorwaarden van deze wetgeving is voldaan.

Het is wenselijk dat de berichten van verschillende accounts vanuit diverse platformen binnen het departement in één overzicht komen te staan.

De tool dient de content frequent op te halen zodat er minimale informatie verloren kan gaan. Of dit realtime of bij elke wijziging moet worden opgehaald is discutabel. De departementen zijn het eens dat er geen berichten verloren zouden mogen gaan die wel openbaar zijn gepubliceerd. Dit betreft tekstberichten, beeld en geluid. Ook als deze naderhand verwijderd of gewijzigd zijn, moeten ze nog teruggevonden kunnen worden.

### 5.3

#### **Techniek**

Naar aanleiding van de gesprekken zijn er een aantal overeenkomsten tussen de technische toepassingen. Een belangrijke om te vermelden is dat het aantal accounts voor geen enkele leverancier een probleem is. Zij kunnen opschalen tot honderden accounts verspreid over meerdere platformen.

Daarnaast bieden veel leveranciers een dashboard aan waar met behulp van query's specifieke zoekopdrachten kunnen worden opgezet. Dit maakt het mogelijk om te filteren op bijvoorbeeld keywords, account en datum.

Naast de gemeenschappelijke eigenschappen onderscheiden de tools zich op een aantal gebieden. Om een beeld te geven in de verschillende eigenschappen worden hieronder een aantal voorbeelden genoemd.

#### **Ondersteunde platformen:**

Een cruciale factor voor het archiveren van sociale media binnen het rijk is dat de belangrijkste platformen worden ondersteund. De belangrijkste platformen zijn in dit geval Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram en Twitter.

#### **Connectors:**

Een belangrijk verschil zit in de bron van de data. Er zijn openbare en officiële API connecties tussen de sociale media platformen en de afnemer (in dit geval de leverancier). Bij openbare connecties is er geen garantie dat de data volledig is. De platformen kunnen de connectie manipuleren, waardoor data verloren kan gaan.

#### **Harvesting:**

Het 'harvesten' (ophalen) van data wordt op diverse wijze uitgevoerd. Dit is een belangrijk gegeven omdat het iets zegt over de volledigheid van de data. Sommige leveranciers kunnen garantie bieden dat alle data near realtime gearchiveerd wordt door het gebruik van de officiële API's. Leveranciers die gebruik maken van openbare API's en data minder frequent ophalen, kunnen informatie missen.

#### **Export mogelijkheden:**

Elke tool beschikt over exportmogelijkheden om data te exporteren. Onderling verschilt echter in welke vorm het exporteren wordt aangeboden. De meest voorkomende zijn PFD(/A) en WARC, maar ook xml, Eml en Html. worden genoemd. WARC is de standaard voor websites, maar dit wordt door sommige leveranciers afgeraden omdat het minder geschikt is voor sociale media content.

#### **Afspeelbare media:**

Er is een onderling verschil in de mogelijkheid tot het terugspelen/zien van media. Een aantal tools maakt een kopie van de media en kan dit nog beschikbaar stellen als het bericht is verwijderd of gewijzigd. Bij andere tools kan media enkel worden afgespeeld als dit nog beschikbaar is op het platform.

Tot slot is er een aantal tools dat zich onderscheid door de gearchiveerde content te voorzien van een digitale handtekening en tijdstempel van het exacte moment van publiceren.

### 5.4

#### **Tools**

Er zijn diverse tools beschikbaar voor het ondersteunen van de processen die sociale media gebruiken. De techniek wordt aangeboden door commerciële partijen alsmede als open source software. Volgens een onderzoek van het Netwerk Digitaal Erfgoed zijn de open source tools vaak beperkt in hun functionaliteiten en de platformen die ze ondersteunen.

**Monitoring proces**

- Coosto
- Obi4wan
- Sprout social

**Klantcontact/webcare proces**

- Coosto
- Obi4wan
- Sprout social
- Hootsuite (gratis)
- Tweetdeck (gratis)
- Radian6
- Twitcident

