

# #SM @OOV?

Visie op Sociale Media in de Openbare Orde en Veiligheid



**TNO** innovation  
for life



# #SM @OOV?

Visie op Sociale Media in de Openbare Orde en Veiligheid

> #SM @OOV?

VISIE OP SOCIALE MEDIA IN DE OPENBARE ORDE EN VEILIGHEID

**COLOFON**

Oude Waalsdorperweg 63  
2509 JG Den Haag  
T 088 866 10 00

**TNO.NL**

© TNO, december 2011

**Auteurs**

A. de Vries, MSc  
K. Y. de Jong, MSc  
A.C. Kernkamp, Msc RO  
C.C.M.T. Broekman, MSc  
P.J. Petiet, MSc  
C. Ponsioen, MSc  
C.A. Versloot, MSc  
M.A.A. Huis in 't Veld, PhD

**Drukwerk** De Swart, Den Haag

**Lay-out** Coek Design, Zaandam

# VOORWOORD

“Sociale media zijn onze toekomst”

“Tijdens het werk geen gebruik van sociale media”

“Sociale media bieden veel nieuwe mogelijkheden!”

“Sociale media creëren nieuwe problemen en dilemma’s”

“Kunnen sociale media helpen veiligheid te handhaven?

Delicten sneller op te lossen? Crises beter te bestrijden?”

Sociale media, helpen ze ons verder of moeten we ze zo min mogelijk ons leven laten bepalen? Sociale media bieden heel veel nieuwe kansen en mogelijkheden. Ze beloven verandering. Het is alleen de vraag of wij daar als maatschappij op zitten te wachten. Zoals bij elke belangrijke trend zijn ook over sociale media de meningen verdeeld. Maar één ding is zeker, we moeten er iets van vinden, want negeren kan niet meer. In deze uitgave spitsen we ons toe op maatschappelijke veiligheid.

Heel concreet: wat betekenen sociale media voor organisaties in het veiligheidsdomein? Er zijn immers mogelijkheden te over. Sociale media bieden rechtstreeks en op grote schaal toegang tot de burger. Het is dus mogelijk de ogen, oren en kennis van burgers in te zetten voor meer veiligheid. Organisaties in het veiligheidsdomein zullen zich in dat geval moeten afvragen of zij de dialoog aan willen gaan met die burger. Anderzijds, wat mag en kán je eigenlijk van burgers vragen? Alles is op vrijwillige basis. Of niet, is het een burgerplicht bij te dragen aan de veiligheid? En wat kan technologisch gezien? Wil je streven naar burgerparticipatie of nog een stap verder, naar overheidsparticipatie? Niemand weet op dit moment precies waar (gewenste) grenzen liggen en wat werkt. In dit boekje verwoordt TNO haar visie over hoe de nieuwe media het meest effectief kunnen worden ingezet in het veiligheidsdomein van 2015.

Er is al veel beweging op het gebied van sociale media inzetten, ook in het veiligheidsdomein. Er wordt volop geëxperimenteerd met sociale media. Dat is goed, want dit brengt de dilemma’s, kansen en onmogelijkheden van sociale media aan het licht. Door de experimenten met sociale media structureel te evalueren en opgedane ervaringen te delen kan vervolgens een visie worden vastgesteld. De volgende stap is de structurele inbedding van sociale media in de (operationele) werkzaamheden van de verschillende organisaties in het veiligheidsdomein.

TNO onderzoekt de kansen en bedreigingen van sociale media. We kijken naar de beste tools, hoe deze verbeterd kunnen worden, en naar manieren om ze effectief in te zetten, bijvoorbeeld voor meer veiligheid. Wij zien grote mogelijkheden voor het veiligheidsdomein.

Dit boekje zet die mogelijkheden voor de leidinggevend en beleidsmakers in de veiligheidssector op een rij. Het boekje is bedoeld als aanzet tot nadenken en als stimulans om ervaringen systematisch te verzamelen en te delen.

Het biedt handvatten voor het maken van de juiste keuzes voor effectief gebruik van sociale media in het veiligheidsdomein. Het uiteindelijke doel: verbeterd optreden en meer maatschappelijke veiligheid.

Henk Geveke  
Managing Director  
Defence, Safety & Security



Heeft u vragen naar aanleiding van deze publicatie of wilt u meer weten?

Neem dan contact op met Arnout de Vries ([arnout.devries@tno.nl](mailto:arnout.devries@tno.nl)) of kijk op [www.tno.nl/smoov](http://www.tno.nl/smoov)

# INHOUDSOPGAVE

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Voorwoord</b>   | <b>3</b>  |
| <b>Inhoudsopgave</b>   | <b>5</b>  |
| <b>1. Inleiding</b>  | <b>7</b>  |
| 1.1 Opkomst van sociale media  | 8         |
| 1.2 Verandering van denken nodig   | 9         |
| 1.3 De kracht van netwerken  | 10        |
| 1.4 Model voor structurele benadering  | 11        |
| <b>2. Gebruik van sociale media in 2011</b>                                  | <b>15</b> |
| 2.1 Kijken: er is zo veel te zien, maar vinden we het ook?                   | 15        |
| 2.2 Zenden: steeds grotere doelgroep plaats- en tijdsafhankelijk te bereiken | 17        |
| 2.3 Vragen: goedkoop, efficiënt en laagdrempelig                             | 18        |
| 2.4 Interacteren: burgerparticipatie krijgt een nieuwe impuls                | 19        |
| <b>3. Dilemma's</b>  | <b>23</b> |
| <b>4. Uitdagingen op weg naar 2015</b>                                       | <b>31</b> |
| 4.1 Inzet van burgers en informatie op sociale media beter benutten          | 31        |
| 4.2 Mensen en technologie inzetten op hun kracht                             | 32        |
| 4.3 Geautomatiseerde ondersteuning slimmer en sneller maken                  | 33        |
| 4.4 Emancipatie van burgers en overheid                                      | 35        |
| 4.5 Gedeelde informatiepositie in de veiligheidsketen                        | 36        |
| <b>5. De toekomst van sociale media in het veiligheidsdomein</b>             | <b>39</b> |
| 5.1 Sociale media ingebed in de veiligheidssector                            | 39        |
| 5.2 De centrale rol van kijken   | 41        |
| 5.3 Sociale media als belangrijk kanaal voor zenden                          | 43        |
| 5.4 Vragen aan burgers ingebed in de werkwijze                               | 44        |
| 5.5 Interacteren ingebed, iedereen doet mee                                  | 45        |
| <b>6. De volgende stap op weg naar de toekomst</b>                           | <b>53</b> |
| 6.1 Sociale media toepassen in uw eigen organisatie                          | 55        |
| 6.2 Maturiteitsmodel   | 55        |
| 6.3 eParticipatiematrix  | 57        |
| <b>7. Tot slot</b>   | <b>59</b> |





# 1 INLEIDING

Aan sociale media worden haast mythische krachten toegeschreven. Hele regimes zijn gevallen als gevolg van een revolutie die in gang werd gezet door sociale media. Organisaties experimenteren volop met sociale media om de interactie met de buitenwereld (klanten, burgers) te verbeteren. Ook op het gebied van veiligheid zien we het ene na het andere initiatief om iets met deze nieuwe media te doen. **Handhaving, opsporing, crisis-beheersing, zelfredzaamheid, activering van burgers: sociale media spelen overal een centrale rol.**

Of niet? Weten we het eigenlijk niet zeker en lopen we alleen maar opportunistisch achter een nieuwe hype aan? Aan de andere kant: hebben professionals in het veiligheidsdomein wel een keus? In welke mate dragen sociale media nou echt bij aan (objectieve en gepercipieerde) veiligheid? Wie bepaalt dat eigenlijk, en hoe? Wat kunnen we leren van de ervaringen uit de praktijk en wat zeggen de resultaten van wetenschappelijk onderzoek? Wat is de rol van sociale media in de veiligheidsorganisaties van morgen? En hoe blijven burgers actief betrokken?

De ontwikkelingen rondom sociale media zijn vrij onvoorspelbaar, maar ze zorgen nu al voor duurzame, structurele veranderingen bij veiligheidsorganisaties, zoals flexibilisering van het communicatiebeleid, decentralisering van bevoegdheden en directe communicatie met – en activering van – burgers.

Al die vragen en ontwikkelingen rond sociale media vormen de aanleiding tot dit boekje. Het kijkt naar de kansen en bedreigingen van sociale media voor de veiligheidsorganisaties in de publieke sector, voor de nabije toekomst (tot 2015) en vanuit de huidige praktijk. Daarbij denken we in eerste instantie aan het gebruik van sociale media door de politie, maar bijvoorbeeld ook door de brandweer en de GHOR. Hoe ziet de toekomst er volgens TNO uit als het gaat om de mogelijkheden en toepassingen van sociale media in de Openbare Orde en Veiligheid (#SM @OOV)? Dit boekje wil inspiratie bieden voor toekomstige ontwikkelingen en een aanzet zijn tot nadenken over het gebruik van sociale media in het veiligheidsdomein. Het biedt handvatten voor een strategie op maat en beschrijft concrete inzetperspectieven, gezien vanuit de vier mogelijkheden die sociale media biedt: kijken, zenden, vragen en interacteren.

