



# Sociale Media Archivering

*Bouwblokken voor duurzame  
toegankelijkheid van overheidsinformatie  
op sociale media*



# Inhoud

<b>1</b>	<b>Inleiding</b>	<b>3</b>
	1.1 Context	3
	1.2 Aanleiding	3
	1.3 Doel	3
	1.4 Doelgroep	4
	1.5 Opbouw/Leeswijzer	4
	1.6 Opdracht	5
	1.7 Vervolg	5
<b>2</b>	<b>Nut en Noodzaak</b>	<b>6</b>
	2.1 Nut van archiveren	6
	2.2 Noodzaak van archiveren	9
<b>3</b>	<b>Toepassing, gebruik en beheer</b>	<b>10</b>
	3.1 Wat zijn sociale media?	10
	3.2 Hoe werkt sociale media?	12
	3.3 Hoe gebruikt de (Rijks)overheid sociale media?	15
<b>4</b>	<b>Juridische en beleidskaders</b>	<b>20</b>
	4.1 Wetgeving	20
	4.2 Overige privacywet- en regelgeving	23
	4.3 Richtlijnen ten aanzien van het archiveren	27
	4.4 Richtlijnen ten aanzien van het gebruik	28
	4.5 EU Visie Digital Decade en bijbehorende kaders	29
<b>5</b>	<b>Waardering en Selectie</b>	<b>31</b>
	5.1 Proces	31
	5.2 Selectiemethodes	31
<b>6</b>	<b>Technieken</b>	<b>33</b>
	6.1 Technieken	33
	6.2 Analyse	34
	6.3 Vervolg	35
<b>7</b>	<b>Afbakening</b>	<b>36</b>
	7.1 Sociale media	36
	7.2 Accounts	36
	7.3 Overheidsinformatie	36
	7.4 Informatieobjecten	37
<b>8</b>	<b>Definities</b>	<b>39</b>
	Definitielijst	39
	Bibliografie	43

# 1 Inleiding

Dit kennisproduct geeft inzicht in de kernaspecten (bouwblokken) voor het duurzaam toegankelijk maken van overheidsinformatie op sociale media bij (Rijks)overheidsorganisaties.

## 1.1 Context

Sociale media zoals Twitter, Instagram en Facebook zijn niet meer weg te denken uit het werk van veel rijksambtenaren. Het zijn communicatiekanalen die een grote diversiteit aan mogelijkheden bieden voor het delen van informatie, ideeën en ervaringen met een breed publiek.

Naast kansen brengen sociale media ook uitdagingen met zich mee; in het bijzonder voor de informatiehuishouding van de (Rijks)overheid. De overheidsinformatie die met sociale media wordt gecreëerd, gebruikt en opgeslagen moet duurzaam toegankelijk zijn voor de periode dat het moet worden bewaard.

## 1.2 Aanleiding

De Inspectie Overheidsinformatie en Erfgoed heeft in 2016 geconstateerd dat overheidsorganisaties zich niet goed raad weten met het archiveren van sociale media. Er wordt nog te vaak van uitgegaan dat ze niet onder de werking van de Archiefwet vallen, of dat archivering niet mogelijk is<sup>1</sup>.

Anno 2023 is hierin niet veel veranderd. Op dit moment ontbreekt het bij de Rijksoverheid aan gestandaardiseerde werkwijzen, technische oplossingen en beleid voor duurzame toegankelijkheid van sociale media. Ook wordt het belang van archivering nog niet overal (h)erkend.

## 1.3 Doel

Dit kennisproduct is een uiteenzetting van de context waarbinnen overheidsinformatie op sociale media duurzaam toegankelijk kan worden gemaakt.

Doel van dit kennisproduct is om overheidsorganisaties te ondersteunen bij het opstellen van beleid voor archivering van overheidsinformatie op sociale media. Meer specifiek, het delen van overzicht en inzicht in de kernaspecten (bouwblokken) die nodig zijn om deze informatie duurzaam toegankelijk te maken.

Gerichte adviezen over welke methoden en technieken uit dit overzicht het beste kunnen worden toegepast door Rijksmedewerkers, zijn een te nemen vervolgstap. Zie hiervoor 1.7 vervolg.

<sup>1</sup> Bron: Rapport Erfgoedinspectie: *Webarchivering* bij de centrale overheid.

## 1.4 Doelgroep

De primaire doelgroep wordt gevormd door (Rijks)medewerkers wiens taken en verantwoordelijkheden verwant zijn aan informatiehuishouding, informatiebeheer en archivering omtrent sociale media archivering.

De secundaire doelgroep wordt gevormd door (Rijks)medewerkers die vanuit hun taken en werkzaamheden sociale media gebruiken. Hierbij kan gedacht worden aan de eigenaren, beheerders en gebruikers van accounts op sociale media.

## 1.5 Opbouw/Leeswijzer

De bouwblokken zijn als volgt afgebakend:

### **Hfst. 2. Nut en noodzaak**

Dit bouwblok gaat in op de motieven om overheidsinformatie op sociale media duurzaam toegankelijk te maken. Hiermee wordt het gesprek bij overheidsorganisaties gefaciliteerd over de doelen van sociale media archivering en wat daarmee kan worden bereikt.

### **Hfst. 3. Toepassing, gebruik, beheer**

Dit bouwblok analyseert de toepassing, het gebruik en het beheer van sociale media als communicatiemiddel bij de Rijksoverheid. Van hieruit kunnen overheidsorganisaties bepalen welke informatie behouden, vindbaar en toegankelijk moet zijn en hoe dit het beste kan worden gearhiveerd.

### **Hfst. 4. Juridische en beleidskaders**

Dit bouwblok specificeert de verschillende juridische en beleidskaders die nadere eisen stellen aan overheidscommunicatie op sociale media. Daarmee krijgen overheidsorganisaties de kaders inzichtelijk waaraan minimaal moet worden voldaan voor rechtmatige en wetmatige archivering van informatie op sociale media.

### **Hfst. 5. Waardering en selectie**

Dit bouwblok beschrijft de verschillende methodes voor waardering en selectie van overheidsinformatie. Hiermee kunnen overheidsorganisaties zorgvuldige afwegingen maken welke informatie op sociale media permanent bewaard moet worden en wat na verloop van tijd kan worden vernietigd.

### **Hfst. 6. Technieken**

Dit bouwblok geeft inzicht in de verschillende technieken voor archivering van overheidsinformatie op sociale media. Van hieruit kunnen overheidsorganisaties zelf een keuze maken wat de meest geschikte manier is voor het duurzaam toegankelijk maken van deze informatie.

### **Hfst. 7. Afbakening**

Dit bouwblok initieert een trapsgewijze afbakening voor duurzame toegankelijkheid van overheidsinformatie op sociale media. Het biedt overheidsorganisaties een eerste overzicht van wat wel en niet binnen de scope valt. En waarom.

## 1.6 Opdracht

In opdracht van het actieplan Open op Orde is het Rijksprogramma Duurzaam Digitale Informatiehuishouding (RDDI) namens CIO Rijk gevraagd om met verschillende rijkonderdelen toe te werken naar kennisborging en kennisdeling over het archiveren van overheidsinformatie op sociale media bij de (Rijks)overheid en op deze manier de weg te plaveien richting bijbehorend rijksbreed beleid. Hieraan wordt uitvoering gegeven door het project *Sociale Media Archivering*.

Het doel van het project is samengevat in een missiestatement: Het ontwikkelen van een beleidsadvies voor duurzame toegankelijkheid van overheidsinformatie op sociale media bij de Rijksoverheid conform wet- en regelgeving.

## 1.7 Vervolg

De informatie uit de bouwblokken vormt de basis voor een analyse in bredere kring hoe overheidsinformatie op sociale media het beste gearcheeerd kan worden. Zowel functioneel als technisch, inclusief een eerste uitwerking van de DUTO eisen. De ambitie is om vervolgens een whitepaper met beleidsadvies op te leveren voor de opdrachtgever CIO-Rijk en het CIO-Beraad waarin alle onderwerpen in samenhang zijn uitgewerkt.

## 2 Nut en Noodzaak

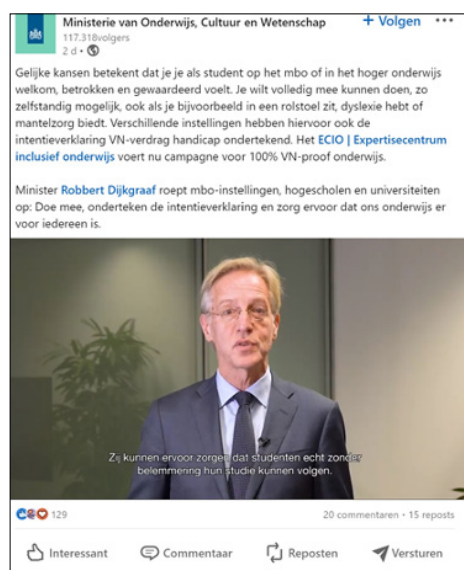
Dit bouwblok gaat in op verschillende scenario's waarin het van belang is dat de overheidsinformatie duurzaam toegankelijk is. Hierdoor wordt duidelijk gemaakt wat de doelen zijn van sociale media archivering en wat ermee bereikt kan worden.

### 2.1 Nut van archiveren

Het archiveren van sociale media door overheidsorganisaties dient verschillende belangen, te noemen:<sup>2</sup>

#### Uitvoering van bedrijfsprocessen

Bij het uitvoeren van taken kan het voor overheidsorganisaties nodig zijn om oude berichten die geplaatst zijn op Sociale Media te bekijken. Denk hierbij aan een parlementaire enquête, of het beantwoorden van vragen van burgers of het opstellen van rapportages. Ook kan de inhoud van oude berichten soms hergebruikt worden.



*Figuur 1 toont een bericht dat op LinkedIn is gepost vanuit het Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap. Hierin roept de minister van OC&W instellingen, hogescholen en universiteiten op om de intentieverklaring van inclusief onderwijs te tekenen. Op dit bericht komen reacties. Vanuit het account van het Ministerie van Onderwijs of andere overheidsorganisaties wordt vervolgens gereageerd op deze reacties. Mochten hierover vragen komen van burgers of instellingen dan is het belangrijk dat het Ministerie van Onderwijs ten alle tijden deze berichtgeving heeft en dus weet wat er precies is gecommuniceerd.*

#### Verantwoording over overheidshandelen

Overheidsorganisaties moeten zich kunnen verantwoorden over hun handelen. Overheidsinformatie op sociale media is een neerslag van dat handelen. De inhoud van het bericht moet daarvoor toegankelijk zijn op het moment dat daar vragen over rijzen. Dat kan nodig zijn voor het behandelen van Woo-verzoeken of in een debat. Maar ook bij een parlementair- of raadsonderzoek, een audit of rekenkameronderzoek. Sociale media platformen zijn platformen die Rijksorganisaties niet zelf in beheer hebben. Er is daarbij een sterke afhankelijkheid van de bedrijven die de Sociale media platformen in beheer hebben. Een voorbeeld hiervan is Meta die Facebook en Instagram beheert. Stel dat het bedrijf achter het platform wordt overgenomen of het platform offline gaat, dan is de overheidsinformatie die gedeeld is op dat platform niet meer beschikbaar voor de organisatie. En kan de organisatie zich niet meer verantwoorden over het eigen handelen.

<sup>2</sup> [Richtlijn archiveren overheidswebsites \(nationaalarchief.nl\)](#), p 9.

### Recht- en bewijszoekende burger

Burgers en bedrijven kunnen rechten ontlenu aan overheidsinformatie op sociale media. Burgers en bedrijven baseren keuzes en handelingen op de informatie van de overheid. Die informatie kan nodig zijn als bewijs in beroeps- en bezwaarprocedures. Als een overheidsorganisatie een zaak verliest omdat ze niet beschikt over dit bewijsmateriaal, dan kan dat leiden tot hoge kosten en gezichtsverlies.



**Figuur 2** toont een bericht van de Minister van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS) tijdens de coronapandemie over het halen van de boosterprik tegen corona. Hierover worden vragen gesteld en volgt een reactie van de Minister. De vraagsteller kan hier rechten aan ontlenu. Indien er een rechtszaak is over deze berichtgeving dan is het belangrijk dat deze informatie nog beschikbaar is bij het Ministerie van VWS als bewijsvoering.

### Wetenschappelijk onderzoek

Sociale Media berichten geven onderzoekers inzicht in hoe overheidsorganisaties hun taken in het verleden hebben uitgevoerd en zichzelf presenteerden. Bijvoorbeeld als onderzoek gedaan wordt naar de aanpak van een grote crisis, naar hoe bepaalde besluiten tot stand zijn gekomen, of naar de relatie tussen overheid en burgers.



**Figuur 3** toont een bericht van de minister-president over de Russische invasie van Oekraïne op Twitter. Een internationale crisis waarover de minister-president actief op Sociale media berichten plaatst. Deze berichten kunnen voor later onderzoek van belang zijn.

#### Behoud cultuurhistorisch erfgoed

Overheidsinformatie geplaatst op Sociale Media zijn ook een uiting van onze cultuur; denk bijvoorbeeld aan ons taalgebruik.



**Figuur 4** geeft het voorbeeld van specifieke woorden in het taalgebruik die veel gedurende de coronaperiode werden gebruikt. Zo werd in 2020 ‘anderhalvemetersamenleving’ het woord van het jaar bij de Van Dale verkiezing 2020. Dit soort berichten leveren een actieve bijdrage aan ons taalgebruik in een bepaalde periode.

Behalve taalgebruik kunnen foto's en video's inzicht geven in een bepaalde periode.