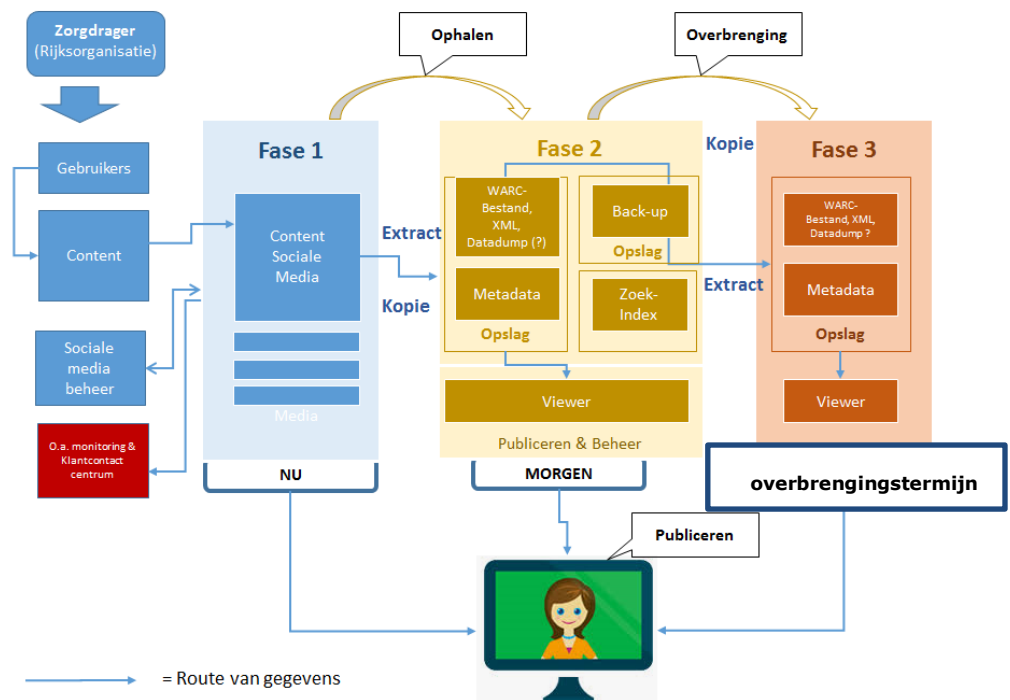
**Archiveringsproces:**

- Pagefreezer
- Social Archive
- Mirrorweb
- Socialex
- Archive-It

**5.5 Architectuur**

Bij het duurzaam toegankelijk maken van sociale media zijn een aantal stappen te onderscheiden die elk specifieke functionaliteit en techniek vereisen.

Een eerste grove architectuur concept hiervoor is weergegeven in onderstaande figuur.



## Bijlage 1. Veiligstellen Sociale Media bewindslieden

### Aanleiding

Met het aftreden van het kabinet Rutte III vertrekken de bewindslieden binnen afzienbare tijd bij de ministeries. In overleg met de Adviescommissie Online Communicatie (AOC) is het voorstel om een éénmalige herstelactie te coördineren waarbij middels een tijdelijke centrale voorziening de informatie van bewindslieden op sociale media wordt veiliggesteld/gearchiveerd voor de departementen.

### Toelichting

Onderzoek<sup>1</sup> van het AOC en RDDI wijst uit dat vrijwel alle bewindslieden uit het kabinet-Rutte III en alle departementen gebruik maken van Sociale Media. Daarbij is geconstateerd dat de gepubliceerde en gecommuniceerde informatie op deze sociale media kanalen (op een uitzondering na) niet wordt gearchiveerd door departementen.

Het niet archiveren van sociale media is in contrast met de geldende wet- en regelgeving<sup>2</sup> en brengt risico's met zich mee voor de transparantie en de betrouwbaarheid van de informatievoorziening bij departementen. Met het aftreden van het kabinet nemen deze risico's toe. Bewindslieden vertrekken bij de ministeries en daarbij hoort ook het veiligstellen of archiveren van alle zakelijke informatie. In de huidige situatie wordt de informatie op sociale media niet meegenomen.

### Voorstel

Om de risico's van informatieverlies weg te nemen (en vanwege kostenvoordelen) is het voorstel om rijksbreed éénmalig een herstelactie uit te voeren en middels een tijdelijke centrale voorziening de informatie van bewindslieden (en facultatief corporate accounts) op sociale media met terugwerkende kracht veilig te stellen of te archiveren (dit is afhankelijk van de mogelijkheden). Haast is geboden want de ambtsperiode van bewindslieden eindigt op zeer korte termijn en hun medewerking is vereist.

### Invulling

Dit traject beoogt voor vertrek van de bewindspersonen een eenmalige technische voorziening en rijksbrede methodiek tot stand te brengen voor het centraal veiligstellen van de publieke informatie die door de bewindspersonen (en facultatief departementen) is gepubliceerd en gecommuniceerd op sociale media gedurende de afgelopen kabinetsperiode.

### Resultaat

De publiekelijk (gecommuniceerde/gepubliceerde) informatie van bewindslieden op sociale media komt voor departementen beschikbaar met oog voor duurzame toegankelijkheid, geldende wet- en regelgeving, gevraagde transparantie en verzoeken tot informatieverschaffing. Bijkomend voordeel is dat de opgedane ervaringen in het project *archiveren sociale media bij het Rijk* van RDDI kunnen worden meegenomen bij het ontwikkelen van een rijksbrede methodiek en beleid voor dit thema.

---

<sup>1</sup> Het Rijksprogramma Duurzaam Digitale Informatiehuishouding heeft in het kader van het project *Archiveren Sociale Media* het gebruik, beheer en archiveren van Sociale Media bij het Rijk onderzocht. Zie in bijzonder par. 4.7 en 4.8.

<sup>2</sup> Departementen zijn op grond van de Archiefwet 1995 verantwoordelijk voor het (laten) archiveren van (de informatie op) sociale media en in lijn met de Wet openbaarheid van bestuur dient alle relevante overheidsinformatie beschikbaar te zijn voor publieke controle en verantwoording.

