

Achtergrondinformatie gebruik Sociale Media

Inhoudsopgave:

1. Sociale media-accounts provincie Utrecht
2. Ontwikkelingen overige provincies
3. Relevante richtlijnen en kaders vanuit het Rijk en Europa
4. Overige relevante richtlijnen en kaders
5. Toetsing middels waardengedreven gesprek

Sociale media-accounts provincie Utrecht:

- De sociale media-accounts voor de provincie worden beheerd door Corporate Communicatie. Alle berichten op deze accounts worden centraal door onze redactie geplaatst.
- We hebben een gratis account op X, Facebook, Instagram, en LinkedIn; op ieder platform bevindt zich een andere doelgroep.
- De informatie die we plaatsen is openbare informatie en bevat nooit interne stukken of documenten. Ook gebruiken we de platformen niet om specifieke informatie één op één met inwoners te delen.
- Wij zetten alleen betaalde content in bij campagnes die een opgave direct ondersteunen en bijdragen aan een specifiek doel. Een voorbeeld daarvan zijn betaalde advertenties met informatie over de wolf. Hierdoor behalen we een groter en gericht bereik.
- Het gebruik van X door inwoners neemt af maar X is na LinkedIn nog wel het kanaal met de meeste volgers.
- Op dit moment wordt X door corporate communicatie alleen nog gebruikt voor korte nieuwsberichten en mededelingen die voor al onze inwoners belangrijk zijn om te weten. Denk bijvoorbeeld aan mededelingen over wegafsluitingen.
- De verhalen en artikelen vanuit ons corporate format publiceren we op LinkedIn, Facebook en Instagram. Naast bereik besteden we op deze platformen ook in toenemende mate aandacht aan interactie met de doelgroep (likes, shares en comments).
- We hebben ook een YouTube account. Hier plaatsen we alle uitgezonden video's. Dit account gebruiken we niet om in contact te komen met onze doelgroep.

Ontwikkelingen overige provincies:

Binnen het IPO is er geen werkgroep die zich specifiek richt op dit vraagstuk. Wel is er inmiddels aangekaart bij het IPO dat het gebruik van sociale media een onderwerp kan zijn voor de interprovinciale ethische commissie. Daarnaast sluit het onderwerp sociale media deels aan bij vraagstukken rondom digitale soevereiniteit en autonomie, waar een landelijke werkgroep een advies op voorbereid. Provincie

Overijssel is vanaf 1 juni niet meer actief op X. Enkele andere provincies hebben de reactiemogelijkheid uitgezet op X.

Relevante richtlijnen en kaders vanuit het Rijk en Europa:

- Enkele jaren geleden is er vanuit het ministerie van BZK een dringende oproep gedaan om geen TikTok meer te gebruiken als overheid vanwege Chinees spionagegevaar. Ook werknemers is dringend verzocht om dit platform niet op telefoons van het werk te gebruiken. Provincie Utrecht heeft, net als de meeste overheden, deze instructie opgevolgd.
- Van organisaties als Public Spaces, Bits of Freedom en het Rathenau instituut zijn publicaties geweest over sociale mediaplatformen en door de media is veel geschreven over X en Meta. Dit alles heeft nog niet geleid tot een advies vanuit het Rijk over het gebruik van deze platformen.
- De VoRa (VoorlichtingsRaad) van de Rijksoverheid heeft in haar werkprogramma 2022-2025 opgenomen dat zij voor het gebruik van sociale media een afwegingskader en een 'entry- en exitstrategie' wil maken voor de Rijksoverheden, deze zijn nog niet opgeleverd.
- Vanuit het Rijk is in 2023 een werkagenda 'Waardengedreven Digitaliseren' gepubliceerd. Hoewel dit niet direct impact heeft op de provincie kan dit wel als kader gelden om op interbestuurlijke wijze een positie in te nemen t.o.v. digitalisering. In deze werkagenda staat ook vermeld dat er geëxperimenteerd moet worden met het gebruiken van alternatieve sociale mediakanalen.
- De Europese Commissie is het bevoegd gezag om te toetsen of de platformen zich houden aan Europese wetgeving. In Europa is sinds een aantal jaar zowel de 'Digital Markets Act' (DMA) als de 'Digital Service Act' (DSA) van kracht. In het geval van het platform X voldoen zij volgens Europese toezichthouders mogelijk niet aan een aantal eisen, zoals:
 - Data delen met externe onderzoekers
 - Transparantie bieden over adverteerders en verificatieprocessen
 - Onvoldoende (geen) toezicht houden op schadelijke content zoals desinformatie of haatdragende berichten.

Overige relevante richtlijnen en kaders:

- Om digitalisering en het gebruik van technologie in openbaar bestuur in goede, verantwoordelijke banen te leiden heeft de Universiteit Utrecht de 'Code Goed Digitaal Openbaar Bestuur' (CODIO) ontwikkeld. Deze code is onderdeel van onze Concernvisie op Informatievoorziening en Digitalisering.
- Provincie Utrecht is aangesloten bij de landelijke werkgroep rondom digitale autonomie en soevereiniteit. Het concept beleidskader dat in ontwikkeling is, wordt betrokken bij toekomstige toetsing. Het betreft hier voornamelijk beleid dat van toepassing is om ICT diensten en middelen

waar overheden documenten en interne informatie op delen of die worden gebruikt voor interne bedrijfsvoeringprocessen.