## 2.2 Noodzaak van archiveren

De overheidsinformatie op Sociale Media dient gearhiveerd te worden. Als Rijksorganisatie wil je de informatie beschikbaar hebben zoals deze is gecommuniceerd tijdens het uitvoeren van eigen bedrijfsprocessen, voor het verantwoorden van het eigen handelen, voor het garanderen van rechten en plichten, voor wetenschappelijk onderzoek en behoud van cultureel erfgoed.

De noodzaak van het archiveren van overheidsinformatie op Sociale media komt voort uit de Archiefwet 1995, de Wet Open Overheid, de Wet Hergebruik overheidsinformatie en de Grondwet. Vanuit deze wetgeving worden kaders gesteld waar overheidsinformatie aan moet voldoen. Rijksorganisaties dienen rekening te houden met deze wetgeving in hun informatieverstrekking en in het duurzaam toegankelijk maken van informatie.

In het bouwblok Juridische en beleidskaders worden deze wetten meer specifiek beschreven en welke eisen en wetten nog meer van toepassing zijn op het archiveren van sociale media berichten. Door het veelvoudige gebruik van sociale media is het belangrijk dat aan deze wet- en regelgeving wordt voldaan.

## 3 Toepassing, gebruik en beheer

Dit bouwblok analyseert de toepassing, het gebruik en het beheer van sociale media als communicatiemiddel bij de Rijksoverheid. Van hieruit kunnen overheidsorganisaties bepalen welke informatie behouden, vindbaar en toegankelijk moet zijn en hoe dit het beste kan worden gerealiseerd.

### 3.1 Wat zijn sociale media?

Over wat onder sociale media wordt verstaan lopen de meningen uiteen. Communicatie- en informatiefprofessionals bij de Rijksoverheid zijn het over eens dat sociale media bestaat uit een grote diversiteit aan online platformen waar gebruikers een account aanmaken en met elkaar in contact komen door het creëren van een profiel, het plaatsen/delen van content in de vorm van berichten en/of reacties.

#### Definitie

Echter biedt de bovengenoemde beschrijving beperkte handvaten om concreet aan te geven wanneer er sprake is van sociale media bij de Rijksoverheid. Een definitie die voldoet en het beste aansluit bij de toepassing, gebruik en beheer van sociale media in deze context:

- Sociale media zijn (semi-)openbare online netwerken waar iedereen een (gebruikers-) account kan aanmaken. Gebruikers op sociale media creëren, ontvangen of delen content en gaan interactie met elkaar aan.

Met deze definitie wordt duidelijk dat online forums, blogs en online samenwerkingsprojecten zoals Wikipedia een aparte categorie platformen vormen die niet onder de definitie van sociale media vallen omdat deze niet primair op interactie gericht is. Ook berichtenapps zoals Signal en WhatsApp vallen niet onder sociale media vanwege het niet openbare karakter van deze platformen.



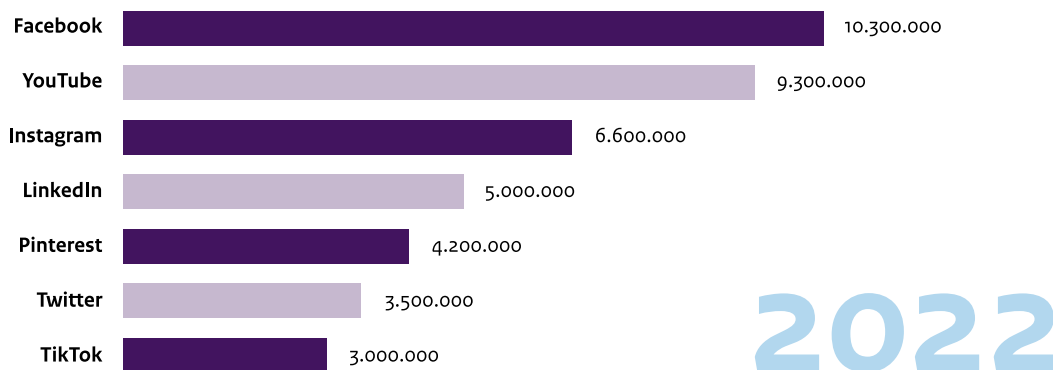
**Figuur 5** toont sociale media die worden gebruikt bij de rijksoverheid en vallend onder voornoemde definitie. Van links naar rechts de logo's van YouTube, Twitter, Instagram, LinkedIn, Facebook, Mastodon en TikTok.

Kenmerkend voor de sociale media platformen is dat zij elk eigen doelgroepen, gebruikersgroepen met specifieke behoeften aan bepaalde content functionaliteiten, look en feel en manier van communiceren hebben. Figuur 6 is hier een voorbeeld van.

Platform	Facebook	Instagram	Twitter	YouTube	LinkedIn
<b>Wie gebruikt het platform?</b>	Iedereen, hoewel tieners het steeds passiever gebruiken	Millennials hebben sinds de overname van facebook een mainstream publiek ontwikkeld	Het populairst onder technologie, marketing en politiek gefocuste mensen	Iedereen, echter vooral populair bij de millennial generatie	Professionals uit alle sectoren, maar populair in de medische sector
<b>Actieve gebruikers per maand</b>	2 miljard	700 miljoen	320 miljoen	1 miljard	467 miljoen
<b>Contentstrategie</b>	Sterken beelden, video's, links naar andere sites	Sterke afbeeldingen (beeld en video) met artistieke, esthetiek, levendig en kort)	Maximaal 140 tekens, op tekst gebaseerd, beeld- en video-inhoud, GIF's	Doe het zelf-video's, vlogs, onderwijs, wetenschap, non-profit/activisme. Live video	Professioneel, link delen, afbeeldingen delen, onderzoeken

**Figuur 6** toont een tabel met verschillende sociale media platformen met daarbij per medium de doelgroep, het aantal actieve gebruikers per maand en de content strategie.

Figuur 7 toont het gebruik van specifieke sociale media platformen in Nederland in aantallen gebruikers in 2022:



**Figuur 7** toont een staafgrafiek van verschillende sociale media platformen in Nederland in aantallen gebruikers in 2022. Van veel naar minder veel gebruikers: Facebook, YouTube, Instagram, LinkedIn, Pinterest, Twitter, TikTok.

In de tabel hieronder is het gebruik van sociale media per leeftijdsgroep per kanaal waarop zij het meeste actief zijn te zien:

% gebruik	15-19 jaar	20-39 jaar	40-64 jaar	65-79 jaar	80+
Facebook	51%	82%	77%	67%	59%
YouTube	90%	79%	63%	46%	35%
Instagram	82%	57%	33%	18%	16%
Twitter	17%	26%	21%	11%	11%
LinkedIn	9%	47%	37%	19%	15%
TikTok	17%	9%	2%	1%	0%

### 3.2 Hoe werkt sociale media?

#### (Eind) Gebruikers

Gebruikers kiezen een sociale media platform, maken daarvoor een account aan en creëren een profiel om vervolgens een grote diversiteit aan content te kunnen produceren, publiceren, communiceren en dupliceren. Deze content kan de vorm hebben van een bericht met tekst, audio, beeld, et cetera. Maar ook een reactie op een bericht van een andere gebruiker, of informatie over de gebruiker (profiel/biografie zoals de info op een gebruikers Facebookpagina).

Daarnaast kan content permanent (bijv. tijdlijn - Twitter) of tijdelijk zijn vanuit functionaliteit (bijv. stories - Facebook) of omdat het verwijderd c.q. onzichtbaar wordt gemaakt. Tot slot bestaat binnen het platform veelal de mogelijkheid om berichten onderling uit te wisselen binnen een beperkte groep gebruikers en bieden sociale media platforms een optie tot privé communicatie tussen twee of meerdere gebruikers (ook wel geduid als Direct Messaging)

#### (Commerciële) Dienstverlening

Sociale media zijn online platformen die door (veelal) commerciële<sup>3</sup> bedrijven aan gebruikers worden aangeboden als gratis Software as a Service. Dit betekent dat de dienstverlener software voor sociale media in de Cloud ontwikkelt en onderhoudt, automatische software-updates levert, de data beheert en de applicatie via het internet ter beschikking stelt aan gebruikers<sup>4</sup> onder bepaalde algemene voorwaarden (zie hoofdstuk *juridische kaders*).

Het businessmodel bestaat uit 'gratis' abonnementen waarbij het platform de (interactie) data opslaat die gebruikers genereren en deze verkoopt aan derde partijen voor hergebruik. Andere inkomstenstromen van sociale media platformen zijn de reclames die aan gebruikers worden aangeboden en API-licenties die verkocht worden aan derden voor (gestandaardiseerde) uitwisseling van gegevens met andere applicaties.

<sup>3</sup> Het merendeel van de sociale media platformen zijn commercieel, denk aan Facebook, Twitter, et cetera. Er zijn ook platformen zonder commercieel oogmerk, bv Mastodon.

<sup>4</sup> Sociale media platformen maken dan ook geen onderdeel uit van de Rijks ICT infrastructuur en de overheid heeft geen of zeer beperkte controle over o.a. (her)gebruik, opslag, toegang en vindbaarheid van de informatie.

### 3.2.1 Functionele beschrijving

Voor inzicht in hoe sociale media platformen werken volgt hieronder een functionele beschrijving van de belangrijkste onderdelen.

#### **Platform**

Een sociale media platform is online software/een online applicatie waar de gebruiker een account aanmaakt en daarmee (semi-) openbare content (informatie) kan creëren, ontvangen of delen en interactie met andere gebruikers kan aangaan.

#### **Gebruiker**

Een gebruiker op sociale media is een persoon met een account op een sociale media platform. Een gebruiker heeft, door een account aan te maken, de voorwaarden van het desbetreffende sociale media platform geaccepteerd en kan gebruik maken van de daarbij geboden functionaliteiten.

#### **Account**

Een account op sociale media is een gepersonaliseerde omgeving die is geïnitieerd door een gebruiker van het platform. Accounts kunnen persoonlijk zijn, maar ook zijn opgezet vanuit een (commerciële) organisatie of groepering. Accounts worden ingezet om vanuit de door de gebruiker gekozen rol interactie uit te voeren (creëren, ontvangen of delen) met andere accounts op het platform door middel van informatie.

#### **Profiel**

Een profiel op sociale media is gekoppeld aan een account. In het geval van persoonlijke accounts is de koppeling vaak direct: één account heeft toegang tot een profiel. Bij organisaties zijn één of meerdere accounts gekoppeld aan een profiel. Deze accounts kunnen namens dat profiel informatie creëren, ontvangen of delen.

Profielen op sociale media zijn verzamelingen van informatie met betrekking tot de gebruiker. Voorbeelden van informatie die vaak op profielen wordt gedeeld zijn een (beknopte) biografie, profielfoto, leeftijd of werkveld.

Ook kent het profiel een overzicht van “volgers” en “volgend”.

- volgers zijn alle accounts die het profiel pagina volgen.
- Volgend zijn alle profielen die het account zelf volgt.

Kenmerken:

- Openbaarheid:
  - Openbare profielen zijn zichtbaar zonder dat een account moet worden aangemaakt.
  - Afgeschermd profielen zijn enkel inzichtelijk voor gebruikers die door de opsteller zijn geautoriseerd.
- Tijdelijkheid:
  - Profielen hebben geen vooraf ingestelde levensduur. Ze blijven bestaan totdat de gebruiker het profiel opheft of totdat het sociale media platform dat doet.
- Eigenaarschap:
  - Persoonlijke profielen zijn gekoppeld aan één account.
  - Gedeelde profielen worden beheerd door meerdere accounts.

#### **Content**

Content op sociale media komt voor in verschillende vormen. Gebruikers kunnen deze vormen inzetten om specifieke doelen te behalen. Generieke vormen van content op alle sociale media platformen zijn: [Berichten](#), [Reacties](#), [chatfunctionaliteiten](#)

### **Bericht(en)**

Een bericht op sociale media is gegenereerd door een gebruiker. Berichten bestaan uit tekst, multimedia, interactieve elementen of een combinatie. Kenmerkend is dat berichten een beginpunt van interactie tussen gebruikers zijn. Andere gebruikers kunnen op berichten reageren of het bericht op een eigen profiel delen.

Verschillende sociale media hanteren eigen termen voor berichten. Voorbeelden zijn *posts* en *stories* (Facebook) *tweets* (Twitter) en *threads* (Reddit).

Kenmerken:

- Openbaarheid:
  - Openbare berichten kunnen worden geraadpleegd zonder dat een account moet worden aangemaakt. Ook voor mensen buiten het platform zijn deze berichten inzichtelijk.
  - Beperkt openbare berichten zijn enkel inzichtelijk voor gebruikers van het desbetreffende platform.
  - Afgeschermd berichten zijn enkel inzichtelijk voor deelnemers van een besloten groep, of gebruikers die door de opsteller zijn geautoriseerd om het bericht te bekijken.
- Tijdelijkheid:
  - Permanente berichten hebben geen vooraf ingestelde levensduur. Ze blijven bestaan totdat de gebruiker het bericht verwijdert of totdat het sociale media platform dat doet.
  - Tijdelijke berichten hebben een vooraf ingestelde levensduur of conditie.
  - Live-berichten zijn berichten die enkel op het moment van creatie kunnen worden geraadpleegd.
- Eigenaarschap:
  - Eigen berichten zijn berichten die door een gebruiker zijn gecreëerd.
  - Gedeelde berichten zijn berichten van derden die door een gebruiker zijn gedeeld op een eigen profiel.

### **Reactie**

Een reactie op sociale media is interactie tussen gebruikers. Ten grondslag aan deze interactie is informatie uit een profiel of bericht. Reacties kunnen platte tekst zijn, multimedia of actieknoppen (om bijvoorbeeld steun, medeleven, afkeuring of enthousiasme te uiten).