## 1.1 OPKOMST VAN SOCIALE MEDIA

Het aantal gebruikers van (mobiele) sociale media – en de hoeveelheid informatie die ze op het web zetten – stijgt exponentieel. Onder sociale media wordt de nieuwe generatie media verstaan, die gebruikers in staat stelt berichten (content) op internet te plaatsen zonder tussenkomst van een regisseur en de dialoog met elkaar en met organisaties aan te gaan. Volgens het onlangs verschenen rapport<sup>1</sup> van EMC verdubbelt de hoeveelheid wereldwijd opgeslagen informatie elke twee jaar. In 2011 verwacht men een voorlopige piek van 1,8 zettabytes aan data. Ter illustratie: dat staat gelijk aan 16,7 miljoen Nederlanders die elke dag gedurende bijna 500.000 jaar drie tweets per minuut plaatsen...

Door de razensnelle ontwikkelingen in de technologie kunnen mensen op nieuwe manieren communiceren, persoonlijk maar ook zakelijk. Mensen gebruiken sociale media onder meer om te interacteren, te informeren, te vragen, te antwoorden, te motiveren en om te overtuigen. Bedrijven gebruiken steeds vaker sociale media om hun producten onder de aandacht te brengen, om de mening van consumenten te peilen en om zichzelf als merk te profileren. **Overheidsorganisaties zien in sociale media vooral een mogelijkheid om burgers voor te lichten, te alarmeren, te instrueren en om de dialoog met hen aan te gaan.** Dat is alleen wel gemakkelijker gezegd dan gedaan. Maar dat we 'iets' met sociale media moeten, dat is duidelijk.

Binnen de domeinen handhaving, opsporing en crisisbeheersing zijn kennis en informatie van burgers al veel langer essentieel. De burger schakelt bij crisissituaties immers veiligheidsorganisaties in via 112 en ondersteunt de politie bij opsporing via uitzendingen op tv (Opsporing verzocht) en websites (op dit moment zijn dat o.a. [depolitiezoekt.nl](http://depolitiezoekt.nl), [politieonderzoeken.nl](http://politieonderzoeken.nl), [dadergezocht.nl](http://dadergezocht.nl)) en overheids campagnes (Pak de overvaller, pak je mobiel).



1 Titel rapport EMC: Digital Universe Onderzoek: Wereldwijd opgeslagen informatie verdubbelt elke twee jaar

Door sociale media gaat de bijdrage van burgers weer een stap verder. Iedereen kan zich abonneren op RSS- of Twitter-feeds en YouTube-kanalen volgen. Voor de veiligheidsorganisaties betekent dit dat ze nog meer gebruik kunnen gaan maken van de kennis, oren en ogen van burgers. Er kan in het ideale geval veel sneller informatie worden vergaard die nodig is om snel en accuraat te kunnen handelen, bijvoorbeeld tijdens een crisis of een overval. Sociale media bieden ook kansen om de heterdaadkracht van de politie te vergroten. SMS Alert, Mail Alert en Burgernet dienen al als handhavinginstrument op basis van de actieve participatie van burgers. Wijkagenten gebruiken hun eigen account op Twitter om in contact te komen met burgers die hen voorheen niet kenden. Zo weten beide partijen nog beter wat er in de wijk leeft. Ook worden er steeds vaker foto's, (dader)filmpjes en ervaringen van burgers die getuige zijn van een incident online geplaatst, zonder directe melding aan de veiligheidsorganisaties. Methoden en tools om deze online geplaatste informatie te analyseren schieten als paddenstoelen uit de grond. **Fundamentele vragen zijn: hoe moeten we omgaan met de grote hoeveelheid informatie op sociale media, welke informatie is echt van belang en wat kunnen we ermee? En waarom is dat zo?**

## 1.2 VERANDERING VAN DENKEN NODIG

Toen er nog geen sociale media waren, waren het met name persvoorlichters die met burgers communiceerden. De boodschap was goed doordacht en de tekst was minutieus voorbereid. Stukken die naar buiten gingen waren door minimaal vier ogen gezien. Men nam de tijd om te voorkomen dat er een verkeerde boodschap in de pers verscheen. Dat is nu wel anders. Nog tijdens of vrijwel direct na een incident sturen de gebruikers van sociale media berichten en beelden over deze gebeurtenis de wereld in. Toegesnelde journalisten twitteren de eerste nieuwsberichten. Wanneer de overheid haar rigide, traditionele werkwijze blijft hanteren zal ze uiteindelijk een van de laatsten zijn die over datzelfde incident communiceert. Dat kan zeer negatieve consequenties hebben. Burgers kunnen de indruk krijgen dat de overheid geen informatie heeft, niks doet, of misschien juist wel een mening heeft maar deze niet wil delen. Voor je het weet wemelt het van de geruchten over 'wat er gebeurd is' die vanzelf een eigen leven gaan leiden. Er ontstaat al snel het beeld van een overheid die niet meer bij de tijd is.

De 'oude' manier van communiceren past dus niet meer bij de huidige tijd (zie ook *Als het op communiceren aankomt: Crisiscommunicatie voor (loco)burgemeesters*).<sup>2</sup> Maar hoe moet het dan wel? De overheid moet een manier vinden om aan te sluiten bij de dynamiek die is ontstaan door de opkomst van de sociale media. Ook de verwachtingen van burgers zijn veranderd. De overheid zal daarom sterker moeten inspelen op de mindset en de informatiebehoefte van de ontvangende partij, de burger. De overheid zal zichzelf – en haar boodschap – minder centraal moeten stellen. **Dit betekent een verschuiving in denken van 'wat**

---

2 <http://burgemeesters.nl/files/File/Crisisbeheersing/docs/Crisiscommunicatie.pdf>.

wil ik wanneer vertellen?' naar 'wat wil de burger weten en hoe kan ik die het best bereiken?' Het moet dus anders: de communicatieprocessen moeten sneller en flexibeler.

### 1.3 DE KRACHT VAN NETWERKEN

Sociale media creëren een online sociaal netwerk van mensen, zoals netwerken van vrienden (Hyves, Facebook), connecties (LinkedIn), of volgers (Twitter) en fans (likers in Facebook). De individuen in zo'n netwerk hebben onderling een persoonlijke of zakelijke relatie, of ze maken onderdeel uit van een overkoepelende community. Zo'n netwerk wordt ook wel een **actornetwerk** genoemd.

Sociale media creëren ook een netwerk van samenhangende onderwerpen, zoals de trending topic, een actueel online veelbesproken onderwerp, dat in combinatie wordt gebruikt met andere termen. Individuen bespreken of reageren op dit onderwerp zonder elkaar als (persoonlijk of zakelijk) contact te beschouwen. Op deze manier bieden sociale media de mogelijkheid om met (volstrekt) onbekenden een enorme impact te ontwikkelen. Dit noemen we een **contentnetwerk**.

Beide typen netwerken zijn interessant voor veiligheidsorganisaties. Inzicht in een bepaald actornetwerk kan bij opsporing en handhaving interessante informatie opleveren over wie met wie gerelateerd is, bijvoorbeeld bij het oprollen van daderbendes en het blootleggen van witwaspatronen. Inzicht in een contentnetwerk laat zien welke mensen zich interesseren voor een bepaald onderwerp en hoeveel dat er dan zijn. Als het bijvoorbeeld gaat om demonstraties is het zinvol om te zien hoeveel mensen zich hierin interesseren en dus mogelijk de straat opgaan om zich ergens te verzamelen. Niet onbelangrijk voor de bepaling van de benodigde inzet van politie. Ook voor informatie over een incident of crisis kan een contentnetwerk waardevol zijn.



## 1.4 MODEL VOOR STRUCTURELE BENADERING

Om de mogelijkheden van sociale media in kaart te brengen is een theoretisch raamwerk ontwikkeld (figuur 1). Sociale media bieden de mogelijkheid inzicht te krijgen in wat er leeft in de samenleving door te kijken, maar ze kunnen ook worden gebruikt om informatie in de samenleving te verspreiden (zenden), zonder dat men reacties verwacht (via sociale media). Overheidsdiensten kunnen daarnaast vragen stellen aan burgers, waarbij men dus wel reacties verwacht. Bovendien maken de real-time communicatiemogelijkheden van sociale media het mogelijk te interacteren met burgers, en te werken aan een duurzame dialoog of multiloog. Deze mogelijkheden komen voort uit de sterkten en kansen die sociale media bieden. Het is immers goedkoop, laagdrempelig en real-time. In de onderstaande figuur zijn vier kwadranten zichtbaar.



**FIGUUR 1**

Theoretisch raamwerk met de vier mogelijkheden van sociale media voor veiligheidsdiensten.

De vier verschillende acties uit het raamwerk zijn losse elementen.  
Er is geen vaste structuur of volgorde bij de inzet van die acties:



Kijken

Wat zetten burgers op internet, zonder dat een vraag is gesteld vanuit het veiligheidsdomein? Wat leeft er onder burgers (contentnetwerk)? En wie maakt er allemaal deel uit van het sociale netwerk van die burgers (actornetwerk)?



Zenden

De overheid stuurt informatie, maar verwacht niet per se een antwoord. Burgers worden geïnformeerd. Aan hen wordt alleen gevraagd om een actie wel of juist niet te ondernemen. Bijvoorbeeld: "Sluit de ramen en deuren van uw huis in verband met een grote brand".