- De VNG heeft een advies voor haar leden aangekondigd over het gebruik van sociale mediaplatformen in relatie tot het ondermijnen van een democratische rechtsorde. De VNG verwacht overigens niet dat deze ontwikkeling binnen afzienbare tijd zal stoppen. "Omdat sociale media steeds meer verweven zijn met gemeentelijke communicatie en dienstverlening, is een snelle oplossing niet voorhanden." Bron: Binnenlands Bestuur 20/3/25.

Toetsing met behulp van waardengedreven gesprek:

Onderstaande tabel bevat de uitkomsten van onze interne gesprekken. Daarbij moet gezegd worden dat waardengedreven gesprekken niet eenvoudig zijn en om tijd en oefening vragen. Hetzelfde geldt voor het samenvatten en duiden van de uitkomsten. Ook is het lastig volledig te zijn. Vooralsnog hebben we het gesprek gevoerd aan de hand van de in de CODIO benoemde waarden en onze communicatieve uitgangspunten om zichtbaar, vindbaar, verbindend en transparant te zijn. Maar ook kritische factoren zoals informatieveiligheid en privacy zijn natuurlijk van belang evenals het gedrag van de gebruikers op het platform. Een berichtencultuur waarin directe haatberichten of bedreigingen meer regel dan uitzondering zijn, is een goede reden om een platform te verlaten. We blijven met elkaar in gesprek en zijn ons bewust van de gevoeligheid, en de potentiële druk op publieke waarden die door de machtsconcentratie van sociale media platformen is ontstaan.

Waarden en uitgangspunten	Mate waarin het gebruik van sociale mediaplatformen negatieve invloed heeft op de waarden en uitgangspunten	Geen/ matig of veel negatieve invloed
Transparantie	De transparantie van de werking van sociale mediaplatformen laat duidelijk te wensen over. Echter, de mate van de transparantie van onze eigen berichtgeving hebben we volledig zelf in de hand. Transparantie betekent onder meer dat we niet alleen communiceren over resultaten maar ook over dilemma's. Het betekent ook dat we transparant zijn naar zoveel mogelijk verschillende doelgroepen. Deze bevinden zich op verschillende platformen.	Geen
Vindbaarheid	Sociale media spelen een belangrijke rol in online vindbaarheid. Wanneer je veel reacties ontvangt op een bericht, ziet een zoekmachine dat jouw content interessant is voor de doelgroep wat bijdraagt aan een hogere ranking. Daarom is het belangrijk dat we naast bereik ook goed kijken naar de interactieratio van berichten.	Geen
Verbinding	In communicatie een verbinding tot stand brengen is een grote uitdaging mede door de beperkte kennis over en interesse in het werk van de provincie onder inwoners. Sociale mediaplatformen bieden bij uitstek de mogelijkheid om onder meer actief en snel reageren op opmerkingen en vragen van inwoners.	Geen
Volledige informatievoorziening en zichtbaarheid	De waarde van een volledige informatievoorziening hebben we praktisch vertaald in het uitgangspunt dat de provincie haar berichten op zo veel mogelijk platformen deelt waar een significante groep deze informatie kan zien. Dit betekent dat als er op alternatieve platformen een significante doelgroep aanwezig is de provincie dient te ambiëren ook op dit platform zichtbaar te zijn.	Geen
Betrouwbaarheid	Vanuit de waarde betrouwbare overheid is het belangrijk om kritisch te zijn op welke platformen worden gebruikt. Het gebrek aan moderatie op een platform, en het niet transparant zijn van de werking van algoritmes, zijn twee gebreken die mogelijk negatief af kunnen stralen op de partijen die zich op het platform begeven. Het gebruik maken van dit soort platformen (op dit moment met name X en Meta) kan daarmee mogelijk afbreuk doen aan het beeld van een publieke organisatie als betrouwbare overheid.	Matig
(Digitale) inclusiviteit	Digitale inclusie is het streven dat iedereen kan meedoen in de digitale samenleving. Omdat wij zelf teksten, beelden en video's plaatsen, ligt de verantwoordelijkheid voor digitale toegankelijkheid bij onszelf. Wij voldoen hierbij aan wettelijke eisen.	Geen
Onafhankelijkheid	Digitale soevereiniteit en autonomie is steeds vaker onderwerp van gesprek. Hieronder valt ook de afhankelijkheid van grote sociale mediaplatformen. Het gebruik van X door inwoners neemt af maar X is na LinkedIn nog wel het kanaal met de meeste volgers. Om in de toekomst onze afhankelijkheid af te bouwen, is het verkennen van andere sociale mediaplatformen aan te bevelen.	Veel
Uitlegbaarheid	De toetsing is een multidisciplinaire aangelegenheid; vanuit verschillende disciplines wordt het gebruik van sociale platformen beoordeeld. Uitkomsten (mate waarin sociale media bijdragen dan wel afbreuk doen) kunnen per discipline verschillen. De volgende disciplines hebben deelgenomen aan de CODIO-sessie: digitale toegankelijkheid, informatieveiligheid, privacy, ICT, digitale transitie, communicatie, informatievoorziening en digitalisering, griffie en functioneel beheer. Er is geen objectieve weging tussen de uitkomsten van de disciplines te maken wat de uitlegbaarheid 'niet eenduidig' kan maken.	Matig