Kenmerken:

- Openbaarheid:
  - De mate van openbaarheid van een reactie is afhankelijk van de informatie waarop wordt gereageerd.
- Tijdelijkheid:
  - De mate van tijdelijkheid van een reactie is afhankelijk van de informatie waarop wordt gereageerd.
- Eigenaarschap:
  - Eigenaarschap is beredeneerd vanuit de gebruiker die de reactie creëert:
  - Reacties op derden zijn reacties op informatie van een andere gebruiker.
  - Reacties op eigen informatie zijn reacties op een eigen bericht of profiel.
  - Dit geldt ook voor reacties op derden die hebben gereageerd op eigen informatie.

### **Chatfunctionaliteit**

Chatfunctionaliteit op sociale media is een mogelijkheid voor gebruikers om via een account in een niet openbare omgeving contact met elkaar te hebben. In tegenstelling tot andere functionaliteiten op sociale media zijn chatfunctionaliteiten afgeschermd (verwijzing naar *ander project voor chat*).

Verschillende sociale media hanteren eigen termen voor chatfunctionaliteit. Bijvoorbeeld Direct Messages op Facebook.

- Openbaarheid:
  - Afgeschermd chatgroepen zijn chatfunctionaliteiten waar meerdere gebruikers aan deelnemen.
  - Eén-op-één chats zijn chatfunctionaliteiten waar twee accounts onderling met elkaar kunnen communiceren.
- Tijdelijkheid:
  - Permanente chats hebben geen vooraf ingestelde levensduur. Ze blijven bestaan totdat de gebruiker het bericht verwijderd of totdat het sociale media platform dat doet.
  - Tijdelijke chats verdwijnen na een vooraf ingestelde levensduur of conditie.

## **3.3 Hoe gebruikt de (Rijks)overheid sociale media?**

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

### **Praktijk**

Om inzicht te krijgen in het gebruik van sociale media bij de rijksoverheid volgt in dit onderdeel een uiteenzetting van de doelen die daarmee worden nagestreefd, de processen die daar gebruik van maken, de kanalen die worden gebruikt en de gebruikers.

### **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.

Het merendeel van alle rijksorganisaties 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:

- informatieverstrekking;
- informatie of aangifte door burgers;
- dialoog tussen overheid en burgers;
- persuasieve voorlichting;
- co-creatie tussen overheid en burgers;
- sociale media als dienstverleningskanaal;
- instrumenten voor management, samenwerking en kennisdeling binnen de overheid.

Daarnaast worden een aantal van bovengenoemde strategieën voor sociale media ingezet gericht interne doeleinden: informatieverstrekking aan medewerkers over interne aangelegenheden, faciliteren van een medium voor informatie-uitwisseling binnen een specifieke groep van de organisatie.

### Processen

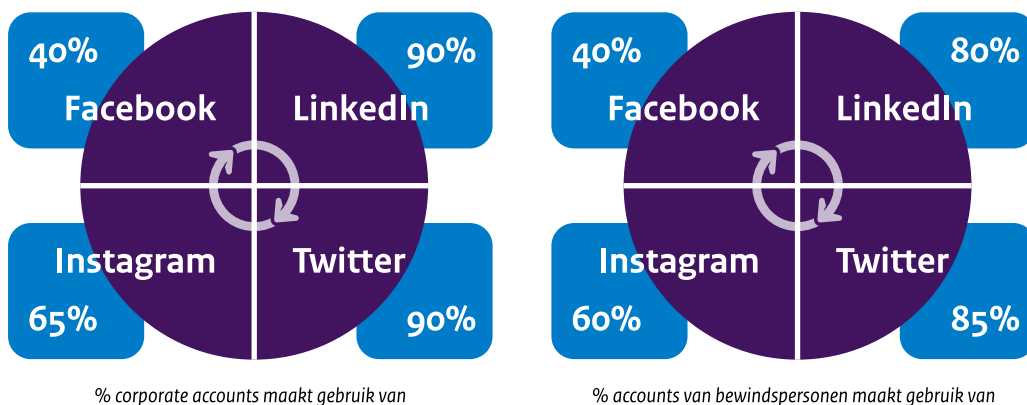
Sociale media worden bij de Rijksoverheid voor verschillende processen ingezet: van agendabepaling en beleidsvoorbereiding, via besluitvorming tot beleidsuitvoering en de evaluatie daarvan. In elk van de procesfasen worden sociale media op uiteenlopende manieren ingezet: informeren, raadplegen, adviseren,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

In de praktijk zijn de volgende specifieke werkprocessen bij rijksorganisaties aan te duiden waar gebruik wordt gemaakt van sociale media platformen:

- Publiekscommunicatie en woordvoering;
- Burgerbrieven (actieve vraag en beantwoording)
- Klantcontact (centrum)
- Crisiscommunicatie
- Werving en selectie van medewerkers
- Monitoring
- Beleidsanalyse en vorming

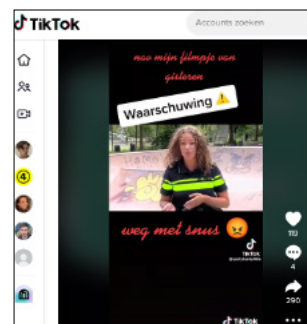
### Kanalen

De Rijksoverheid kan kiezen uit een grote variatie aan sociale media platformen bij de invulling van haar taken en uitvoering van werkprocessen, waaronder Facebook, Twitter, YouTube, Instagram, Snapchat, TikTok, Mastodon.



**Figuur 9**

De bovenstaande percentages in **figuur 9** laten zien dat Facebook, Instagram, Twitter en LinkedIn de meest gebruikte sociale media platformen zijn bij rijksoverheden. Experimenteel wordt gewerkt met nieuwere platformen zoals TikTok (**figuur 10**) en Mastodon. YouTube wordt veelal niet gelinkt aan sociale media. Echter hoort deze wel degelijk in het rijtje thuis.



**Figuur 10**



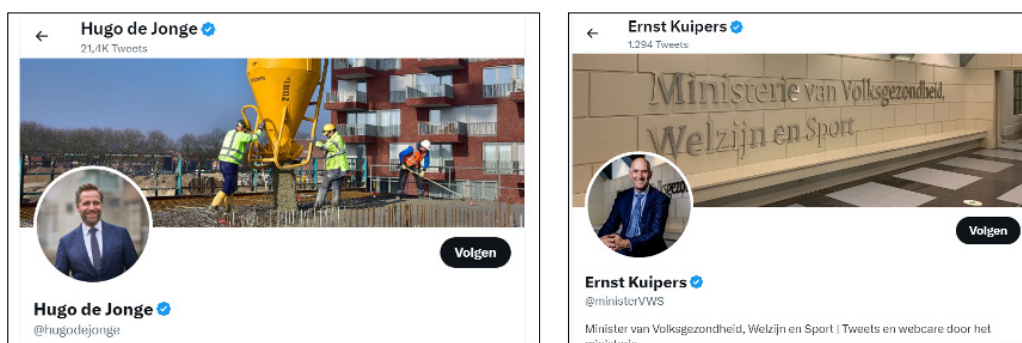
## Gebruikers

Bij de inzet van sociale media bij de Rijksoverheid zijn een aantal gebruikersgroepen te onderscheiden:

- Ambtelijke top en bewindslieden, waaronder Ministers en staatssecretarissen (of hun politieke assistent);
- Medewerkers van communicatie afdelingen/directies, veelal online communicatieadviseurs;
- Medewerkers van webcare afdelingen;
- Medewerkers van klantcontact centra;
- 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.

## Accounts

De accounts die door de rijksorganisatie gecreëerd, gebruikt en beheerd worden, noemen we corporate accounts. Een account kan gekoppeld zijn aan een organisatie(onderdeel). Denk aan @minaz. Of aan een project of campagne. Zoals @campagnevannix. Of aan een functie binnen die organisatie. Bijvoorbeeld @minpres. De accounts die door een privépersoon gecreëerd, gebruikt en beheerd worden, noemen we privé-accounts. Denk bijvoorbeeld aan het account @hugodejonge (figuur 11).



**Figuur 11** toont de Twitteraccounts van Hugo de Jonge, @hugodejonge, een privé account en het Corporate account van Ernst Kuipers, @ministerVWS.

## Cijfers:

**% bewindspersonen die een privé-account gebruiken in hun functie = +/- 75%**

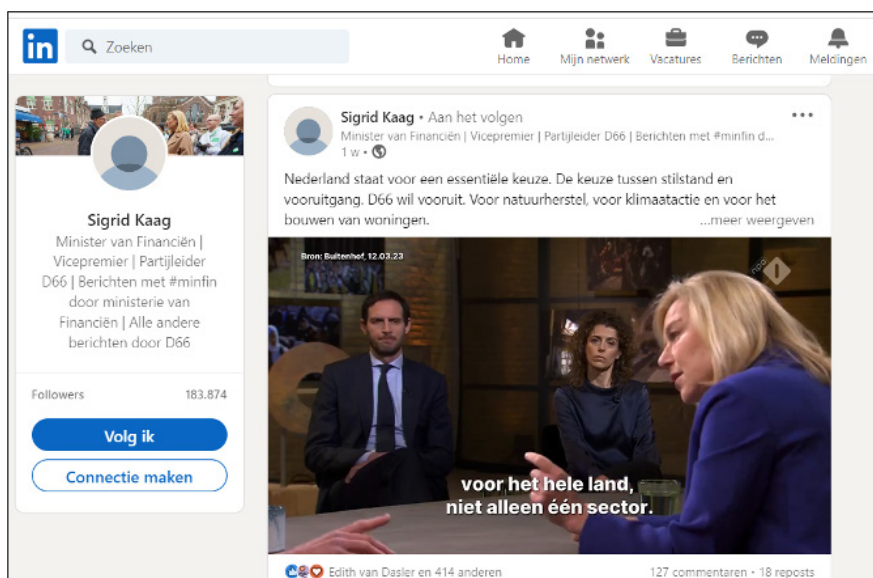
**% bewindspersonen die een corporate-account gebruiken in hun functie = +/- 25%**

## Content

Het is mogelijk dat een corporate account privé- of partijpolitieke informatie bevat. En dat een privé- of partijpolitieke account overheidsinformatie bevat. Dat gebeurt met name bij bewindspersonen. Dit noemen we hybride accounts. Een voorbeeld hiervan is figuur 12.



**Figuur 12** toont twee tweets van bewindspersonen. De ene tweet toont foto's van een bos met daarbij 'Genoten van de herfst!'. De andere tweet is een foto waarbij het gezin van Hugo de Jonge zijn haar knipt.



**Figuur 13**

Het onderscheid tussen overheids-, privé- en partijpolitieke informatie wordt veelal gemaakt middels een hashtag (#) zoals te zien in **figuur 13**.

### 3.3.1 Het beheer van sociale media bij de (Rijks)overheid

#### **Strategie**

Anno 2022 worden sociale media steeds vaker strategisch gebruikt en planmatig ingezet. Elk sociale media platform beschikt over een specifieke doelgroep, een bepaald bereik en specifieke toepassingen.

Het platform TikTok is bijvoorbeeld bij uitstek populair bij jongeren. Twitter leent zich door de tekstfunctie en retweets goed voor korte belangrijke boodschappen ("Brand bij locatie X, sluit de ramen als je in de buurt woont) en Instagram leent zich goed om beeldmateriaal te delen.

Rijksorganisaties maken gerichte keuzes over welk platform in te zetten om een boodschap over te brengen. Dit vindt plaats op basis van de specifieke kenmerken van dat platform. Dit wordt ook wel platform- of kanaalstrategie genoemd.

#### **Accountbeheer**

Naast strategie kennen sociale media platformen ook een beheerkant. Voordat kan worden gestart met het plaatsen en delen van content op sociale media moet eerst een account worden aangemaakt.

In lijn met de taken en doelen van de overheidsorganisatie dient daarvoor 'basis' content te worden geproduceerd die in lijn is met richtlijnen zoals de Rijkshuisstijl. Ook worden instellingen op het platform geconfigureerd om de juiste functionaliteiten in te kunnen zetten voor vindbaarheid, toegankelijkheid en profilering van het account.

## 4 Juridische en beleidskaders

Dit bouwblok specificeert de verschillende juridische en beleidskaders die nadere eisen stellen aan overheidscommunicatie op sociale media. Daarmee krijgen overheidsorganisaties de kaders inzichtelijk waaraan minimaal moet worden voldaan voor rechtmatige en wetmatige archivering van informatie op sociale media.

### 4.1 Wetgeving

#### 4.1.1 De Archiefwet

Op grond van artikel 3 van de Archiefwet 1995 (Archiefwet of AW) zijn overheidsorganisaties verplicht de onder hen berustende archiefbescheiden in goede, geordende en toegankelijke staat te brengen en te bewaren, alsmede zorg te dragen voor de vernietiging van de daarvoor in aanmerking komende archiefbescheiden.<sup>5</sup>

#### Welke informatie valt onder de Archiefwet en wat zijn de algemene verplichtingen?

De Archiefwet schaaft (naast meer specifieke categorieën) de volgende algemene categorie informatie onder archiefbescheiden: “bescheiden, ongeacht hun vorm, door de overheidsorganen ontvangen of opgemaakt en naar hun aard bestemd daaronder te berusten;”<sup>6</sup>

De Archiefwet legt overheidsorganen de verplichting op om “[...] de onder hen berustende archiefbescheiden in goede, geordende en toegankelijke staat te brengen en te bewaren, alsmede zorg te dragen voor de vernietiging van de daarvoor in aanmerking komende archiefbescheiden.”<sup>7</sup>

Overheidsinformatie die op sociale media wordt geplaatst valt ook onder de Archiefwet en daarmee onder de bovenstaande wettelijke verplichting. Indien er als overheidsorganisatie voor wordt gekozen om overheidsinformatie te delen via sociale media platformen dient er van tevoren dus nagedacht te worden over het binnenhalen van deze informatie, de selectie en waardering van deze overheidsinformatie en het duurzaam toegankelijk maken van deze informatie.