Vragen

De veiligheidsorganisatie stelt een vraag aan burgers. Initiatief en vraag komen dus vanuit de overheid. Zoals een AMBER Alert: "Vermist: Jan de Bruin: 14 jaar uit #Den Haag. Blond haar, zwarte jas, witte schoenen. Vermist sinds 26-10-2011. Voor de foto zie: <http://amberalert.nl>. Heeft u informatie? Twitter: #vermist@ JandeBruin, Bel 0800-6070".



Interacteren

Een burger of veiligheidsorganisatie stelt een vraag met als doel een dialoog of multiloog te starten. Het gaat hier dus niet om een eenmalig antwoord. Bijvoorbeeld een tweet van @noniem: "@politieaa Waarom zo veel politie op de #Dam in #Amsterdam?" en de reactie "@noniem, er is niets aan de hand. Diensten ter plekke omdat vanmiddag een #demonstratie wordt verwacht in #Amsterdam". Hierna kunnen burgers dus weer reageren (dialoog), of meerdere mensen kunnen dat doen (multiloog).

In dit boekje gebruiken we de vier kwadranten uit dit raamwerk om de huidige en toekomstige mogelijkheden van sociale media voor de openbare orde en veiligheid te beschrijven. Hierbij richten we ons op de volgende domeinen:

**Handhaving:** Met handhaving bedoelen we het optreden tegen een persoon (of personen) die de regels overtreedt of de intentie uit om deze te overtreden. Handhaving is een vorm van gedragsregulering. Het gaat om maatregelen die de overheid neemt om het gedrag van burgers in overeenstemming te brengen met regels en wetten. Handhaving is ook heterdaadkracht. Van heterdaad is sprake wanneer een aanhouding tijdens of direct na een overtreding plaatsvindt.

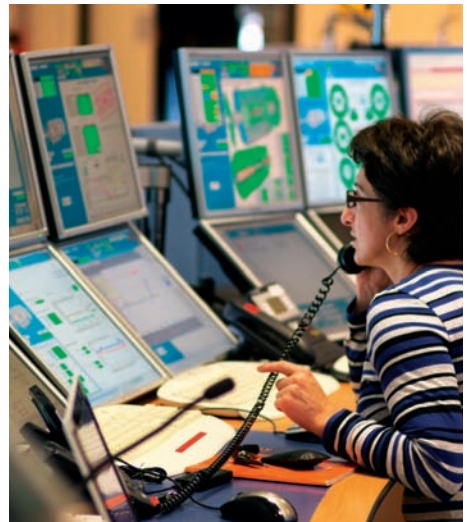
**Opsporing:** Opsporing is gericht op de strafrechtelijke afwikkeling van strafbare feiten. Concreet gezegd: opsporing is gericht op het vinden van (een) verdachte(n), dan wel het

vaststellen dat (g)een strafbaar feit is gepleegd. Anders dan handhaving is opsporing een justitiële taak.<sup>3</sup>

**Crisisbeheersing:** Alle (voorzorgs)maatregelen die gemeenten en veiligheidsregio's treffen ter voorkoming en bestrijding van een crisis, inclusief nazorg, zoals geneeskundige en psychische hulp. De zwaarte van een crisis wordt gedefinieerd door een GRIP-code.<sup>4</sup> GRIP 5 is de zwaarste gradatie. Deze publicatie heeft betrekking op elke GRIP-gradatie.<sup>5</sup>

In het volgende hoofdstuk staan we – uitgaand van de vier kwadranten – kort stil bij het huidige gebruik van sociale media door veiligheidsorganisaties. Voor ieder kwadrant worden voorbeelden gegeven hoe sociale media op dit moment worden ingezet bij handhaving, opsporing en crisisbeheersing. In dit boekje is gekozen voor beknopte beschrijvingen, omdat er al veel publicaties zijn over de manier waarop sociale media op dit moment worden gebruikt.

In hoofdstuk 3 leggen we vervolgens tien dilemma's voor, die een belangrijke rol spelen bij de (on)mogelijkheden om sociale media effectief in te zetten in de veiligheidssector. Hoofdstuk 4 gaat in op de technologische en sociale innovaties die van invloed zijn op mogelijke toekomstige ontwikkelingen. Hoofdstuk 5 schetst een aantal denkbare toekomstbeelden van de inzet van sociale media in de veiligheidssector. Hierin wordt duidelijk hoe de voordelen van sociale media het best kunnen worden benut, en hoe we de bedreigingen kunnen beperken. Ten slotte staat in hoofdstuk 6 de vraag centraal welke stappen we moeten zetten om sociale media effectief en efficiënt in te zetten voor de openbare orde en veiligheid.



3 [www.infomil.nl](http://www.infomil.nl).

4 Gecoördineerde Regionale Incidentbestrijdings Procedure - [http://nl.wikipedia.org/wiki/Geco%C3%B6rdineerde\\_Regionale\\_Incidentbestrijdings\\_Procedure](http://nl.wikipedia.org/wiki/Geco%C3%B6rdineerde_Regionale_Incidentbestrijdings_Procedure).

5 [Crisisbeheersingnederland.nl](http://Crisisbeheersingnederland.nl).





# 2 GEBRUIK VAN SOCIALE MEDIA IN 2011

Er zijn bij veiligheidsorganisaties heel veel initiatieven om sociale media in te zetten. Vaak gaat het dan om experimenten om informatie te vergaren en te verzenden met behulp van sociale media. Recente overzichten<sup>6</sup> laten precies zien welk politiekorps gebruikmaakt van welke sociale media. Ook zijn er talloze artikelen, blogs en discussiefora over de toepassingsmogelijkheden van sociale media in de huidige praktijk.<sup>7</sup> De volgende paragrafen laten – aan de hand van de vier kwadranten – zien hoe sociale media op dit moment worden benut. Bij ieder kwadrant zijn voorbeelden opgenomen van het gebruik van sociale media in de domeinen handhaving, opsporing en crisisbeheersing.



## 2.1 KIJKEN: ER IS ZO VEEL TE ZIEN, MAAR VINDEN WE HET OOK?

Op sociale media zijn enorme hoeveelheden informatie te vinden.

Burgers zetten allerlei observaties en gebeurtenissen, maar ook hun kennis op sociale media. Zo nu en dan wordt er op sociale media zelfs een 112-melding gedaan. Bedreigingen op internet komen vrij veel voor<sup>8</sup> en er worden regelmatig scholieren van hun bed gelicht omdat ze via sociale media bedreigingen hebben geuit. Dergelijke bedreigingen worden vaak door burgers aan de veiligheidsorganisaties gemeld. Gelukkig maar, want het detecteren van een enkel relevant bericht op basis van inhoudelijke kenmerken is tot nu toe zeer moeilijk. Makkelijker is het om te achterhalen wat er onder burgers leeft met behulp van een trending topic, of om de algemene heersende opinie te achterhalen door te kijken (activiteit van

6 TNO rapport: "Resultaten enquête 'Het monitoren en toepassen van social media ten behoeve van handhaving en opsporing'"

7 Zie bijvoorbeeld Politie 2.0, maar ook de publicatie van de Politieacademie Een eerste verkenning naar sociale media.

8 [www.doodsbedreigingen.nl](http://www.doodsbedreigingen.nl).

slacktivisten).<sup>9</sup> Criminelen weten de sociale media al heel handig toe te passen. Het is zelfs al voorgekomen dat criminelen via een oproep op de sociale media aan bouwvakkers een misdrijf konden plegen. Ze recruteerden de bouwvakkers onder valse voorwendselen en vroegen of ze in voorgeschreven kleding op een bepaalde tijd en plaats aanwezig konden zijn om een wegafzetting te regelen. Op de afgesproken plaats en tijd overvielen de criminelen een geldwagen. Ze droegen dezelfde kleding als de voorgeschreven kleding, zodat de onschuldige bouwvakkers een perfecte dekmantel vormden. Dit had misschien voorkomen kunnen worden wanneer de koppeling was gelegd tussen die oproep en geplande bouwwerkzaamheden. Verder zijn ook al meerdere vechtpartijen aangekondigd op de sociale media. De detectie van een enkelvoudig bericht en de beeldvorming op basis van een groot aantal berichten zijn gericht op het contentnetwerk. Maar het monitoren en analyseren van het actornetwerk is minstens zo relevant. Het is eenvoudig om te achterhalen wie met wie online in contact staat, tot welke community iemand behoort en wie daarin het meest invloedrijk is.



**FIGUUR 2**  
Met behulp van Twincident kunnen berichten van ooggetuigen getraceerd worden door hun geo-locatie. Foto's en berichten kunnen zo een goede indicatie geven van de situatie.

| HANDHAVING  | OPSPORING  | CRISISBEHEERSING  |
|---|--|---|
| <p>Op Twitter alleen al staan dagelijks tientallen doodsbedreigingen. De ernst van de berichten is lastig in te schatten. Het is voor de politie een groot probleem om te bepalen hoe ernstig die bedreigingen moeten worden genomen.</p> | <p><b>Een digitale speurneus? – het Internet Recherche Netwerk (IRN)</b><br/>“Internetsurveillanten kunnen met het IRN veilig en voorzien van de nieuwste technische mogelijkheden het web gebruiken voor opsporing en onderzoek. Het IRN biedt ook mogelijkheden tot interne samenwerking en verzorgt de vastlegging van het internetverkeer, zodat het geschikt is voor bewijsvoering in strafzaken. Het gebruik van open bronnen op internet heeft reeds een grote bijdrage geleverd aan het oplossen van zaken.”<sup>9</sup></p> | <p><b>Unwiseness of the crowd</b><br/>Tijdens een brand in de gemeente Valkenswaard werd Twitter voor het eerst ingezet in reactie op de vele berichten op dit medium over die brand. Er deed een gerucht de ronde dat er een brandweerman was overleden, en dat zorgde voor veel commotie. Bij de veiligheidsorganisaties was niet direct bekend of het gerucht klopte. Toen een half uur later bleek dat het incorrect was kon het gerucht snel worden ontkracht.</p> |

<sup>9</sup> Activisme door minimale digitale inzet: lazy activism.