## Bijlage 2. Aandachtspunten

Belangrijke aandachtspunten en vragen die in de verkenning aan de orde kwamen en uitgewerkt dienen te worden:

- Wat verstaan we onder sociale media? Om welke uitingen gaat het precies?
- Waar liggen de verschillen/uitdagingen tussen website- en sociale media archivering?
- Waar liggen de verschillen tussen website en sociale media archivering?
- Wat zijn de grootste hindernissen m.b.t. sociale media archivering? Zijn er al lessons learned?
- Wat is mogelijk op het gebied van sociale media archivering? Welke tools zijn er beschikbaar?
- Wat zijn de AVG aspecten en Intellectuele eigendom aspecten waarmee rekening gehouden moet worden bij sociale media archivering.
- Wie geeft er toestemming om welke informatie vast te leggen? Wie is de eigenaar?
- Kan iemand verzoek indienen zijn of haar gegevens te verwijderen? Ja. De vraag is onder welke voorwaarden dit gehonoreerd wordt.
- Wordt deze informatie ooit overgedragen en is het opgenomen in de selectielijst? Daar moet we dus afspraken over maken.
- Welke normen en standaarden gaan we hanteren om het duurzaam en toegankelijk te houden? DUTO en aanverwante regelingen die al eerder zijn vastgesteld (gedragsregeling voor de digitale werkomgeving)
- Kun je toegang tot het account voor archivering apart autoriseren (technisch?), zodat deze derden géén berichten kunnen plaatsen?
- Welke bewaarstrategie gaan we formuleren en toepassen voor sociale media content? Is het niet handiger om uit te gaan van een contentbeleid specifiek en bewaarbeleid generiek. Daar hoort dan een uitvoeringskader bij.
- Géén van de sociale media-platformen zijn gemaakt voor duurzame opslag. Hoe gaan we hiermee om en wat is rol van het NA en AZ hierin?
- *Er is recht op vergetelheid.* In hoeverre en op welke wijze dient daar invulling aan gegeven te worden? Wat doe je als mensen content hebben verwijderd, kun je die dan nog bewaren en beschikbaar stellen? Je kunt de situatie krijgen dat content door de opsteller uit de live versie van een account weggehaald is, maar wél in het archief zit. Wat doe je dan?
- De eis van repliceerbaarheid vraagt om het langdurig bewaren van data. Hoe gaan we om met doelbinding? Vanuit het oogpunt van doelbinding wordt van je verlangd dat je overzicht hebt van dit soort processen, tussentijds reviewt en ernaar handelt.
- Kunnen we vanuit statuten archiveren? Moet je werken met toestemming vragen, of aan de hand van een opt-in of opt-out aanpak?
- Techniek: toegang tot alle content vergt autorisatie op intern account niveau voor archiveren, is dit realiseerbaar zonder teveel autorisatie voor bv. een externe partij?
- MOETEN of MOGEN we alle sociale media kanalen archiveren?
- Als we MOETEN archiveren: MOET dan de essentie van de berichten worden opgeslagen, of ALLES wat een bewindspersoon op zijn/haar kanaal schrijft?
- Als we verplicht alles wat een BWP zegt/does moeten vastleggen, dan ontkomen we er niet aan om alle kanalen te archiveren

- Indien we MOETEN archiveren dient ook de context van een bericht gearhiveerd te worden
- Als er geen verplichting is, dan kunnen we dan een advies geven om bijvoorbeeld de essentie van de berichten van BWP's te archiveren (twitter).
- Zijn er conflicten tussen de juridische voorwaarden van de social media's en de archiefeisen?
- De technische eigenschappen van de sociale media platformen en implicaties van wet-en regelgeving kunnen een beperkende factor opleveren en dienen daarbij te worden meegewogen. Niet alle platformen kunnen gearhiveerd worden. Bijvoorbeeld Tik-Tok.
- Maak hier evt. een keuze in welke wel en niet worden gearhiveerd.
- Bij het archiveren van de platformen moet rekening worden gehouden met de selectie en waardering: publiekscommunicatie/ persvoorlichting of het beantwoorden van burgerbrieven. Per departement kan de waardering anders zijn, of zelfs niet gedefinieerd.
- Stel vast wie de eigenaar is van het archiefdeel.
- Stel vast of ook de verwijderde berichten op sociale media gearhiveerd moeten worden en controleer of technische oplossingen van leveranciers hiertoe in staat zijn.
- Stel vast hoe en of informatie in het archief beperkt beschikbaar moet zijn.
- Stel vast of het archief voor publiek toegankelijk is. Advies is om dit niet te doen ivm auteursrechtelijke afbeeldingen en dat het beperken additionele beheerlasten met zich mee brengt.
- Stel op hoofdlijnen vast die toegang heeft tot het archief (per departement).
- Stel op hoofdlijnen een proces vast hoe WOB/WOO verzoeken beschikbaar en geëxporteerd kunnen worden.
- Sommige archiefdelen behoren toe tot een hotspot. Denk aan de COVID- 19 en de Toeslagenaffaire. Wijs het departement of dat zij intern afspraken moeten maken over dit archiefdeel.