#### DUTO-eisen en kenmerken

Overheidsorganen zijn op grond van de Archiefwet verplicht al hun informatie duurzaam toegankelijk te maken en te vernietigen wanneer dat nodig is. Elke overheidsorgaan mag binnen de verplichtingen die er zijn zelf invullen hoe ze dat doen. De DUTO-eisen zijn een instrument om te komen tot duurzame toegankelijke overheidsinformatie.<sup>8</sup>

Een groot deel van de DUTO-eisen is rechtstreeks ontleend aan de Archiefwet, het Archiefbesluit en vooral de Archiefregeling. Als een overheidsorgaan volledig aan de DUTO-eisen voldoet, zou ze daarmee ook moeten voldoen aan de Archiefwet (voor zover binnen de scope van de DUTO-eisen). De volledigheid en juistheid van de DUTO-eisen ten opzichte van de Archiefwet wordt nog wel nader onderzocht.<sup>9</sup>

5 Handreiking Bewaren van e-mail Rijksoverheid, p6.

6 Art. 1 onder c. 1°. Archiefwet 1995.

7 Art. 3 Archiefwet 1995.

8 <https://www.nationaalarchief.nl/archiveren/kennisbank/relatie-duto-eisen-met-wetgeving-standaarden-en-normenkaders>

9 <https://www.nationaalarchief.nl/archiveren/kennisbank/relatie-duto-eisen-met-wetgeving-standaarden-en-normenkaders>

De DUTO-eisen zijn een programma van eisen voor duurzame toegankelijkheid van de informatie in de informatiesystemen van overheidsorganisaties. Dit is een lijst met 13 eisen.

De DUTO-kenmerken zijn een set van vijf eigenschappen die betrekking hebben op verschillende aspecten van duurzaam informatiebeheer, zoals metadata en opslag. De DUTO-kenmerken zijn 'best-practice' kwaliteitskenmerken die onderdeel uitmaken van de NORA-kwaliteitsdoelen. In principe is informatie duurzaam toegankelijk als het voldoet aan de DUTO-kenmerken.

Kortom, de DUTO-eisen zijn aanbevolen (meetbare) normen die helpen bij het realiseren van duurzame toegankelijkheid, terwijl DUTO-kenmerken de aanbevolen eigenschappen zijn van een effectief (en duurzaam) informatiebeheer.

#### 4.1.2 De Wet Open Overheid

De Wet Open overheid (Woo) is in het hoofdstuk Nut en Noodzaak ook behandeld. De Woo regelt het recht van burgers op informatie van de overheid. Hierin is geregeld dat iedereen informatie mag vragen over wat de overheid doet (passieve openbaarmaking). Overheidsorganisaties zijn nu verplicht om zoveel mogelijk informatie open te stellen voor iedereen (actieve openbaarmaking). Is de informatie niet openbaar of niet direct te vinden, dan kunnen burgers de overheid daarnaar vragen.

#### Welke informatie valt onder de Woo en wat zijn de algemene verplichtingen?

De Woo legt onder het artikel "Zorgplicht en openbaarmaking" overheidsorganen de volgende algemene verplichting op met betrekking tot overheidsinformatie: "Een bestuursorgaan draagt er zorg voor dat de documenten die het ontvangt, vervaardigt of anderszins onder zich heeft, zich in goede, geordende en toegankelijke staat bevinden."<sup>10</sup>

Verder is een belangrijke bepaling: "Het bestuursorgaan dat het rechtstreeks aangaat, maakt bij de uitvoering van zijn taak uit eigen beweging de bij het bestuursorgaan berustende informatie neergelegd in documenten voor eenieder openbaar, indien dit zonder onevenredige inspanning of kosten redelijkerwijs mogelijk is, behoudens voor zover de artikelen 5.1, eerste, tweede en vijfde lid, en 5.2 aan openbaarmaking in de weg staan of met de openbaarmaking geen redelijk belang wordt gediend. Deze informatie betreft in ieder geval informatie over het beleid, inclusief de voorbereiding, uitvoering, naleving, handhaving en evaluatie."<sup>11</sup>

De Woo legt op zichzelf geen verplichtingen op over te bewaren overheidsinformatie. Bovenstaande verplichting is dus puur van toepassing op documenten, oftewel overheidsinformatie, die al vanwege andere wettelijke gronden 'onder' de overheidsorganen zijn.

Overheidsinformatie die op sociale media wordt gedeeld valt, gezien bovenstaande wettelijke bepaling, onder de Woo en dient dus beschikbaar te zijn op het moment dat hier vragen over worden gesteld.<sup>12</sup> Hoewel sociale media platformen al openbaar zijn, kan het zo zijn dat een bericht bijvoorbeeld verwijderd is van het platform. Omdat het ooit is gedeeld dient het toch weer beschikbaar gemaakt te kunnen worden op basis van de Woo. Ook kan het zijn dat berichten die ooit zijn gedeeld niet meer beschikbaar zijn omdat het sociale media platform ermee stopt. Wat als bijvoorbeeld Twitter failliet gaat? En alle tweets van de minister van volksgezondheid die hij gedurende de covid periode heeft gedeeld verloren gaan of niet meer beschikbaar zijn? Bij vragen hierover dien je deze als overheidsorganisatie weer beschikbaar te kunnen maken.

<sup>10</sup> Art. 2.4 onder 1. Wet open overheid.

<sup>11</sup> Art. 3.1 onder 1. Wet open overheid.

<sup>12</sup> [IDO-vragen over Wet open overheid | Bnetwerk \(bibliotheeknetwerk.nl\)](#)

### **Een voorbeeld ter illustratie**

Op het persoonlijke Twitter-account van de minister van Justitie en Veiligheid wordt een bericht geplaatst met een link naar rijksoverheid.nl. In de tweet wordt uitleg gegeven over een nieuw wetsvoorstel. Het bericht wordt later verwijderd.

Omdat het bericht overheidsinformatie bevatte, is het voor archivering opgeslagen. Het bericht dient op basis van de Woo in ieder geval op verzoek openbaar gemaakt te worden.

#### **4.1.3 De Wet hergebruik overheidsinformatie (Who)**

De Who is alleen van toepassing op overheidsinformatie die al openbaar is. Het uitgangspunt van de Who is dat alle openbare overheidsinformatie zo gemakkelijk mogelijk beschikbaar moet zijn voor burgers, bedrijven en onderzoeksinstituten. De kerngedachte is dat de overheid grote hoeveelheden informatie bezit over onder meer burgers, gebouwen, wegen en klimaat en dat deze gegevens ook gebruikt kunnen worden voor economische exploitatie. Op basis van overheidsinformatie kunnen nieuwe producten en diensten met commerciële of niet-commerciële doeleinden worden ontwikkeld.

Ook overheidsinformatie die op sociale media platformen wordt geplaatst valt onder de Who. Een verwijzing naar een bericht op een sociaal media platform is niet voldoende om aan de Who te voldoen. Het dient in een formaat aangeleverd te worden dat het voor hergebruik geschikt is. In de Who wordt dit als volgt omschreven: “De voor hergebruik beschikbare informatie wordt verstrekt zoals de informatie bij de met een publieke taak belaste instelling aanwezig is en voor zover mogelijk langs elektronische weg, in een open en machinaal leesbaar formaat, samen met de metadata, waarbij het formaat en de metadata voor zover mogelijk voldoen aan formele open standaarden, overeenkomstig artikel 5, eerste lid, van de richtlijn.”<sup>13</sup>

Net zoals beschreven bij de Woo, legt de Who op zichzelf geen verplichtingen op over te bewaren overheidsinformatie.

#### **4.1.4 De Algemene Verordening Gegevensbescherming**

Met het archiveren van sociale mediaberichten wordt ook informatie verzameld en verder gebruikt die valt onder de definitie van persoonsgegevens in de Algemene Verordening Gegevensbescherming (hierna: AVG).

#### **Welke informatie valt onder de AVG en wat zijn de algemene verplichtingen?**

De AVG is van toepassing op de overheidsinformatie op sociale media, wanneer deze persoonsgegevens bevat van individuen. Dit zijn bijvoorbeeld namen of gebruikersnamen, beeldmateriaal waar een individu herkenbaar op staat of andere informatie die iets zegt over een individu, in posts of reacties op sociale media.<sup>14</sup>

Op grond van de AVG is de bewindspersoon verplicht om inzichtelijk te hebben welke (bijzondere) persoonsgegevens hij verwerkt en in staat om aan te kunnen tonen dat de verwerkingen daarvan voldoen aan de bepalingen van de AVG. De AVG stelt onder andere eisen ten aanzien van:

- Rechtmatigheid van de (oorspronkelijke én verdere) verwerking van persoonsgegevens, met name een toepasselijke wettelijke grondslag;
- Doelbinding;
- Informatieverplichting;
- Recht op inzage, correctie en verwijdering.

<sup>13</sup> Art. 5 Wet hergebruik overheidsinformatie.

<sup>14</sup> Juridisch advies Archivering sociale media (fase 1), p4.

Bovenstaande eisen gelden al bij de oorspronkelijke verwerking, namelijk het verzamelen, creëren of publiceren van de persoonsgegevens op sociale media. Indien informatie op sociale media wordt gearchiveerd, is dit een nieuwe verwerking. Dan zal in beginsel opnieuw moeten worden gekeken naar rechtmatigheid en andere AVG-bepalingen. In beginsel, omdat het verwerken van persoonsgegevens met het oog op archivering in het algemeen belang, oftewel archivering die verplicht is onder de Archiefwet, wordt gezien als een verdere verwerking waarvan het doel verenigbaar is met het oorspronkelijke verwerkingsdoel.<sup>15</sup>

Het kan ondanks bovenstaande voorkomen dat er bij het archiveren van overheidsinformatie onvoldoende grond is voor de verwerking van persoonsgegevens die daarbij komt kijken. Dat gebeurt, wanneer de oorspronkelijke verzameling van die persoonsgegevens onrechtmatig is geweest. Omdat het achteraf aanpassen van archiefbescheiden strijdig is met de vereisten van integriteit en authenticiteit, is er slechts één oplossing mogelijk wanneer persoonsgegevens niet rechtmatig kunnen worden verwerkt bij het duurzaam toegankelijk houden van overheidsinformatie: de persoonsgegevens (veelal betekent dit de gehele bron waarin de persoonsgegevens zijn opgenomen) worden 'beperkt beschikbaar' gemaakt voor het publiek.

## 4.2 Overige privacywet- en regelgeving

Naast de AVG is er nog andere privacywet- en regelgeving van toepassing op overheidsinformatie. Hieronder wordt deze benoemd, daarnaast wordt beschreven op welke manier deze regelgeving kan doorwerken bij het archiveren van sociale media berichten.

In de Archiefwet is geregeld dat er voor de eerbiediging van de persoonlijke levenssfeer beperkingen aan de openbaarheid van de archiefbescheiden kunnen worden gesteld, voor een bepaalde termijn.<sup>16</sup>

In de Woo staat een aanvullende waarborg opgenomen voor 'belanghebbenden' in het algemeen, waaronder personen over wie persoonlijke informatie is opgenomen in de betreffende overheidsinformatie: "Documenten als bedoeld in het eerste lid worden niet openbaar gemaakt dan nadat belanghebbenden die naar verwachting bedenkingen zullen hebben tegen openbaarmaking, in de gelegenheid zijn gesteld binnen een door het bestuursorgaan gestelde termijn hun zienswijze naar voren te brengen."<sup>17</sup>

Tot slot is in de Grondwet<sup>18</sup> en in het Europees Verdrag van de Rechten van de Mens (EVRM)<sup>19</sup> het recht op eerbiediging van de persoonlijke levenssfeer opgenomen. Op dit recht kan eenieder een beroep doen, ook met betrekking tot de archivering van sociale media-content. Deze toevoeging is echter voor de volledigheid: de juridische gevolgen hiervan gaan te ver om in dit stuk in detail te behandelen. In beginsel zal een individu bovendien een beroep doen op meer specifieke privacywetgeving, zoals hierboven behandeld.

<sup>15</sup> Overweging 50 Algemene Verordening Gegevensbescherming.

<sup>16</sup> Art. 15 Archiefwet 1995.

<sup>17</sup> Art. 3.1 onder 3. Wet open overheid.

<sup>18</sup> Art. 10 Grondwet.

<sup>19</sup> Art. 8 Verdrag tot bescherming van de rechten van de mens en de fundamentele vrijheden, Rome, 04-11-1950.

### Voorbeelden ter illustratie

Op het persoonlijke Twitter-account van de minister van Volksgezondheid is op 8 januari 2021 een foto bij een [bericht](#) geplaatst, waarop een man een vaccinatie toegediend krijgt. Deze foto bevat bijzondere persoonsgegevens, namelijk medische informatie: het toegediend hebben gekregen van een vaccinatie (in dit geval tegen Covid-19). Wanneer er geen uitdrukkelijke toestemming voor de publicatie én archivering, of een andere uitzonderingsgrond uit artikel 9 van de AVG van toepassing is, dient dit bericht beperkt beschikbaar gemaakt te worden.

#### 4.2.1 Arbeidsrechtelijke regelgeving

De arbeidsrechtelijke verhouding tussen werkgever (in dit geval het overheidsorgaan) en de werknemer (in dit geval de ambtenaar of bewindspersoon) kan op twee manieren doorwerken bij het archiveren van sociale media content.