## 2.2 ZENDEN: STEEDS GROTERE DOELGROEP PLAATS- EN TIJDSONAFHANKELIJK BEREIKEN

De traditionele manier om informatie bij burgers te krijgen is via broadcastmedia als radio en televisie, kranten en websites van gemeenten. Deze worden bijvoorbeeld ingezet op het moment van een persconferentie naar aanleiding van een incident. Wanneer burgers moeten worden gealarmeerd bestaat ook de mogelijkheid om het luchtalarm in te zetten. Voor minder urgente zaken gebruikt de overheid ook wel aanplakborden, folders en advertenties in dag- en weekbladen. Deze laatste media worden bijvoorbeeld gebruikt om campagnes te ondersteunen, zoals de campagne Denk vooruit.

| HANDHAVING  | OPSPORING  | CRISISBEHEERSING   |
|---|--|--|
| <p><b>#Geen paniek</b></p> <p>Tijdens het evenement Bommen Berend (Groningen ontzet) ontstond in de menigte op de grote markt via social media een enorme activiteit toen de stroom uitviel tijdens het vuurwerkfestijn. Op dat moment was het ineens stil, terwijl zich twee ambulances door de menigte worstelden. De gemeente en politie konden het rumoer beïnvloeden door o.a. berichten op sociale media te plaatsen waarin ze meldden dat de stroom was uitgevallen en dat de ambulances hier niets mee te maken hadden.</p> | <p>Om burgers op de hoogte te houden van hun werkzaamheden heeft het Openbaar Ministerie een Twitter account geopend. Hiermee spelen zij in op de behoefte van burgers. Zij Twitteren onder andere de voortgang van strafzaken en aantallen arrestaties bij evenementen.</p> | <p><b>Gericht tegen gerucht</b></p> <p>Al vrij snel na de ramp in Alphen aan den Rijn, waar een schutter in winkelcentrum de Ridderhof meerdere mensen neerschoot, werden er onjuiste berichten via Twitter verspreid. Zijn naam was vrij snel bekend, maar hij bleek een dubbelganger te hebben, waardoor verwarring omtrent de daadwerkelijke dader ontstond. Daarnaast deed het gerucht de ronde dat hij ook zijn moeder had neergeschoten. Beide geruchten konden door een bericht van de veiligheidsorganisaties snel worden ontkracht.</p> |

De huidige penetratiegraad<sup>10</sup> van sociale media in Nederland laat zien dat een groot aantal burgers potentieel via deze nieuwe media te bereiken is. Sommige groepen – bijvoorbeeld jongeren of doven – zijn via de sociale media waarschijnlijk beter te bereiken dan via de traditionele communicatiekanalen zoals radio en televisie. Veel organisaties maken nu al gebruik van sociale media om hun zichtbaarheid en de gewenste invloed te vergroten, bijvoorbeeld bij een evenement of een overval. Van brandweer en politie tot waterschappen, overall experimenteert men al met Twitter en andere sociale media om burgers voor te lichten en in te spelen op actualiteiten wanneer dit nodig is. Op die manier proberen deze organisaties zendkanalen via sociale media op te bouwen en hierin ervaring op te doen, zodat

<sup>10</sup> [http://www.comscore.com/Press\\_Events/Press\\_Releases/2011/4/The\\_Netherlands\\_Ranks\\_number\\_one\\_Worldwide\\_in\\_Penetration\\_for\\_Twitter\\_and\\_Linkedin](http://www.comscore.com/Press_Events/Press_Releases/2011/4/The_Netherlands_Ranks_number_one_Worldwide_in_Penetration_for_Twitter_and_Linkedin).

deze in tijd van nood kunnen worden benut. Dit gebeurt in de praktijk zowel op individueel niveau (burgemeesters, wijkagenten) als op organisatieniveau (officiële organisatieaccounts die meestal door de communicatieafdeling worden gebruikt).



### 2.3 VRAGEN: GOEDKOOP, EFFICIËNT EN LAAGDREMPELIG

Naast kijken kunnen burgers en bedrijven ook actief worden bevraagd. User-generated content – informatie gegenereerd door burgers en andere belanghebbenden zoals bedrijven – levert veel actuele informatie op. Het stellen van vragen aan burgers is voor veiligheidsorganisaties niet nieuw. Het tv-programma Opsporing verzocht bood meer dan 25 jaar geleden al de mogelijkheid een groot publiek te bereiken. Deze formele communicatie verliep op een klassieke manier via professionele mediapartners en hiervoor opgeleide veiligheidsmedewerkers. Sociale media bieden in potentie echter een direct en laagdrempelig massacommunicatiekanaal voor alle medewerkers in het veiligheidsdomein. **Het stellen van vragen aan de massa via sociale media is goedkoop, efficiënt en laagdrempelig.** Voor reacties op deze vragen gelden dezelfde voordelen: goedkoop, gemakkelijk en laagdrempelig voor iedereen die denkt te kunnen bijdragen, onafhankelijk van plaats en tijd. Sinds kort wordt ook YouTube door de politie ingezet om burgers vragen te stellen. De populariteit van YouTube is ongekend. Het bevat nu al meer beeldmateriaal dan in de afgelopen halve eeuw aan tv is geproduceerd. Ook andere nieuwe media laten een explosie van vragen en antwoorden zien. Op Twitter worden elke seconde meer dan 100.000 tweets verzonden. De verwachting is dat communicatie via sociale media de komende jaren exponentieel zal blijven stijgen. Door de massale adoptie en lage gebruikerskosten maken sociale media het mogelijk efficiënt gebruik te maken van de wijsheid van de massa.



| HANDHAVING   | OPSPORING  | CRISISBEHEERSING  |
|--|--|---|
| Op een ochtend rond 09.45 uur zaten twee mannen op een terras in Den Haag. Zoiets klinkt toch niet verdacht? Eén getuige vond van wel en maakte stiekem een foto van de twee op het terras. Deze foto werd mede gebruikt bij de opsporing van de daders van een overval op een juwelier. <sup>11</sup> | <b>Sociale media belangrijker dan televisie?</b><br>Vorig jaar werd er in Eindhoven een meisje aangerand. Van de aander waren camerabeelden. Toen die werden uitgezonden op het opsporingsprogramma van Omroep Brabant leverde dat tien tips op. Toen dezelfde beelden werden verspreid via Twitter kwamen er drie keer zo veel tips binnen. <sup>12</sup> | In Nederland worden sociale media nog niet ingezet om vragen te stellen aan burgers, om zo een betere situatieschets te kunnen maken. Internationaal wordt deze mogelijkheid al wel gebruikt. De website <a href="http://www.usahidi.com">www.usahidi.com</a> is een initiatief om deze mogelijkheid uit te putten. Tijdens crises komt er altijd zeer veel informatie van burgers op de site binnen. |



## 2.4 INTERACTEREN: BURGERS PARTICIPATIE KRIJGT EEN NIEUWE IMPULS

Naast de mogelijkheid vragen te stellen aan de massa bieden sociale media de kans op een dialoog of multiloog.<sup>13</sup> Wanneer veiligheidsorganisaties een vraag stellen aan burgers kunnen deze direct reageren. Gebeurt dit in een open en transparante setting, dan wordt een dialoog mogelijk waarop iedereen kan aanhaken. Voor de opkomst van de sociale media werden ook dialogen aangegaan met burgers, bijvoorbeeld op buurtbijeenkomsten. Sociale media geven echter uitzicht op een interactie op grote schaal, met meerdere mensen tegelijk, plaats- en tijdonafhankelijk en tegen lage kosten. Het verkleint zelfs de kans op miscommunicatie, omdat een boodschap niet hoeft te worden naverteld tussen de diverse schakels. Ook kan maximaal gebruik worden gemaakt van de ogen, oren en kennis van de massa.

Sociale media brengen niet alleen burgers en organisaties met elkaar in contact, maar ook burgers onderling. **Burgers helpen elkaar en zijn zelfredzamer dan voorheen, ook zonder tussenkomst van veiligheidsorganisaties.** Deze ontwikkeling laat zien dat burgers zich – los van wat veiligheidsorganisaties met sociale media doen – verenigen dankzij deze media. Hier kunnen overheidsdiensten gebruik van maken. Een klassiek voorbeeld van zelfredzamere burgers zijn de buurtvaders die vrijwillig surveilleren in de buurt.<sup>14</sup> Een 2.0-voorbeeld van zelforganisatie is de liftdeck, Twitteraars die gezamenlijk vervoer organiseerden toen de treinen rond Utrecht niet reden door een brand in de verkeersleidingspost. Ook het incident met grote wateroverlast bij het jaarlijkse Pukkelpop in België liet zelfredzaamheid van bur-

11 <http://www.nederlandveilig.nl/pakdeovervaller/opgeloste-zaken/>.

12 [http://criminaliteitswijzer.ning.com/group/twitter/forum/topics/twitter-belangrijker?xg\\_source=activity](http://criminaliteitswijzer.ning.com/group/twitter/forum/topics/twitter-belangrijker?xg_source=activity).