Allereerst worden de platforms waarop een ambtenaar of bewindspersoon content kan delen in voorkomende gevallen door de werkgever ter beschikking gesteld. Denk aan een zogenaamd 'corporate account' als @MinPres. Wanneer de functionaris achter zo'n account op persoonlijke titel content plaatst, heeft de werkgever ten aanzien van die content rechten en plichten. Zo wordt de werkgever onder de AVG aangemerkt als verwerkingsverantwoordelijke voor de persoonsgegevens die onderdeel zijn van de content. Ook zal content per definitie worden aangemerkt als overheidsinformatie, en dus te archiveren materiaal, wanneer het onder een overheidsaccount is gepubliceerd. De werknemer kan zich hiervan bewust zijn, en kan dus ook verwachten dat de werkgever de content wil of moet gebruiken voor andere doelen dan waarvoor de werknemer deze heeft gedeeld. De 'Gedragsregeling van digitale werkomgeving' (zie onderstaand beschreven) zou de aangewezen plaats zijn om regels te stellen rond het gebruik van sociale media in naam van een overheidsorgaan. Ook kunnen bijvoorbeeld in deze regeling regels worden gesteld voor wat de werkgever mag en moet doen rond de content van medewerkers op (de verschillende typen accounts op) sociale media.

Anderzijds geniet de werknemer namelijk ook bescherming tegen inbreuken op zijn of haar persoonlijke levenssfeer, ook wanneer deze in de arbeidssfeer informatie verzamelt of verspreidt. Een overheidsorgaan als werkgever kan niet zomaar informatie van werknemers uit sociale media-platforms verzamelen. Daarbij zal in ieder geval rekening gehouden dienen te worden met de eerbiediging van de persoonlijke levenssfeer zoals bedoeld in de Archiefwet en de vereisten die hierboven genoemd zijn onder het kopje AVG. Als voorbeelden:

- er dient in ieder geval informatie te worden verstrekt aan de werknemer, over het beoogde gebruik van zijn of haar persoonsgegevens;
- er dient een afweging te worden gemaakt aan de hand van de gevoeligheid van de persoonsgegevens, waarbij de meest gevoelige (bijvoorbeeld bijzondere categorieën van) persoonsgegevens niet zomaar openbaar toegankelijk mogen blijven als dat niet noodzakelijk is.

### Een voorbeeld ter illustratie

Een ambtenaar publiceert een selfie op het eigen LinkedIn-kanaal, met daarbij een bericht over een zojuist afgelopen overleg, met details over de conclusies van dat overleg. De details vallen onder overheidsinformatie en moeten om die reden worden gearchiveerd. Technisch kan alleen het hele bericht worden gearchiveerd, inclusief de selfie. De oplossing is om dit bericht dan beperkt beschikbaar te maken. Om dit in de toekomst te voorkomen, dienen regels te worden gesteld, en gehandhaafd, voor de publicatie van persoonsgegevens op sociale media in combinatie met overheidsinformatie.



#### 4.2.2 Intellectuele eigendom (auteursrecht)

Overheidsinformatie op sociale media kan bestaan uit verschillende onderdelen, zoals teksten, foto's en video's. Deze verschillende onderdelen kunnen afzonderlijk beschermd zijn door het auteursrecht. Daarnaast kunnen op bepaalde onderdelen portretrechten rusten. Het portretrecht is het recht van de geportretteerde om zich in bepaalde gevallen te verzetten tegen de publicatie van zijn portret. Het portretrecht is een beperking op het auteursrecht.

Bij het plaatsen van overheidsinformatie op sociale media dient al rekening gehouden te worden met het auteursrecht en/of het portretrecht. Wanneer foto's op sociale media gepubliceerd worden en het betreffende overheidsorgaan is niet de rechthebbende, dan werkt dat bovendien rechtstreeks door in het archiveren. Kortom, er wordt in die situatie twee keer onrechtmatig gehandeld.

#### **Welke informatie valt onder het auteursrecht en wat zijn de algemene verplichtingen?**

Voor het 'Toetsingsinstrument AVG en publicatierechten voor archivering overheidswebsites' is onderzocht en beschreven hoe auteursrechten zich verhouden tot het duurzaam toegankelijk houden van overheidsinformatie ten behoeve van de Archiefwet:

"Het auteursrecht is het exclusieve recht van de maker van een auteursrechtelijk beschermd werk om dit openbaar te maken en te verveelvoudigen. De maker is degene wiens creativiteit is terug te vinden in het werk. Het auteursrecht vervalt 70 jaren na het overlijden van de maker.

Een werk wordt auteursrechtelijk beschermd indien wordt voldaan aan de volgende twee vereisten. Allereerst moet een werk zintuigelijk waarneembaar zijn, bijvoorbeeld geschreven teksten of hoorbare muziek. Ten tweede moet het werk het persoonlijk stempel van de maker dragen. Dit betekent dat creatieve keuzes van de maker uit het werk moeten blijken. Er hoeft geen sprake te zijn van kunst of literatuur, maar wel van een persoonlijke noot van de maker.

Als onderdelen op websites van de centrale overheid aan deze twee vereisten voldoen, worden zij dus beschermd door het auteursrecht.<sup>20</sup>

Het auteursrecht ontstaat van rechtswege. Dit betekent dat het auteursrecht automatisch ontstaat en er geen formele vereisten gelden. Zo hoeft een werk niet te worden geregistreerd om beschermd te worden door het auteursrecht."

Als algemene stelregel geldt: "Wanneer de centrale overheid een werk op haar website publiceert waar zij geen auteursrechthebbende van is, is alleen vermelding van de maker van het werk vaak niet voldoende. Overdracht van auteursrechten naar of licentieverlening aan de centrale overheid is nodig om een inbreuk op het auteursrecht te vermijden."<sup>21</sup>

#### **Een voorbeeld ter illustratie**

Het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap plaatst een foto op haar LinkedIn-account waarvan de auteursrechten niet in eigen bezit zijn, maar van de fotograaf. De oorspronkelijke plaatsing kan op dat moment wel ongedaan gemaakt worden, maar voor de integriteit van de archiefbescheiden dient de foto te worden gearhiveerd samen met het bericht.

<sup>20</sup> Toetsingsinstrument AVG en publicatierechten voor archivering overheidswebsites, p. 36.

<sup>21</sup> Toetsingsinstrument AVG en publicatierechten voor archivering overheidswebsites, p. 39.

Het ministerie maakt kortom inbreuk op het auteursrecht wanneer het de foto verder verspreidt, en dient de reeds geharveste berichten beperkt beschikbaar maken. Om dit in de toekomst te voorkomen, dient te worden afgezien van het plaatsen van auteursrechtelijk beschermd materiaal, of anders met de rechthebbende partij tot een (bij voorkeur eeuwigdurend en onherroepelijk) gebruiksrecht te komen.

#### 4.2.3 **Contractuele Voorwaarden sociale media platformen**

Bij het veiligstellen van overheidsinformatie op sociale media platforms krijgt een overheidsorganisatie te maken met de voorwaarden van de platforms. Als het (technisch) mogelijk is om de overheidsinformatie veilig te stellen zonder het accepteren van de voorwaarden, dan vormen de voorwaarden geen beletsel om de overheidsinformatie veilig te stellen. Voor informatie op de platforms die publiek beschikbaar is, geldt dus dat deze mag worden veiliggesteld, behoudens juridische beperkingen zoals voortvloeiend uit de AVG en auteursrechten (zie hierboven beschreven). Dit is anders wanneer voor toegang tot de overheidsinformatie een account dient te worden aangemaakt. In deze gevallen worden de voorwaarden van het betreffende sociale media-platform geaccepteerd.

Twitter, Facebook, Instagram en LinkedIn nemen in hun voorwaarden als uitgangspunt dat er geen gegevens mogen worden verzameld. Om niet in strijd met de voorwaarden te handelen kan een Overheidsorganisatie met de sociale media-platforms in contact treden om specifieke afspraken te maken (toestemming te verkrijgen) ten aanzien van het veiligstellen van de overheidsinformatie op dat platform. Het is ook mogelijk dat een aanbieder van de harvesting-dienst deze afspraken al heeft gemaakt voor een overheidsorganisatie, als onderdeel van de dienst die zij bieden om berichten te archiveren.

Mocht een Overheidsorganisatie niet de benodigde afspraken willen of kunnen maken met de sociale-media platforms, dan stelt een overheidsorganisatie de sociale media content in strijd met de voorwaarden van de sociale media-platforms veilig (wanprestatie). Het risico bestaat dat de sociale-media platforms in reactie daarop juridische maatregelen nemen.<sup>22</sup>

#### 4.2.4 **De Wet modernisering elektronisch bestuurlijk verkeer**

De Wet modernisering elektronisch bestuurlijk verkeer zal binnenkort in werking treden. Men gaat uit van inwerkingtreding op 1 januari 2024.

De Wet modernisering elektronisch bestuurlijk verkeer (WMEBV) regelt dat burgers en bedrijven hun zaken die ze met de overheid moeten doen, digitaal kunnen afhandelen. Zij krijgen daarmee het recht om officiële berichten, zoals aanvragen voor vergunningen en bezwaarschriften, elektronisch aan het bestuursorgaan te zenden. Daarnaast verbetert hun rechtspositie in het digitale contact met de overheid.

De mogelijkheid om per post met de overheid te communiceren blijft; de Awb geeft burgers en bedrijven de keuze tussen de papieren of de digitale weg.<sup>23</sup>

<sup>22</sup> Juridisch advies Archivering sociale media (fase 1), p 20-21.

<sup>23</sup> [Wet modernisering elektronisch bestuurlijk verkeer](#) [Wet modernisering elektronisch bestuurlijk verkeer](#) - Digitale Overheid.

Het ministerie van BZK heeft in 2017 een voorlopige handreiking gepubliceerd voor de implementatie van de wet. In deze handreiking wordt het volgende geschreven als het goed om berichten op sociale media:

*“Voldoet het gebruik van sociale media aan de verplichtingen voortvloeiend uit de modernisering van de Awb of is sociale media slechts voor informeel gebruik?”*

Sociale media is een aanvulling op formeel elektronisch berichtenverkeer en een handige plek om kleine vragen te beantwoorden. In de regel zal berichtgeving via sociale media niet aan de verplichtingen voortvloeiend uit nieuwe afdeling 2.3 Awb hoeven te voldoen, behalve als een sociale mediakanaal is aangewezen als kanaal om formele procedures te laten verlopen. Uw bestuursorgaan dient er dan voor te zorgen dat ook binnen dit kanaal aan alle waarborgen wordt voldaan. Bij de huidige stand van de techniek zijn sociale media in het algemeen niet voldoende betrouwbaar en vertrouwelijk.<sup>24</sup>

Het is dus belangrijk om van tevoren duidelijk te hebben indien er sociale media wordt ingezet of het een aanvulling is op de formele procedure of dat het wordt ingezet om formele procedures af te handelen. Wordt sociale media ingezet om formele procedures af te vangen dan horen daar de verplichtingen bij zoals in de handreiking beschreven ten aanzien van afhandeling van deze berichten. Denk hierbij onder andere aan de volgende verplichtingen:

- Behandelplicht
- Wettelijke behandeltermijn vangt aan met ontvangst formeel bericht
- Verplichte ontvangstbevestiging
- Behandelende afdeling kan onder opschorting van beslistermijn ontbrekende gegevens verlangen.<sup>25</sup>

## 4.3 Richtlijnen ten aanzien van het archiveren

### 4.3.1 Baseline Informatiehuishouding Rijksoverheid

Baseline Informatiehuishouding Rijksoverheid is een normenkader voor duurzaam toegankelijke en betrouwbare overheidsinformatie. In deze baseline worden normen benoemd ten aanzien van duurzaam toegankelijke en betrouwbare overheidsinformatie.

De baseline is gebaseerd op de geldende wet- en regelgeving en internationale standaarden, waaronder 11 regelingen die eisen stellen aan de kwaliteit van de informatiehuishouding, zoals de Archiefwet 1995, de Wet openbaarheid van bestuur, de Wet bescherming persoonsgegevens, de Comptabiliteitswet en het Voorschrift informatiebeveiliging Rijk en DUTO.

De kwaliteit van de digitale en papieren informatiehuishouding vereist dat deze structureel onderdeel is van de reguliere bedrijfsvoering van het rijk en daarom dient deze opgenomen te worden in de reguliere “planning- en controlcyclus” van de ministeries. De baseline is het instrument daarvoor.<sup>26</sup>

Voor sociale media is dit nog niet ingericht, terwijl deze berichten wel onder de hierboven genoemde wetten vallen.

24 [Eindconcept Voorlopige Handreiking Implementatie Wet modernisering elektronisch bestuurlijk verkeer \(digitaleoverheid.nl\)](#), p 24.

25 [Eindconcept Voorlopige Handreiking Implementatie Wet modernisering elektronisch bestuurlijk verkeer \(digitaleoverheid.nl\)](#), p 9.

26 [Baseline Informatiehuishouding Rijksoverheid - EAR Online](#)

#### 4.3.2 Baseline Informatiebeveiliging Overheid (BIO)

Binnen de rijksoverheid is de Baseline Informatiebeveiliging Overheid (BIO) van kracht. Hiermee is er één gezamenlijk normenkader voor informatiebeveiliging binnen de gehele overheid, gebaseerd op de internationaal erkende en actuele ISO-normatiek. Eventuele technologische oplossingen voor het archiveren van sociale media berichten moeten passen binnen dit normenkader.<sup>27</sup>

## 4.4 Richtlijnen ten aanzien van het gebruik

#### 4.4.1 Uitgangspunten overheidscommunicatie

Binnen de Rijksoverheid [zijn afspraken gemaakt](#) die ervoor zorgen dat alle ministeries (en onderliggende organisatieonderdelen) volgens dezelfde regels communiceren. Deze afspraken zijn te vinden in de uitgangspunten overheidscommunicatie. Daarin staat bijvoorbeeld:

- De overheid is altijd duidelijk herkenbaar als afzender van de informatie.
- De communicatie is altijd gefocust op de inhoud van het beleid. En niet op de persoonlijke imagebuilding van bewindspersonen. Een minister of staatssecretaris is dus nooit te zien in een spotje van de Rijksoverheid.
- Het is altijd duidelijk over welke beleidsfase de informatie gaat. Is het beleid bijvoorbeeld al door het parlement aangenomen of niet? Er gelden strenge eisen voor communicatie over beleid dat nog niet door het parlement is aangenomen. De communicatie moet dan bijvoorbeeld feitelijk van aard en zakelijk van toon zijn.<sup>28</sup>

Deze uitgangspunten gelden ook bij het delen van overheidsinformatie op sociale media. Daarbij moet het dus duidelijk herkenbaar zijn dat de overheid afzender is van de informatie. Naast deze Rijksbrede uitgangspunten kunnen rijksorganisaties ook nog eigen regels voor onlinecommunicatie hebben.

#### 4.4.2 Handreiking Online Communicatie Rijksambtenaren

De handreiking moet rijksambtenaren ondersteunen als zij online actief zijn, met als uitgangspunt dat zij goede ambassadeurs zijn voor de Rijksoverheid.<sup>29</sup>

Deze handreiking is dus ook van toepassing indien zij berichten plaatsen op sociale media platformen.

Daarbij geldt ook de Gedragscode Integriteit Rijk, immers bestaande integriteitsregels gelden ook online. Een belangrijk onderdeel is bijvoorbeeld: 'Bewaak het onderscheid tussen privépersoon en ambtenaar in functie'.<sup>30</sup>

#### 4.4.3 Gedragsregeling van digitale werkomgeving

Deze Gedragsregeling voor Rijksmedewerkers beschrijft concreet het gewenste gedrag bij het gebruik van digitale werkomgeving, geeft een algemene toelichting daarop en geeft nadere informatie over het beheer van en de controle op de digitale werkomgeving.<sup>31</sup>

<sup>27</sup> [Projecten - Informatiebeveiligingsdienst](#)

<sup>28</sup> [Communicatiebeleid van de Rijksoverheid | Overheidscommunicatie | Rijksoverheid.nl](#)

<sup>29</sup> [Handreiking online communicatie rijksambtenaren | Rapport | Rijksoverheid.nl](#)

<sup>30</sup> <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/richtlijnen/2017/12/01/gedragscode-integriteit-rijk-gir>

<sup>31</sup> [Gedragsregeling digitale werkomgeving Rijk | Richtlijn | Rijksprogramma voor Duurzaam Digitale Informatiehuishouding](#)

Gedragsregels die je onder andere hierin terug kan vinden zijn bijvoorbeeld hoe je om dient te gaan met informatie:

- Wees open en transparant
- Opslaan van informatie, maak informatie vindbaar
- Houd samenwerkruimtes en netwerkschijven netjes.
- Bestempel informatie als vertrouwelijk
- Archivering – weet wat je moet doen
- Respecteer intellectueel eigendom<sup>32</sup>

#### 4.4.4 Handboek voor bewindspersonen

In het handboek voor bewindspersonen wordt (beperkt) advies gegeven hoe om te gaan met sociale media. Bij de inzet van online communicatiemiddelen dienen bewindspersonen zich te houden aan de Uitgangspunten overheidscommunicatie. Op de sociale media-accounts van bewindspersonen wordt de communicatie van de Rijksoverheid niet vervlochten met partijpolitieke belangen en is altijd duidelijk wie de afzender is: de Rijksoverheid of de partij van de bewindspersoon. Beleidsinformatie op sociale media-accounts wordt altijd ten minste gelijktijdig op Rijksoverheid.nl gepubliceerd. Verder wordt terughoudend omgegaan met het verwijderen van reacties van volgers en uiterst terughoudend met het blokkeren van volgers. Bewindspersonen mogen sociale media niet gebruiken om verslag te doen van hetgeen in vergaderingen van de ministerraad gebeurt. Ook bij het organiseren van andere (publicitaire) activiteiten in of rond vergaderingen van de ministerraad past de grootst mogelijke terughoudendheid. Foto-, audio- & videomateriaal en teksten die door de Rijksoverheid zijn gemaakt voor communicatie over beleidsonderwerpen worden altijd openbaar gemaakt via de communicatiekanalen van de Rijksoverheid. Het is anderen toegestaan deze content over te nemen.<sup>33</sup>

## 4.5 EU Visie Digital Decade en bijbehorende kaders

De Digital Decade van de EU kan belangrijke veranderingen teweegbrengen in de manier waarop Europese regeringen werken aangezien het digitale transformatie en innovatie in alle sectoren wil bevorderen. Hieronder volgen enkele manieren waarop de Digital Decade van de EU de werkwijze van de (Europese) overheden zou kunnen veranderen.

- **Meer gebruik van digitale technologieën:** Het Digital Decade van de EU wil het gebruik van digitale technologieën in alle sectoren bevorderen, zo ook bij de overheid. Overheden zullen waarschijnlijk meer gebruik gaan maken van digitale technologieën om de efficiëntie te verbeteren, de dienstverlening te verbeteren en de kosten te verlagen.
- **Meer nadruk op gegevensdeling en bescherming:** Met de Data Governance Act zal er meer aandacht komen voor datadeling en standaardisatie. Om privacy en gegevensbescherming te waarborgen zijn er in de DGA, aanvullend op bijvoorbeeld de GDPR, extra maatregelen en waarborging ingeregeld om het in vertrouwen kunnen (her)gebruiken van data mogelijk te maken. De DGA benadrukt dus ook het belang van persoonsgegevensbescherming en data governance. Dit kan betekenen dat overheden moeten investeren in nieuwe technologieën en een nieuw beleid moeten voeren om de persoonsgegevens van de burgers te beschermen.

<sup>32</sup> [Gedragsregeling+digi+werkomgeving+CIO+Rijk+en+RDDI+\\_V2 \(1\).pdf](#), p 7-8.

<sup>33</sup> [Handboek voor bewindspersonen | Richtlijn | Rijksoverheid.nl](#), p 58.

- **Een transparanter en beter controleerbaar bestuur:** De Digital Services Act heeft tot doel de transparantie en verantwoordingsplicht van digitale platforms, waaronder die welke door overheden worden gebruikt, te verbeteren. Dit kan leiden tot meer transparantie in de activiteiten en besluitvorming van de overheid en een grotere verantwoordingsplicht tegenover de burgers
- **Betere cyberbeveiliging:** Met de cyberbeveiligingsstrategie worden overheden verplicht hun cyberbeveiligingscapaciteiten te verbeteren, waardoor kritieke infrastructuur en gevoelige gegevens beter tegen cyberaanvallen kunnen worden beschermd.

Ook kent de Digital Decade instrumenten zoals *'meerlandenprojecten'* en het platform *'JoinUp'*, bedoeld om de digitale transformatie te faciliteren door Europese stakeholders, EU-overheden en marktpartijen samen te brengen voor het aanpakken van grote (digitale) uitdagingen die men moeilijk alleen kan oplossen.

In het algemeen kan de Digital Decade 2030 van de EU de werkwijze van de Europese overheden flink veranderen door digitale innovatie en transformatie te bevorderen en tegelijkertijd de rechten en de privacy van de burgers te beschermen.

## 5 Waardering en Selectie

Dit bouwblok beschrijft de verschillende methodes voor waardering en selectie van overheidsinformatie. Hiermee kunnen overheidsorganisaties zorgvuldige afwegingen maken welke informatie op sociale media permanent bewaard moet worden en wat na verloop van tijd kan worden vernietigd.

### 5.1 Proces

Overheidsorganisaties genereren aanzienlijke hoeveelheden informatie, daarom is het verstandig om zorgvuldig te overwegen welke informatie permanent bewaard moet worden en wat na verloop van tijd vernietigd kan worden. Dit proces staat bekend als “waardering en selectie” en vereist nauwkeurigheid. Het proces verloopt in een vast patroon, namelijk het waarderen van informatie om te bepalen wat bewaard of vernietigd moet worden. Dit wordt vastgelegd in een selectielijst of aanvullende hotspotlijst.

### 5.2 Selectiemethodes

Rijksoverheidsorganisaties bepalen in samenspraak met de algemene rijksarchivaris hoelang hun informatie bewaard moet worden. Daarbij moeten ze rekening houden met de Archiefwet 1995, sectorale wetgeving en verschillende belangen waarvoor informatie gearhiveerd wordt. Ook moeten ze verantwoording kunnen afleggen over hun keuzes via een kenbaar selectiebesluit. Dit geldt ook voor overheidsinformatie op sociale media.

Binnen deze bouwsteen is het proces van het opstellen van selectielijsten en hotspotlijsten buiten scope. Meer informatie over het proces van het opstellen van selectielijsten en hotspotlijsten is te vinden op de webpagina [Waardering, selectie en vernietiging](#) van het Nationaal Archief.

De basis van een verantwoorde waardering van overheidsinformatie op sociale media maken en vastleggen in een kenbaar selectiebesluit kan primair met:

- een bestaande selectielijst, met een indeling op basis van werkprocessen;
- een aanvullende selectielijst, met een indeling op basis van (sleutel)functies.

En secundair middels:

- een aangewezen hotspot, als resultaat van de hotspotmonitor.

De bestaande selectielijst, een aanvullende selectielijst en de hotspot kunnen naast elkaar worden toegepast. Het betreft verschillende, deels complementaire manieren om de context te duiden waarbinnen informatie gemaakt of verwerkt wordt, en op basis daarvan selectiekeuzes te maken.

#### 5.2.1 Op basis van de bestaande selectielijst

Bestaande selectielijsten bieden mogelijk al concrete handvaten om overheidsinformatie op sociale media te waarderen en selecteren. Overheidsinformatie op sociale media kan worden gekoppeld aan werkprocessen in de selectielijst en in die context gewaardeerd worden. Het Generiek Waarderingsmodel Rijk (GWR) biedt een voorzet voor de waardering van overheidsinformatie binnen deze werkprocessen. De eigen organisatie kijkt daarbij ook naar eventuele termijnen in sectorale wetgeving. Een bestaande selectielijst wordt periodiek geëvalueerd en geactualiseerd t.b.v. nieuwe (informatie) processen van de organisatie.

Voorbeelden van mogelijke processen en bijhorende waarderingen zijn:

- Het geven van publieksvoorlichting: Bewaren (eindproducten), Vernietigen na 5 jaar publicatie
- Het afhandelen van burgerbrieven: Vernietigen na 5 jaar publicatie

Voordeel is dat gebruik gemaakt worden van de bestaande selectielijst. Nadeel is dat overheidsinformatie in één account soms voortvloeit uit verschillende werkprocessen bijvoorbeeld: publieksvoorlichting, burgerbrieven, inspectie-/opsporingsinformatie en klachtenproces. Het gevolg hiervan is dat het niet of moeilijk te waarderen is. Een ander mogelijk nadeel is dat de beschrijvingen van werkprocessen niet goed aansluiten op het gebruik van sociale media door Rijksorganisaties en de selectielijst dus aangepast of aangevuld moet worden.

Voorbeeld van een mogelijk nieuw proces naar aanleiding van evaluatie en actualisatie:

- Het voeren van dialoog tussen overheid en burgers: Bewaren

#### 5.2.2 Op basis van een aanvullende selectielijst

Het is ook mogelijk om de content als afzonderlijke informatiestroom te waarderen. De sleutelfunctiemethode is dan toepasbaar. Een sleutelfunctie binnen een organisatie is een functie waarvan de account(s), gezien zijn positie in de organisatie, geldt als een belangrijk informatieknooppunt vanuit het erfgoedperspectief. De overheidsinformatie op accounts gekoppeld aan dergelijke sleutelfuncties wordt daarom blijvend bewaard. Alle overige wordt op termijn vernietigd. Dat geldt niet alleen voor accounts die gekoppeld zijn aan functies, maar ook voor accounts die gekoppeld zijn aan een organisatie(onderdeel) of een project of campagne. Bij die laatste is dé vraag of de sleutelfunctie eigenaar van het account is.

Voorbeelden van mogelijke sleutelfuncties en bijhorende waarderingen zijn:

- Medewerkers met schaal 16 en hoger (zoals directeurs communicatie en programmadirecteurs): B.
- Alle overige medewerkers: V5.

Voordeel is dat de overheidsinformatie in een account eenvoudig als één geheel gewaardeerd kan worden. Nadeel is dat een aanvullende selectielijst opgesteld moet worden. En dat een register van sleutelfuncties en de daaraan gekoppeld account(s) bijgehouden moet worden.

#### 5.2.3 Op basis van een hotspot

Of de content nu aan een werkproces wordt gekoppeld of als afzonderlijke stroom wordt beschouwd, in beide gevallen kan aanvullend de hotspotmonitor worden toegepast. Dat betekent dat overheidsinformatie die normaal op termijn zou worden vernietigd, alsnog permanent bewaard blijft, omdat ze gekoppeld kan worden aan een zgn. 'hotspot'. Hotspots zijn gebeurtenissen die leiden tot opvallende of intensieve interactie tussen overheid en burgers of tussen burgers onderling en die veel maatschappelijke beroering veroorzaken. De waardering wordt dus niet op basis van werkproces, of functie, maar op basis van een hotspot toegekend. Eén mogelijkheid kan dan zijn om (reacties op) berichten met een bepaalde, aan een hotspot gelinkte hashtag uit te zonderen van vernietiging. Een andere om alle (reacties op) berichten gedurende een bepaalde periode uit te zonderen van vernietiging.