13 Dialoog met meer dan twee deelnemers.

14 <http://www.buurtvaders-lelystad.nl/sitemanager.asp?pid=11>.

gers zien. Een ander voorbeeld van zelforganisatie is spotcrime, waar burgers delicten geografisch plotten om bedreigingen in de buurt aan te kaarten.

Het massaal communiceren tussen burgers onderling, en tussen burgers en medewerkers van veiligheidsorganisaties is nieuw. De onvolwassenheid blijkt bijvoorbeeld uit (onbedoelde) bedreigingen op Twitter, die serieus (moeten) worden opgepakt door de politie.<sup>15</sup>

| HANDHAVING  | OPSPORING  | CRISISBEHEERSING   |
|---|--|--|
| <p><b>Burger houdt de wacht</b></p> <p>Veiligheidsregio Utrecht heeft een app laten ontwikkelen gericht op honden-uitlaters. Omdat zij regelmatig een rondje door de buurt lopen kennen zij de buurt goed. Niet alleen onregelmatigheden, maar ook onderhoudsactiviteiten in de buurt die tot onveilige situaties kunnen leiden worden gemeld.</p> <p><b>Lovend @ alertheid</b></p> <p>Een ouder die zijn kind naar school had gebracht twitterde dat het schoolplein gevaarlijk glad was door de sneeuw. Hierop reageerde een agent door zout te laten strooien. De waardering voor deze online alertheid en deze actie was groot.</p> | <p>Een voortdurend probleem bij opsporing is het gebrek aan capaciteit bij de politie. Veel 'plank-zaken' zijn het gevolg (jaarlijks meer dan 150.000).<sup>16</sup> Bij het politiekorps Groningen loopt een experiment waarbij burgers wordt gevraagd mee te denken over scenario's van een moordzaak.<sup>17</sup> Hiermee wordt de kans op tunnelvisie verkleind en bovendien wordt een deel van het politiewerk uitbesteed.</p> | <p><b>Negeren is non-regeren</b></p> <p>Tijdens de brand bij Moerdijk werden (verontrustende) berichten op sociale media genegeerd, zodat op deze kanalen grote onrust ontstond. De betrokken veiligheidsorganisaties zijn later in de media en door de politiek gestraft voor het niet (tijdig) verschaffen van correcte informatie over de situatie, juist naar aanleiding van de onbetrouwbare berichten op sociale media.</p> <p><b>OK @ VT</b></p> <p>Slechts twee uur na het schietincident van Virginia Tech startten de studenten een Facebook-groep genaamd "I am OK at VT" en binnen 24 uur waren alle vermisten terecht. Autoriteiten hadden hier via klassieke methoden een stuk langer over gedaan.</p> |

15 [http://www.spitsnieuws.nl/archives/crime/2011/04/politie\\_druk\\_met\\_potentiele\\_co.html](http://www.spitsnieuws.nl/archives/crime/2011/04/politie_druk_met_potentiele_co.html).

16 <http://binnenland.nieuws.nl/598717>.

17 <http://www.politie.nl/Groningen/Opsporing/Dossiers/onderzoekzuiderdiep.asp>









# 3 DILEMMA'S

Veel veiligheidsorganisaties experimenteren met het gebruik van sociale media ter ondersteuning van hun primaire proces. Het gaat dan vooral om jonge, nieuwsgierige of computervaardige medewerkers vanuit alle lagen van de organisatie die actief zijn op sociale media en daar ervaring mee opdoen. Hierbij lopen zij regelmatig tegen dilemma's aan. Doordat de burgers en de veiligheidsorganisaties massaal op de sociale media actief zijn ontstaan nieuwe uitdagingen en dilemma's. De belangrijkste dilemma's bij het gebruik van sociale media in de veiligheidssector zijn hieronder opgesomd. Deze dilemma's vormen tegelijkertijd een belangrijk aanknopingspunt voor innovatie. **Het is de kunst om innovaties te bedenken die de dilemma's verkleinen of oplossen.** Bij elk dilemma worden vragen gesteld die tot nader onderzoek kunnen leiden.

## 1 ETHISCHE CODE OF DE CODE VAN DE WET?

Wet- en regelgeving lopen achter, jurisprudentie is schaars en ethische grenzen zijn vaag en veranderlijk. De gevolgen van sociale media voor individuen, organisaties en maatschappij zijn moeilijk te overzien. Privacy is natuurlijk een heet hangijzer, maar zelfrecht is dat bijvoorbeeld ook. Burgers hebben dankzij het web meer middelen en informatie ter beschikking om allerlei zaken zelf uit te zoeken en actie te ondernemen. Niet zo lang geleden besloot de overheid dat ondernemers hun bewakingscamerabeelden niet op internet mogen verspreiden. Dit riep echter ook onvrede op onder burgers. De vraag is daarom in hoeverre de huidige ethische code en wet- en regelgeving ook gelden in de virtuele wereld. Gelden daar andere normen en waarden en moeten we de wet in het virtuele domein anders interpreteren? En als je normen en waarden wilt handhaven, hoe ga je dan om met overtreders, zeker als het om serieuze overtredingen gaat? De kans bestaat name-

### › HET SLIJTERIJMEISJE

Petra de Boevere, in de sociale media beter bekend als Slijterijmeisje, zette haar volgers in om een man die te grof was in zijn tweets aan te pakken. Omdat de identiteit van de man in kwestie bekend werd, kwam zijn baan op het spel te staan, mede omdat zijn werkgever hierdoor directe imagoschade opliep.

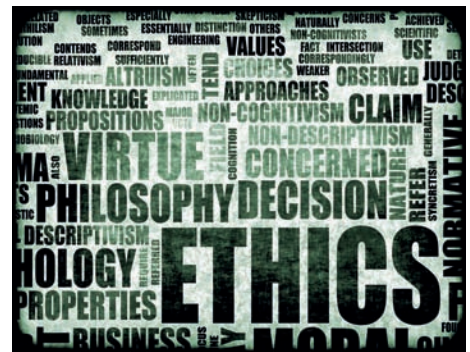
lijk ook dat een bericht door iemand anders of vanuit een anoniem profiel is geplaatst. En hoe sterk is of wordt het zelfreinigend vermogen vanuit de moraal van de massa? Het Slijterijmeisje laat zien dat met een groep volgers op sociale media veel druk kan worden uitgeoefend, met mogelijk grote gevolgen voor een individu of organisatie.

## 2 VRIJHEID, BLIJHEID OF BEPERKING EN BEKNOTTING?

De algemene maatschappelijke mening is dat criminelen in hun doen en laten zo veel mogelijk moeten worden beperkt, offline en online. Criminelen en terroristen mogen in de gaten gehouden worden, dat is immers goed voor de maatschappelijke veiligheid. Maar waar ligt de grens? Is het toegestaan het digitale gedrag van veelplegers en andere risicogroepen te monitoren? En wanneer is iemand een veelpleger, of behoort tot een risicogroep waar ligt de grens en wie bepaalt dat eigenlijk? Mag de politie alle internetcommunicatie doorzoeken, verdachte conversaties of gedrag nader onderzoeken of zelfs vastleggen? En hoe moeten veiligheidsorganisaties reageren op een tiener die (doods)bedreigingen<sup>18</sup> via sociale media de wereld instuurt? Tot waar vormen sociale media een omgeving waarin mensen vrij, blij en zonder gevolgen kunnen communiceren, zoals in een huiskamer of kroeg ook gedooft wordt, en op welk punt mogen of moeten veiligheidsorganisaties ingrijpen?

## 3 FEITEN OF FICTIE

Vanuit een klassiek perspectief is iets pas een feit als professionals ter plaatse zijn en dit hebben vastgesteld. Burgers worden niet zomaar vertrouwd als het gaat om het creëren van een vroegtijdig situationeel beeld of bij duiding. Maar wat als honderd mensen hetzelfde zeggen en het beeldmateriaal aantoont dat ze gelijk hebben? Aan de andere kant: het is lastig om informatie via sociale media te verifiëren en dan ligt (bewuste of onbewuste) misleiding op de loer. De sociale media zijn van iedereen en niemand tegelijk. Iemand die onwaarheden verspreidt, kun je niet de mond snoeren en iemand die de waarheid spreekt kun je niet zo herkennen, of zonder meer een podium geven. Aankondigingen van een zelfmoord en (copycat)dreigementen zijn voorbeelden van



18 [www.doodsbedreigingen.nl](http://www.doodsbedreigingen.nl).

berichten op sociale media die moeilijk op waarde te schatten zijn. Is het een roep om aandacht, straattaal, een grap of moet het serieus worden opgepakt?