## 6 Technieken

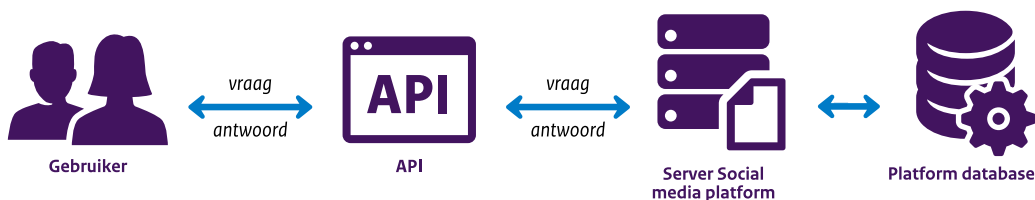
Dit bouwblok geeft inzicht in de verschillende technieken voor archivering van overheidsinformatie op sociale media. Van hieruit kunnen overheidsorganisaties beter beoordelen wat geschikte manieren zijn voor het duurzaam toegankelijk maken van deze informatie.

### 6.1 Technieken

Voor het grootschalig archiveren van sociale media worden in literatuur twee relevante technieken geïdentificeerd: **API** en **Web harvesting** (waaronder webscraping, -crawling en -recording).

#### 6.1.1 API

Een Application Programming Interface (API) (figuur 14) biedt een reeks afgesproken interfaces of methoden waarmee computerprogramma's op een gestructureerde manier met elkaar kunnen communiceren en gegevens kunnen uitwisselen<sup>34</sup>. Gebruikers van een API kunnen vanuit een omgeving (geboden vanuit het sociale medium of extern geproduceerd) informatieverzoeken doen naar de interne API en daarmee indirect naar de database van het platform. Hier worden de gegevens opgehaald en geëxporteerd naar de gebruiker.



**Figuur 14** API

Platforms kunnen een API aanbieden in verschillende vormen. Eén vorm is open toegang, waarbij de API alleen toegang geeft tot de publieke informatie op het platform. Een andere methode is het verkrijgen van toegang waarbij de inloggegevens van de accounthouder op het betreffende sociale media platform nodig zijn. Hiermee zijn naast de publieke informatie, ook privéberichten inzichtelijk en is het mogelijk om berichten en profielinformatie te plaatsen en wijzigen. Een laatste, specifieke variant is een exportfunctie geboden op en door het platform zelf. Zo biedt LinkedIn-gebruikers bijvoorbeeld de mogelijkheid om hun connecties te exporteren.

Voor het exporteren de gegevens leveren API's over het algemeen gestructureerde informatie (CSV, XML, JSON) en wordt de mogelijkheid geboden om metadata mee te nemen.

Voor iedere vorm is het zo dat het platform beperkingen in functionaliteit kan opleggen. Mede hierdoor verschillen de mogelijkheden van API's sterk per platform.

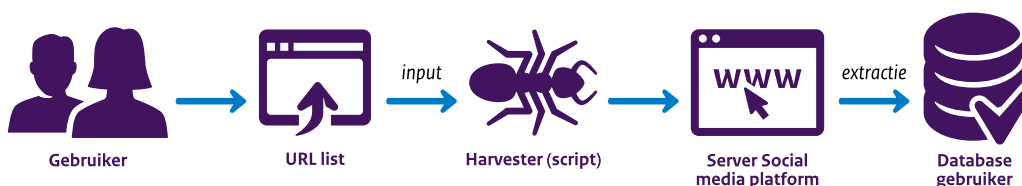
<sup>34</sup> [Web Scraping versus Twitter API | Proceedings of the 22nd International Conference on Information Integration and Web-based Applications & Services \(acm.org\)](#)

### 6.1.2 Web harvesting

Het grote verschil met API's is dat bij web harvesting de website, of in dit geval het platform, benaderd wordt vanuit het perspectief van de gebruiker. Alleen de front-end is zichtbaar en wordt vastgelegd. Web harvesting is het gebruik van software om gegevens van websites te extraheren, indexeren en opslaan. Het kan een reeks acties van een gebruiker simuleren, om de ervaring van een gebruiker weer te geven

De ISO standaard voor een web archiefbestand is een WARC-file<sup>35</sup>, maar uitkomsten van web harvesting kunnen worden opgeslagen in verschillende formaten (HTML, MHTML, PDF, WARC, etc.).

Voor harvesting verschilt de werking sterk per platform. Figuur 15 toont dit proces. De data worden opgehaald zoals deze wordt weergegeven in een browser. Dit kan bijvoorbeeld ook een tekst, datum of gebruikersnaam bevatten, maar deze data is niet gestructureerd. Web harvesting is erg gevoelig voor veranderingen in de dynamiek van de webpagina. Als er veranderingen plaatsvinden, moeten deze ook worden bijgehouden in de software van de harvester.



**Figuur 15** Harvesting

### 6.1.3 Overige technieken

Er bestaan nog andere technieken die hier om verschillende redenen niet worden meegenomen in de beschouwing. Zo is het mogelijk om sociale media vast te leggen via handmatige extractie, bijvoorbeeld door schermopnames te maken. Hierbij worden de activiteiten die plaatsvinden op een scherm opgenomen. Dit kan zowel met screenshots of video-opnames. Deze methode is niet geautomatiseerd, arbeidsintensief en foutgevoelig<sup>36</sup>. Deze kenmerken zorgen ervoor dat deze technieken niet geschikt zijn voor grootschalig archiveren van sociale media binnen de rijksoverheid. Daarom valt het hier buiten scope.

## 6.2 Analyse

Er is gepoogd het gebruik van API's en Harvesting te analyseren de hand van de vijf DUTO kenmerken<sup>37</sup>. Het voornaamste onderscheid is dat met een API de data direct uit de database van het sociale media platform gehaald wordt. Dit is gestructureerde data, deels losgetrokken uit de context. Bij harvesting wordt data gelezen uit de front end, het is informatie zoals een gebruiker deze te zien zou krijgen. Hiermee wordt de look en feel dus ook meegenomen.

<sup>35</sup> [ISO 28500:2017 Information and documentation — WARC file format](#)

<sup>36</sup> [Archiving Social Media: The Case of Twitter | SpringerLink](#)

<sup>37</sup> [DUTO-kenmerken - NORA Online](#)

Over het algemeen lijken API's zich eenvoudiger te lenen voor grootschalig gebruik: ze zijn snel, eenvoudig te gebruiken, de opgehaalde bestanden hebben een relatief klein formaat en zijn simpel te openen/hergebruiken. De opgehaalde data zijn gestructureerd en bevat potentieel veel metadata waardoor het zich beter leent voor bijvoorbeeld statistische analyse. De technologie is redelijk robuust; hoewel de interface en eigenschappen van een platform nog wel eens willen veranderen, blijft de onderliggende datastructuur veelal hetzelfde. Het is vaak in handen van een gespecialiseerde partij of het platform zelf, waarbij het beschikbaar stellen van data voor (her)gebruik door afnemers het verdienmodel is<sup>38</sup>. De reden dat deze technologie op deze manier goed werkt is ook de keerzijde, want het wordt geleverd door het platform zelf. Hierdoor wordt de beschikbare data ook bepaald door het platform. En is daardoor mogelijk onvolledig. Een ander minpunt is dat deze gestructureerde data de look and feel van het platform kan missen, waardoor het minder goed in te zetten kan zijn voor cultuurhistorisch onderzoek.

Harvesting geeft een meer integer beeld van overheidsinformatie op sociale media omdat het de look and feel van het platform meeneemt. En alle foto's en video's. Het kan hierdoor voor gebruikers meer waarde hebben omdat het hen de mogelijkheid biedt om de online dynamieken waar te nemen middels dezelfde interfaces als de mensen die zij onderzoeken. Daar staat tegenover dat er minder metadata vanuit het bronsysteem beschikbaar is, de bestanden groter zijn en dat informatie niet continu kan worden verzameld, waardoor het risico bestaat dat de data niet compleet zijn.

### 6.3 Vervolg

Het lastige van de bovengenoemde beschrijving is dat het vrijwel onmogelijk is om de technieken op een generieke manier in kaart te brengen, onafhankelijk van platform maar ook van aanbieder. De verschillen hiertussen zijn namelijk erg groot. De conclusies van deze analyse zijn daarom niet te generaliseren.

Bij de keuze voor een bepaalde techniek zal rekening gehouden moeten worden met het doel van het archiveren en de mogelijkheden die deze bieden voor een bepaald platform. Eventueel kan geopteerd worden om beide technieken in te zetten wanneer dit tot een beter resultaat leidt voor de desbetreffende overheidsorganisatie.

Dit bouwblok is het startpunt om de verschillende technieken inzichtelijk te maken en vraagt om een verdiepende analyse hoe overheidsinformatie op sociale media het beste gearhiveerd kan worden. Zowel functioneel als technisch, inclusief een eerste uitwerking van de DUTO eisen. Deze exercitie zal aansluitend op de publicatie van dit kennisproduct plaatsvinden en zal tevens worden gepubliceerd.

---

38 [Social media data archives in an API-driven world | SpringerLink](#)

## 7 Afbakening

Dit bouwblok bevat een trapsgewijze afbakening voor duurzame toegankelijkheid van overheidsinformatie op sociale media. Het biedt overheidsorganisaties een eerste overzicht van wat wel en niet binnen de scope valt. En waarom.

### 7.1 Sociale media

Veelgebruikte sociale media binnen de Rijksoverheid zijn: Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, Twitter, YouTube. Maar er zijn er nog veel meer.

Alle sociale media vallen binnen deze afbakening.<sup>39</sup> Alle overige netwerken die niet aan de definitie van sociale media beantwoorden, vallen buiten deze afbakening.

### 7.2 Accounts

Het gebruik van sociale media is gekoppeld aan accounts. Met gekoppeld bedoelen we dat het account wordt gecreëerd, gebruikt en beheerd door een gebruiker op een specifiek sociaal medium.

Accounts op sociale media vallen binnen deze afbakening. De monitoring van activiteit van bepaalde (groepen) gebruikers op sociale media via specifieke tools – bijvoorbeeld met het oog op communicatie of met het oog op de openbare orde en veiligheid - valt buiten deze afbakening.

### 7.3 Overheidsinformatie

Het is mogelijk dat een sociale-media-account andere informatie dan overheidsinformatie bevat.<sup>40</sup>

Een eerste mogelijkheid is dat een account ook of vooral privé- of partijpolitieke informatie bevat. Zoals privé- of partijpolitieke informatie van bewindspersonen. Het onderscheid tussen overheids-, privé- en partijpolitieke informatie wordt dan soms gemaakt middels een hashtag (#).

Een tweede mogelijkheid is dat een account ook niet-functionele informatie bevat. Zoals links naar berichten die niet specifiek aan de gebruiker gericht zijn. Bijvoorbeeld omdat ze op basis van een algoritme aan de gebruiker getoond worden.

Alle overheidsinformatie op sociale-media-accounts vallen binnen deze afbakening. Alle overige informatie op sociale-media-accounts vallen buiten deze afbakening.

<sup>39</sup> Sociale media zijn openbare online netwerken waar iedereen een account kan aanmaken.

<sup>40</sup> Gebruikers op sociale media creëren, ontvangen of delen content en gaan interactie met elkaar aan. Overheidsinformatie is alle informatie die de overheid zelf maakt of van een ander ontvangt bij het uitvoeren van haar taken, ongeacht: het werkproces waaruit de informatie voortkomt; de inhoud van de informatie; de formele status van de informatie; de fase waarin de creatie en behandeling van de informatie verkeert; de termijn dat de informatie bewaard moet worden na afhandeling (bewaartermijn);

## 7.4 Informatieobjecten

Overheidsinformatie op sociale-media-accounts kan de volgende informatieobjecten omvatten:

### **Profiel van de gebruiker**

- Gegevens
  - Tekst
  - Emoticons
  - Foto's
  - Locaties
  - Links naar externe websites
- Metagegevens
  - Datum en tijdstip creatie account
  - Aantal openbare berichten
  - Aantal volgers
  - Aantal volgend
  - Aantal weergaven profiel

### **Gebruikers die de gebruiker volgen ('volgers')**

- Gegevens
  - Links naar accounts van andere gebruikers
- Metagegevens
  - Datum en tijdstip creatie relatie

### **Gebruikers die door de gebruiker gevolgd worden ('volgend')**

- Gegevens
  - Links naar accounts van andere gebruikers
- Metagegevens
  - Datum en tijdstip creatie relatie

### **(Reacties op) openbare berichten van de gebruiker**

- Gegevens
  - Tekst
  - Emoticons
  - Foto's
  - Video's
  - GIF
  - Audio
  - Links naar externe websites
  - Links naar accounts van andere gebruikers
  - Links naar berichten van andere gebruikers
  - Actieknop(pen)
- Metagegevens
  - Profielfoto gebruiker
  - Profielfoto's andere gebruikers
  - Afzender bericht
  - Ontvanger bericht
  - Datum en tijdstip bericht
  - Live locatiebepaling bericht
  - Aantal weergaven bericht
  - Aantal reacties via actieknop(pen)

**(Reacties op) afgeschermd berichten van de gebruiker ('DM').**

*Deze kunnen dezelfde gegevens en metagegevens als openbare berichten bevatten, maar worden beschouwd als chatberichten en vallen daarom buiten de scope van dit project.*

In de vorige paragraaf is onderscheid gemaakt tussen overheids- privé en partijpolitieke informatie op sociale media. Bevat een informatieobject zoals beschreven in deze paragraaf zowel overheidsinformatie als privé- of partijpolitieke informatie, dan valt het binnen deze afbakening.