#### 4 SOCIALE MEDIA WORDEN OVERSCHAT EN ONDERSCHAT

De toegevoegde waarde van sociale media is onduidelijk, waardoor veel organisaties voorlopig geen risico willen lopen. Zeker niet in het huidige klimaat van bezuinigingen en organisatieveranderingen. Staan de kosten in verhouding tot de baten? Gaat het inbedden van sociale media veel tijd en geld kosten, omdat burgers op sociale media 24/7 actief zijn? Of gaat het juist tijd en geld besparen, omdat burgers (kosteloos) meewerken en zo extra ogen en oren bieden? Burgers willen zien dat de politie actief is, maar valt online zichtbaarheid hier ook onder? Wordt het geaccepteerd dat agenten een uurtje per dag virtueel dienst draaien of moeten zij hun tijd besteden aan het vangen van boeven in de echte wereld? Gaan sociale media en (digitale) interactie met burgers en bedrijfsleven alles veranderen of is het een hype die wel overwaait? Hierbij worden niet alleen de kansen, maar ook de risico's tegelijkertijd onder- en overschat. Waar onderschaters van risico's fouten maken die veel negatieve impact kunnen veroorzaken, leidt overschatting van risico's tot verlamming. Het gevolg is dat mensen sociale media mijden. Onderschaters en overschaters staan verandering in de weg. Het voorbeeld van Gerda Dijkman laat zien hoe groot de gevolgen van een enkele tweet kunnen zijn. Anderzijds vaardigde brandweercommandant Gerrit Spruit zelfs een verbod uit op het gebruik van Twitter door zijn mannen onder werktijd.

##### › MOGELIJKE NEGATIEVE GEVOLGEN

In een tweet sprak Gerda Dijkman haar achteraf onterechte vermoeden van huiselijk geweld uit. Deze vroegtijdige conclusie kreeg veel (media-) aandacht, en kostte Dijkman uiteindelijk haar baan.

Een brandweerman plaatste foto's van een dodelijk ongeval op internet. Hierdoor ontstond onvrede onder burgers. Commandant Spruit besloot hierop het gebruik van sociale media tijdens werktijd te verbieden.

#### 5 REGIE VERSUS DE MACHT VAN DE MASSA

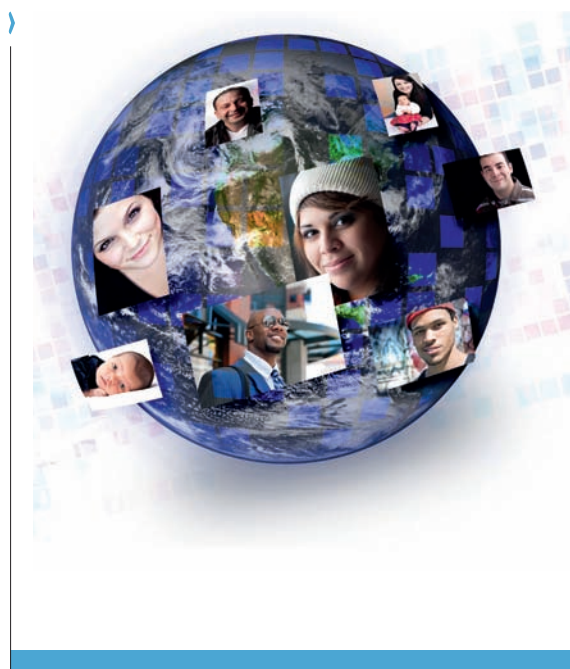
Burgers kunnen personen, organisaties en zelfs hele regimes tot de grond toe afbreken. De opstanden in Londen, Libië en Egypte zijn recente voorbeelden van de macht van de massa. Maar de kracht van de massa kan deze ook tot ongekende hoogte brengen. Wat zijn de beïnvloedende factoren van deze massa's? Kun je die als overheid wel beïnvloeden en als dit kan, hoe ver mag de overheid daarin dan gaan? Andersom: kan de overheid er ook voor kiezen om zich meer te laten beïnvloeden en gebruik te maken van de massa? Worden regels beter nageleefd en straffen meer geaccepteerd als de burger deze mede vaststelt?

Het is dus belangrijk nu vast te bedenken tot waar in de beleidscyclus burgers invloed zouden moeten krijgen. En hoe succesvol is het zelforganiserende vermogen van burgers?

De tendens is dat burgers steeds meer de agenda bepalen van overheids- en dus ook van veiligheidsorganisaties. De hiërarchisch georganiseerde veiligheidsorganisaties vinden het lastig om hiermee om te gaan. Wordt er dan niet relatief te veel tijd geïnvesteerd in maatschappelijk impactvolle zaken? Ook de georganiseerde criminaliteit waar de burger ogenschijnlijk minder overlast van ondervindt moet niet uit het oog verloren worden.

## 6 VAN ORGANISEREN NAAR OPEN SFEREN

Eerder is al de centrale regierol genoemd die de overheid klassiek vervulde te midden van de decentrale machten onder burgers. Maar ook binnen de eigen organisaties is organiseren lastiger geworden. De communicatie komt niet meer vanuit één centraal punt. Dit vraagt om verandering van de manier van communiceren, terwijl de onzekerheid over wie wat communiceert toeneemt. De onbekendheid van de invloed van acties op sociale media (dilemma 3) maken dit vraagstuk er niet makkelijker op. De vastomlijnde grenzen die voorheen precies aangaven waar een organisatie begon en eindigde vervagen. Dit vraagt om herorganisatie. Een nog grotere uitdaging is dat burgers geen rolbeschrijving hebben, maar wel een belangrijke rol vervullen. Een transparante organisatie die bepaalt wie wat doet is echter lastig te realiseren. Hoe organiseer je in een open sfeer? Dit kan gemakkelijk tot dubbel werk en inconsistentie in communicatie leiden. En als iedereen meedoet, wie is er dan uiteindelijk aansprakelijk als de zaak escaleert? Bovendien is maar een beperkte invloed op sociale media mogelijk. Netwerken liggen buiten de macht van de veiligheidsorganisaties, en de meeste dienstverleners zitten niet in Nederland, waardoor andere wetgeving kan gelden.



## 7 DOMME MASSA OF WIJSHEID VAN VELEN?

Het vertrouwen in burgers is meestal niet hoog. Het zijn geen opgeleide professionals maar amateurs, ze hebben geen specialistische ervaring en zijn niet in dienst van jouw organisatie, waardoor organisaties geen hiërarchische invloed hebben. Ze denken en werken anders en houden zich meestal niet aan jouw regels. Of zijn al die actieve amateurs samen beter dan de hulp van één professional? Dat is wat James Surowiecki beweert.<sup>19</sup> Is de massa niet zo dom als we denken en kan deze met lokale en collectieve kennis en kunde veel betekenen voor handhaving, opsporing en crisisbeheersing? De term 'wisdom of the crowd' is niet uit de lucht komen vallen. Maar in hoeverre kun je bouwen op deze burgers die bij willen dragen? Wat kun je verwachten?

## 8 HAASTIG EN KORT OF ZORGVULDIG EN VOLLEDIG?

Sociale media vragen om een snelheid en intensiteit die de autoriteiten op dit moment niet kunnen opbrengen. Het dilemma hier is de keuze tussen zorgvuldige communicatie en snelle, onvolledige en potentieel incorrecte communicatie. De vorm die wacht op volledige officiële verklaringen en die een totaalbeeld wil schetsen moet ineens leren omgaan met de wervelwind aan geruchten en opinies, terwijl die tweede vorm garant staat voor een continue vragenstroom, omdat er immers maar beperkte informatie wordt gegeven. De druk van de massa die geen fouten accepteert maar wel op de hoogte wil blijven, maakt dat het een kunst op zich wordt om deze massa geïnformeerd te laten wachten. Steeds vaker wordt een evenwichtige combinatie van beide vormen gekozen. Het schietincident op het Noorse eiland Utoya en het gecrashte vliegtuig van Turkish Airlines zijn voorbeelden van snelle versus langzame informatieverstrekking.

Dan is er nog het gevaar van miscommunicatie. Waar digitale communicatie al snel tot meerdere interpretaties kan leiden, is dat risico bij een tweet van 140 karakters nog groter.

### › TURKISH AIRLINES VERSUS UTOYA

Bij de crash van het Turkish Airlines vliegtuig in februari 2009 werd onder andere op de sociale media veel gespeculeerd over het aantal slachtoffers. De overheid en Turkish Airlines deden pas uitspraak over aantallen toen zij hierover volstreekte zekerheid hadden. Onder burgers gingen geruchten dat de betrokken instanties slecht op de hoogte waren. Dit voorbeeld staat lijnrecht tegenover de schietramp die in juli 2011 te betreuren was. De Noorse autoriteiten gaven al vrij snel een indicaties van slachtofferaantallen. Deze zijn zelfs enkele dagen later nog gecorrigeerd.

19 *The wisdom of crowds*, 2005 (<http://www.amazon.com/Wisdom-Crowds-James-Surowiecki/dp/0385721706>).



trekken en andersom. Een boze burger kan op sociale media bijvoorbeeld veel informatie vinden over de privésituatie van een veiligheidsdienstmedewerker en daar bedreigingen op baseren, of erger. Voorbeelden hiervan zijn er helaas ook al.







# 4 UITDAGINGEN OP WEG NAAR 2015

De hiervoor beschreven voorbeelden laten zien dat sociale media (in experimenten) op verschillende manieren worden ingezet. Burgernet bijvoorbeeld telt al 400.000 leden, die allen met sociale media te bereiken zijn. Burgers op Burgernet geven hiermee aan dat zij bij willen dragen aan een veiligere maatschappij. Willen we sociale media in de toekomst echter effectiever gebruiken, dan kunnen we niet heen om innovatie. Innovaties die zorgen dat de dilemma's uit hoofdstuk 3 in elk geval deels worden opgelost. Die innovaties brengen bovendien de potentiële toekomstbeelden dichterbij. Deze worden in het volgende hoofdstuk beschreven.

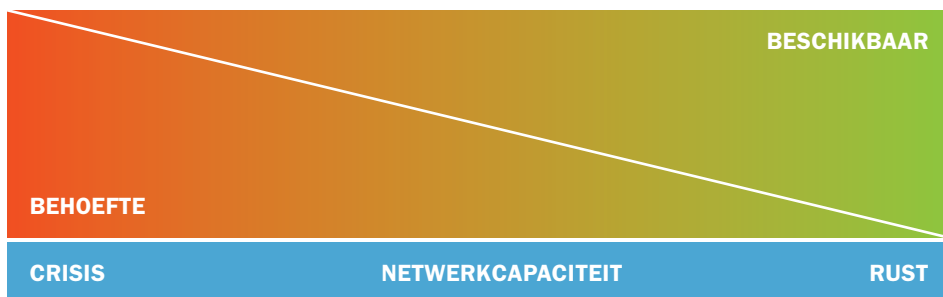
De benodigde innovatie ligt deels op technologisch gebied, maar voor een belangrijk deel gaat het ook om innovaties in de operationele processen (procesinnovatie) en in de manier waarop mensen werken en met elkaar omgaan (sociale innovatie).

In dit hoofdstuk beschrijven we een aantal technologische innovaties waar TNO op dit moment aan werkt. Ook laten we zien welke sociale en procesinnovatie nodig is om tot het gewenste resultaat te komen. Ook hieraan draagt TNO in diverse onderzoeken bij.

## 4.1 INZET VAN BURGERS EN INFORMATIE OP SOCIALE MEDIA BETER BENUTTEN

Netwerken zijn nu al belangrijk in de samenleving, maar met het groeiende gebruik van sociale media worden ze nog belangrijker. We worden steeds meer afhankelijk van het internet. Het probleem is alleen dat deze netwerken vaak vastlopen bij massaal gebruik. Maar dit zijn juist de momenten dat die netwerken het belangrijkste zijn. Tijdens crises is de behoefte aan een netwerk heel groot, maar is de ruimte op dit netwerk kleiner. De ambitie is daarom om een meer robuust netwerk te creëren. Een netwerk dat drukte aankan, zodat de inzet van de nieuwe media altijd mogelijk is.

Er is al een robuust netwerk voor veiligheidsdiensten, p2000, dat wordt ingezet in tijden van crisis. Burgers kunnen hier geen gebruik van maken. Willen de veiligheidsorganisaties gebruikmaken van de ogen en oren van burgers, dan zal er een dergelijk netwerk moeten komen waar burgers wel gebruik van kunnen maken. Een mogelijkheid is dat burgers wel informatie kunnen versturen. Misschien zelfs zonder dat zij de berichten kunnen lezen. Op die manier kan informatie dan ook anoniem naar veiligheidsorganisaties worden verstuurd.



**FIGUUR 3**

Tijdens een crisis stijgt de behoefte aan netwerkcapaciteit. Deze behoefte zal in de toekomst eerder stijgen dan afnemen. Tijdens een crisis neemt de beschikbare netwerkcapaciteit echter af.

#### 4.2 MENSEN EN TECHNOLOGIE INZETTEN OP HUN KRACHT

De technologieën om slim en automatisch op het web te zoeken zijn op dit moment grotendeels tekstgebaseerd. De komende jaren volgen multimediale toepassingen, zodat ook audio, video en ander beeldmateriaal kunnen worden geanalyseerd. Op die manier wordt het mogelijk om bijvoorbeeld personen of wapens automatisch te herkennen. Er zijn geavanceerde zoekalgoritmes nodig om relevante informatie boven water te halen (beter en anders dan de page ranking-algoritmes van Google). Door de verrijking van data ontstaan automatisch content- en actornetwerken, waardoor data aan elkaar kunnen worden gelinkt. Analisten kunnen op basis daarvan natuurlijke vragen stellen aan het systeem. Zo kunnen bijvoorbeeld foto's die niet of juist wel aan bepaalde voorwaarden voldoen, zoals een persoon op de foto van minimaal 40 jaar oud, door een filter worden tegengehouden of doorgelaten. Hiermee wordt de analyse verfijnd. Dergelijke slimme technologieën (machine intelligence) worden gecombineerd met menselijke intelligentie. Software wordt gebruiksvriendelijker en met allerhande visualisaties en interactie verrijkt, zodat de mens zijn kennis en ervaring in combinatie met de software kan inzetten om tot nieuwe inzichten te komen. Bovendien worden in de toekomst technologieën ontwikkeld die verdacht gedrag in videobeelden kunnen detecteren. Hierdoor kunnen grote hoeveelheden beeldmateriaal (real-time) worden geanalyseerd. **Door analyses real-time uit te voeren en zwakke signalen op te vangen over beramingen van een overtreding of onrust kunnen sociale media straks ook worden ingezet voor preventie.**



Meestal moeten data worden opgeschoond, waarbij irrelevante berichten worden verwijderd, zoals reclameboodschappen en html-tags. Vervolgens kan het resultaat verder worden verwerkt.

Ingelezen data kunnen vervolgens automatisch worden geanalyseerd en gecategoriseerd. Hiervoor wordt taaltechnologie<sup>21</sup> toegepast.

Meestal wordt een combinatie van technieken gebruikt om kernelementen in teksten te identificeren, te verrijken met andere informatie en doorzoekbaar te maken. Op deze manier worden gebruikers ondersteund bij het doornemen van grote hoeveelheden tekst. De keuze voor een technologie hangt dan ook primair af van de eisen en werkwijze van de beoogde gebruikers.

Een analyse van sociale media moet gebruikers in staat stellen om snel de informatie te vinden die ze nodig hebben. De gebruikersinterface is dan ook erg belangrijk. Deze moet de gewenste functionaliteit en datavisualisaties bevatten. Visualisaties zijn bijvoorbeeld:

- Plotten van informatie op kaarten
- Tagclouds
- Trendlijnen en graven

Het herkennen van digitale informatie is niets meer dan het ontdekken van relevante informatie in digitale data. Deze data kunnen bestaan uit verschillende modaliteiten, zoals audio-, beeld-, video- en tekstfragmenten, maar ook logdata van internetverkeer. In de nabije toekomst kunnen we bovendien beschikken over vergevorderde technieken voor de geautomatiseerde herkenning van (bewegende) plaatjes en achtergronden en voor matching van digitale gegevens. Deze technieken zijn noodzakelijk voor opsporings-, handhavings- en inlichtingendiensten en voor private partijen die een rol spelen in de sector Openbare Orde

### > VOORBEELDEN VAN TAALTECHNOLOGIE:

**Zoekmachinetechnologie:** ingelezen teksten doorzoekbaar maken door middel van keywords.

**Eigennamenherkenning:** herkennen van personen, locaties en producten. Deze techniek is bijvoorbeeld te gebruiken als er veel informatie over een bepaald geografisch gebied nodig is.

**Termselectie:** herkennen van de belangrijkste woorden in tekst(en).

**Automatisch samenvatten:** samenvatten van meerdere teksten.

**Clusteren:** teksten groeperen op basis van inhoud.

**Classificatie:** automatisch toekennen van vooraf gedefinieerde labels aan tekst (bijvoorbeeld over geweld of sport). Berichten worden op inhoud gecategoriseerd. Vervolgens kan per categorie een inhoudelijke analyse worden uitgevoerd.

**Sentimentanalyse:** toekennen van sentiment (positief, negatief, objectief) aan één post.

**Trendanalyse:** het volgen van onderwerpen over tijd. Een onderwerp is dan bijvoorbeeld het aantal slachtoffers. Door statistische berekeningen over de resultaten uit te voeren kan optimaal worden geprofiteerd van het wisdom of the crowd-principe.

---

21 Taaltechnologie is een verzamelnaam voor technieken uit de taalkunde, statistiek, zoekmachinetechnologie en machinaal leren. Het zijn technieken voor de analyse van natuurlijke taal.

en Veiligheid. Dat zal nodig zijn ook, want het vinden van specifieke relevante informatie op het web betekent dat er een reusachtige hoeveelheid data moet worden verwerkt die alleen maar toeneemt. Het wordt zoeken naar een speld in een hooiberg. Door in de toekomst gebruik te maken van geavanceerde monitoringstechnieken speciaal voor sociale media – zoals hiervoor beschreven – wordt het beter mogelijk om die speld ook te vinden. Goede en snelle detectie van digitale informatie is essentieel om effectief te kunnen optreden bij (mogelijke) incidenten of strafbare feiten.<sup>22</sup>

Een goede samenwerking met burgers kan alleen als zij ook informatie krijgen van veiligheidsorganisaties. Dit vraagt wel om de ontwikkeling van bronbehoudstechnologie, zodat overheidsorganisaties informatie kunnen delen met burgers zonder hierover de regie te verliezen. Deze technologie maakt het mogelijk om informatie naar de burgers te sturen – die het vervolgens weer door kunnen sturen – waarbij de controle over die informatie altijd bij de veiligheidsorganisaties blijft. Documenten zijn niet downloadbaar. Zodra het document door een veiligheidsorganisatie wordt verwijderd is het niet meer toegankelijk voor de burgers. Tot slot worden steeds meer toepassingen van augmented reality-technologie<sup>23</sup> ontwikkeld.