## 8 Definities

Onderstaande definities zijn relevant om informatie met betrekking tot het archiveren van sociale media binnen de rijksoverheid te duiden en toe te passen. Definities in dit overzicht zijn beknopt. Een nadere toelichting over de definitie en hoe deze betrekking heeft op specifieke uitdagingen binnen de rijksoverheid, is te vinden op de plek waar de toelichting inhoudelijk van toepassing is.

Het begrijpen van onderstaande definities vormt een noodzakelijke basis om verdere inhoud met betrekking tot het archiveren van sociale media te kunnen interpreteren.

### Definitielijst

#### Account

Een account op sociale media is een gepersonaliseerde omgeving die is geïnitieerd door een [gebruiker](#) van het [platform](#). Accounts kunnen persoonlijk zijn, maar ook zijn opgezet vanuit een (commerciële) organisatie of groepering. Accounts worden ingezet om vanuit de door de gebruiker gekozen rol interactie uit te voeren (creëren, ontvangen of delen) met andere accounts op het platform door middel van [content](#).

#### API

Een Application Programming Interface (API) specificeert de regels waarmee computerprogramma's op een gestructureerde manier met elkaar kunnen communiceren en gegevens kunnen uitwisselen. Er kunnen verzoeken gedaan worden aan een applicatie door een andere applicatie, bestuursstelsel of de gebruiker van een cliënt waarbij bepaalde responses verwacht worden. API's vergemakkelijken interactie tussen verschillende programma's en de toegang tot hun services.

In de context van sociale media betekent dit gebruikers vanuit een omgeving (geboden vanuit het sociale medium of extern geproduceerd) informatieverzoeken kunnen doen naar de API van het platform. Hiermee kunnen bepaalde gegevens worden opgevraagd en geëxporteerd naar de gebruiker. Via een API kunnen bijvoorbeeld ook posts worden geplaatst op het platform.

#### Archiveren

Archiveren is meer dan alleen het bewaren van informatie. Archiveren is het [duurzaam toegankelijk](#) maken en houden van informatie. Zodat deze nu en in de toekomst bruikbaar is. Voor iedereen die het recht heeft om de informatie in te zien. Niet alle informatie wordt blijvend bewaard. Dit wordt bepaald op basis van [waardering](#) en [selectie](#).

#### Berichten

Een bericht op [sociale media](#) is gegenereerd door een [gebruiker](#). Berichten bestaan uit tekst, multimedia, interactieve elementen of een combinatie. Kenmerkend is dat berichten een beginpunt van interactie tussen gebruikers op het sociale media platform zijn. Andere gebruikers kunnen op berichten [reageren](#) of het bericht op een eigen profiel delen.

Verschillende sociale media hanteren eigen termen voor berichten. Voorbeelden zijn *posts* en *stories* (Facebook) *tweets* en *threads* (Twitter) en *threads* (Reddit).

### **Chatfunctionaliteit**

Chatfunctionaliteit op sociale media is een mogelijkheid voor gebruikers om via een account in een afgeschermd omgeving contact met elkaar te hebben. Het uitgangspunt voor chatfunctionaliteit is, in tegenstelling tot andere functionaliteiten op sociale media, afgeschermd.

Verschillende sociale media hanteren eigen termen voor chatfunctionaliteit. Bijvoorbeeld *direct messages* op Facebook.

### **Content (informatie)**

Content op [sociale media](#) bestaat uit tekst, beeld, geluid of een mix daarvan. Content kan door een [gebruiker](#) worden opgesteld, maar kan ook een reactie op content van een andere gebruiker zijn.

Content kan op sociale media platformen in verschillende maten van openbaarheid voorkomen. Zo kan content volledig openbaar (benaderbaar zonder [account](#)), beperkt openbaar (benaderbaar met account) of afgeschermd (één op één of besloten groep) worden gecreëerd, ontvangen of gedeeld.

Daarnaast kan content vanuit het perspectief van de gebruiker tijdelijk zijn. Let wel dat tijdelijkheid voor verschillende gebruikers anders kan worden geïnterpreteerd. Bij functionaliteiten die content na een bepaalde tijdsperiode of handeling afschermen, kan de opsteller van content deze vaak nog wel raadplegen, terwijl derden dat niet meer kunnen.

### **Duurzaam Toegankelijk**

Toegankelijk betekent vindbaar, beschikbaar, leesbaar, interpreteerbaar en betrouwbaar voor degenen die er recht op hebben, vanaf het moment van ontstaan en voor zo lang als noodzakelijk. Duurzaam betekent dat de toegankelijkheid van informatiebestand is tegen veranderingen van elke aard.

Duurzaam toegankelijke informatie is niet alleen nu toegankelijk, maar ook na mogelijke veranderingen in de toekomst. Door nieuwe gebruikerswensen of veranderingen in techniek (bijvoorbeeld veroudering van bestandsformaten, software of informatiedragers). In informatiesystemen (bijvoorbeeld verandering van functionaliteit en uitfasering) of in een organisatie (bijvoorbeeld een reorganisatie) en in gebruikerswensen (bijvoorbeeld de vraag naar slimme zoekfuncties).

### **Gebruiker**

Een gebruiker op sociale media is een individu met een [account](#) op een [sociale media platform](#).

### **Overheidsinformatie**

[Overheidsinformatie](#) is *alle* informatie die de overheid zelf maakt of van een ander ontvangt bij het uitvoeren van haar taken, ongeacht:

- het werkproces waaruit de informatie voortkomt;
- de inhoud van de informatie;
- de formele status van de informatie;
- de fase waarin de creatie en behandeling van de informatie verkeert;
- de termijn dat de informatie bewaard moet worden na afhandeling ([bewaartermijn](#));
- de technische vorm van de informatie;
- de applicaties waarmee de informatie is gemaakt en wordt beheerd;
- door wie de informatie beheerd wordt.

Alle overheidsinformatie op sociale-media-accounts valt binnen deze afbakening.

Alle overige informatie op sociale-media-accounts valt buiten deze afbakening.



### Publiekscommunicatie

De regering brengt haar beleid, alsmede de motieven en de overwegingen die daaraan ten grondslag liggen, op actieve wijze onder de aandacht van een zo breed mogelijk publiek. Zij kan daarbij in beginsel van alle beschikbare communicatiemiddelen gebruik maken. De communicatie van de Rijksoverheid is altijd gericht op de inhoud van het beleid, en in dat verband tevens op het functioneren van de overheid als zodanig. Het hoofddoel van de communicatie van de Rijksoverheid is te voldoen aan het recht van de burger op communicatie met en informatie van de Rijksoverheid en het ondersteunen van goed democratisch bestuur.

### Profiel

Profielen op [sociale media](#) zijn verzamelingen van [content](#) met betrekking tot een [gebruiker](#) en heeft daarmee een functie als biografie of introductie. Voorbeelden van content die vaak op profielen wordt gedeeld zijn een (beknopte) biografie, profielfoto, leeftijd of werkveld. Met een profiel maakt een gebruiker zichzelf (her)kenbaar naar anderen binnen het sociale media platform.

In het geval van persoonlijke [accounts](#) is de koppeling vaak direct: één account heeft toegang tot een profiel. Bij organisaties zijn er vaak meerdere accounts gekoppeld aan een profiel. Deze accounts kunnen op dat profiel content creëren, ontvangen of delen.

### Reactie

Een reactie op sociale media is interactie tussen gebruikers. Ten grondslag aan deze interactie is content uit een profiel of bericht. Reacties kunnen platte tekst zijn, multimedia of actieknoppen (om bijvoorbeeld *likes*, steun, medeleven, afkeuring of xenthousiasme te uiten).

### Rijksbreed

Voor alle Rijksoverheidorganisaties

### Selectie

Selectie is het daadwerkelijk toekennen van waardering aan informatie en hier vervolgens naar handelen. De bron voor het toekennen van waardering is de selectie.

### Sociale media

**Sociale media** zijn **openbare online netwerken** waar iedereen een [account](#) kan aanmaken. **Gebruikers** op sociale media **creëren, ontvangen of delen [content](#)** en gaan **interactie** met elkaar aan.

### Waardering

Waarderen is het toekennen van waarde aan informatie. In dit geval specifiek om te bepalen of [overheidsinformatie](#) in aanmerking moet komen voor permanente bewaring of vernietiging. Het resultaat van deze toekenning wordt opgenomen in een selectielijst.

### Website-harvesting

Website-harvesting is het gebruik van software om gegevens van websites te extraheren, indexerend en opslaan. Bij het harvesten wordt een website, of [sociale media](#), benaderd vanuit het perspectief van de [gebruiker](#). Onder harvesting vallen de technieken *scraping* en *crawling*.

Web scraping is het gebruik van geautomatiseerde programma's om webpagina's te verwerken en specifieke stukken informatie te extraheren, bijvoorbeeld de content van een tweet. Data verkregen met web-scraping bevat alleen informatie die beschikbaar is voor de browser.

Web crawling maakt gebruik van een algoritme/script om webpagina's te downloaden in een lijst met aangegeven seed Uniform Resource Locators (URLs). De hyperlinks in deze pagina's kunnen worden geëxtraheerd en iteratief kunnen ook deze pagina's gedownload worden door de crawler.

(Web recording is het proces om een reeks acties op te nemen die op een website worden uitgevoerd, om de ervaring van een gebruiker weer te geven. Dit kan ook worden geautomatiseerd door middel van een script.)

## Bibliografie

### Account

Projectdefinitie RDDI

### API

Acker, A., & Kreisberg, A. (2020). Social media data archives in an API-driven world. *Archival Science*, 20(2), 105-123.

<https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s10502-019-09325-9.pdf?pdf=button>

Dongo, I., Cadinale, Y., Aguilera, A., Martínez, F., Quintero, Y., & Barrios, S. (2020, November). Web scraping versus twitter API: a comparison for a credibility analysis. In *Proceedings of the 22nd International Conference on Information Integration and Web-based Applications & Services* (pp. 263-273).

[https://www.researchgate.net/profile/Irvin-Dongo/publication/348813187\\_Web\\_Scraping\\_versus\\_Twitter\\_API\\_A\\_Comparison\\_for\\_a\\_Credibility\\_Analysis/links/603b2c14299bf1cc26f7ab16/Web-Scraping-versus-Twitter-API-A-Comparison-for-a-Credibility-Analysis.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Irvin-Dongo/publication/348813187_Web_Scraping_versus_Twitter_API_A_Comparison_for_a_Credibility_Analysis/links/603b2c14299bf1cc26f7ab16/Web-Scraping-versus-Twitter-API-A-Comparison-for-a-Credibility-Analysis.pdf)

### Archiveren

[Wat betekent archiveren? | Nationaal Archief](#)

### Berichten

Projectdefinitie RDDI

### Chatfunctionaliteit

Projectdefinitie RDDI

### Content

Projectdefinitie RDDI

<https://www.informatiehuishouding.nl/projecten/archiveren-sociale-media-pagina-7>

### Duurzaam toegankelijk

[Duurzaam toegankelijk | Nationaal Archief](#)

### Gebruiker

Projectdefinitie RDDI

### Overheidsinformatie

[Overheidsinformatie | Nationaal Archief](#)

### Publiekscommunicatie

[Overheidscommunicatie | Rijksoverheid.nl](#)

[Uitgangspunten overheidscommunicatie | Richtlijn | Rijksoverheid.nl](#)

### Profiel

Projectdefinitie RDDI

### Reactie

Projectdefinitie RDDI

### Rijksbreed

n.t.b.

### **Selectie**

[Module Inleiding op waardering en selectie | Nationaal Archief](#)

[Selectie | Nationaal Archief](#)

### **Sociale media**

Projectdefinitie RDDI

### **Waardering**

[Module Inleiding op waardering en selectie | Nationaal Archief](#)

### **Website-harvesting**

[Kennisbundeling - Technieken voor sociale media archivering | Publicatie |](#)

[Rijksprogramma voor Duurzaam Digitale Informatiehuishouding](#)

Dongo, I., Cadinale, Y., Aguilera, A., Martínez, F., Quintero, Y., & Barrios, S. (2020, November). Web scraping versus twitter API: a comparison for a credibility analysis. In *Proceedings of the 22nd International Conference on Information Integration and Web-based Applications & Services* (pp. 263-273).

[https://www.researchgate.net/profile/Irvin-Dongo/publication/348813187\\_Web\\_Scraping\\_versus\\_Twitter\\_API\\_A\\_Comparison\\_for\\_a\\_Credibility\\_Analysis/links/603b2c14299bf1cc26f7ab16/Web-Scraping-versus-Twitter-API-A-Comparison-for-a-Credibility-Analysis.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Irvin-Dongo/publication/348813187_Web_Scraping_versus_Twitter_API_A_Comparison_for_a_Credibility_Analysis/links/603b2c14299bf1cc26f7ab16/Web-Scraping-versus-Twitter-API-A-Comparison-for-a-Credibility-Analysis.pdf)

Pehlivan, Z., Thièvre, J., & Drugeon, T. (2021). Archiving Social Media: The Case of Twitter. In *The Past Web* (pp. 43-56). Springer, Cham.

[Archiving Social Media: The Case of Twitter | SpringerLink](#)

Dit is een uitgave van:

Rijksprogramma Duurzaam Digitale  
Informatiehuishouding (RDDI)

Rijnstraat 50  
Postbus 16375  
2500 BJ Den Haag

[dashboardcoachihh@minocw.nl](mailto:dashboardcoachihh@minocw.nl)  
[www.informatiehuishouding.nl](http://www.informatiehuishouding.nl)

November 2023 - Versie 1.0