#### 4.4 EMANCIPATIE VAN BURGERS EN OVERHEID

Op maatschappelijk niveau zien we verschillende sociale ontwikkelingen die zich zullen versterken naarmate het gebruik van sociale media toeneemt.<sup>24</sup> De openheid en het niet-hiërarchische en decentrale karakter van online participatie zorgen voor een ongekende emancipatie van burgers. **Deze genetwerkte horizontale samenleving staat nu nog haaks op de verticaal en hiërarchisch georganiseerde rijksoverheid.** Dat maakt de aansluiting tussen burgers en overheidsorganisaties moeilijk. Er zijn dus innovaties in de organisatie van de rijksoverheid nodig om die aansluiting te vinden.

Als we kijken naar de organisaties in de OOV-sector dan zien we een noodzaak tot innovatie in de wet- en regelgeving, de werkprocessen, de werkwijze en de houding van de professionals. Hoewel interpretatie van de huidige wet- en regelgeving handvatten biedt, is niet altijd duidelijk wat veiligheidsorganisaties nu eigenlijk mogen en wat niet. De trend naar meer burgerparticipatie mag dan vrij zeker lijken, het is tegelijkertijd nog onduidelijk wat van burgers mag worden gevraagd en verwacht. Op dit moment is burgerparticipatie vrijwillig. De vraag is natuurlijk in hoeverre veiligheidsorganisaties kunnen rekenen op vrijwillige inzet, wanneer zij hun processen inrichten. Ook heel belangrijk: mogen burgers aangesproken

---

<sup>22</sup> TNO-rapport *Herkenning van Digitale Informatie*.

<sup>23</sup> [http://nl.wikipedia.org/wiki/Toegevoegde\\_realiteit](http://nl.wikipedia.org/wiki/Toegevoegde_realiteit).

<sup>24</sup> TNO-rapport *Naar een 'User Generated State'? De impact van nieuwe media voor overheid en openbaar bestuur*, Valerie Frissen e.a., 2008.

worden op onvermogen of fouten, wanneer zij zich vrijwillig inzetten? Voor de mensen in de OOV bestaat de uitdaging daarom deels uit het leren omgaan met de beschikbare middelen en het vinden van de juiste manier om de samenwerking met en participatie van burgers vorm te geven. Ook moet nieuwe technologie worden ingebed in de manier van werken. Mensen moeten zich dit ook nog eens eigen zien te maken (mens-machine-interactie). TNO en de Politieacademie doen op dit gebied onderzoek naar onder meer de effecten van het gebruik van sociale media op het besluitvormingsproces van agenten.

#### 4.5 GEDEELDE INFORMATIEPOSITIE IN DE VEILIGHEIDSKETEN

Wat betreft de processen en werkwijzen zijn nieuwe afspraken nodig binnen en tussen veiligheidsorganisaties. Anders gezegd, er is vernieuwing nodig in de manier waarop professionals elkaar informeren, men informatie uitwisselt en al dan niet gezamenlijk kijkt, vraagt, zendt en interacteert. Tot nu toe is de visie op informatiesturing dat men een informatiearchitectuur heeft ontwikkeld die de realiteit op de voet zou moeten kunnen volgen om op die manier vanuit dat overzicht te kunnen sturen. Maar wil men vollediger zijn, dan wordt het systeem vanzelf complexer. Bovendien is het – door informatie te expliciteren – onmogelijk vast te leggen wat de betekenis van een waarneming zal zijn voor betrokkenen.<sup>25</sup> Maar deze manier van informatiesturing past helemaal niet bij de snelle en beeldgestuurde informatieoverdracht die nodig is voor korte ‘feedback loops’. Willen organisaties in de OOV-sector hierop aan kunnen sluiten, dan moeten ze toe naar een aanpak die zowel lokaal als contextgedreven is. Een OOV-professional die de context kent kan de betekenis van een gebeurtenis voor anderen, voor zijn eigen organisatie of voor een bepaalde situatie juist inschatten en daar als het moet direct op reageren. Dit betekent wel dat professionals een grote mate van handelingsvrijheid moeten hebben en hierin de juiste ondersteuning krijgen.

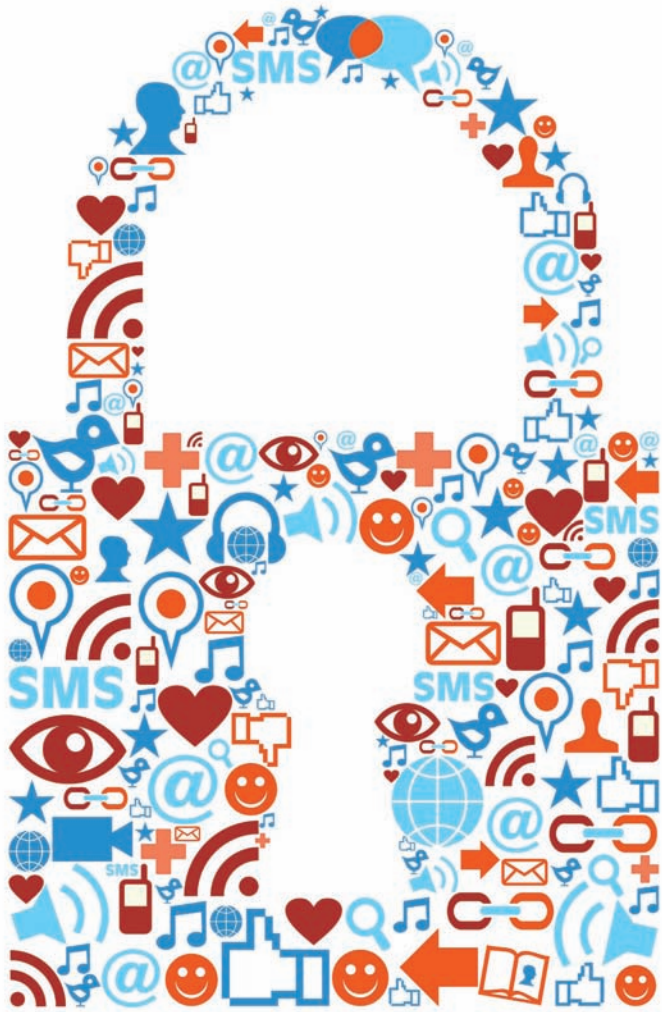
#### › UITDAGINGEN OP WEG NAAR 2015:

1. Inzet van burgers en informatie op sociale media beter benutten
2. Mensen en machines inzetten op hun kracht
3. Geautomatiseerde ondersteuning slimmer en sneller maken
4. Emancipatie van burgers en overheid
5. Gedeelde informatiepositie in de veiligheidsketen

---

<sup>25</sup> Omdat de samenleving eraan toe is, rapport in opdracht van de politiekorpsen Limburg-Noord, Groningen en Twente door stichting Sezen en Bascole bv.







# 5 DE TOEKOMST VAN SOCIALE MEDIA IN HET VEILIGHEIDSDOMEIN

Dit hoofdstuk beschrijft verschillende suggesties over de mogelijke bijdrage van sociale media in de nabije toekomst aan handhaving, opsporing en crisisbeheersing, op basis van het model uit figuur 1: kijken, zenden, vragen en interacteren. Eerst benoemen we voor elk van deze vier elementen de mogelijke ontwikkelingen om die daarna toe te spitsen op de drie domeinen handhaving, opsporing en crisisbeheersing.

## 5.1 SOCIALE MEDIA INGEBED IN DE VEILIGHEIDSSECTOR

Crisismanagers, bestuurders en communicatieprofessionals begrijpen dat ze de sociale media niet kunnen negeren. Vaak verzamelen en verspreiden ze ook al informatie via sociale media. De verwachting is dan ook dat het gebruik van informatie op sociale media binnenkort niet meer op experimentele basis en eigen initiatief plaatsvindt, maar zal zijn ingebed in de organisatieprocessen en -werkwijzen. De technologische en sociale innovaties die eerder zijn beschreven zullen de toegevoegde waarde van sociale media de komende jaren alleen maar vergroten.

Onze verwachting is dat het gebruik van sociale media binnen een aantal jaar standaard zal zijn in de veiligheidssector. De meldkamer, het crisiscentrum, de wijksurveillance, de brandweer; voor ieder onderdeel van de veiligheidssector wordt steeds beter duidelijk wat de toegevoegde waarde van sociale media kan zijn. Werkprocessen en functieomschrijvingen zijn dan afgestemd op het benutten van geanalyseerde en samengevatte informatie uit de vele data die via sociale media worden verzameld. Dit betekent ook dat vaardigheid in het gebruik van sociale media straks een functie-eis zal zijn voor veel professionals in de OOV-

sector. Iedereen heeft dan de beschikking over goede apparatuur, zoals smartphones, de juiste applicaties en een goede internetverbinding.

Om misverstanden, miscommunicatie, dubbel werk en onvindbaarheid van informatie te voorkomen, is voor de werknemers in de veiligheidssector en voor de burgers duidelijk wie welke informatie ontvangt en weer mag verspreiden, op grond van eenduidige werkprocessen en verantwoordelijkheden die door de sector zijn gedefinieerd. De burgers weten wat ze van de professionals mogen verwachten en wat hun eigen verantwoordelijkheid is.

Hoe die gecoördineerde inzet van sociale media er komt is nu nog onbekend. Sociale media (content- en actornetwerken) laten zich niet makkelijk geografisch opsplitsen in bijvoorbeeld veiligheidsregio's, laat staan over de veiligheidskolommen heen! Wel is duidelijk dat de sociale media in de veiligheidsregio's kunnen bijdragen aan de activiteiten zoals beschreven in ons model: kijken, zenden, vragen en interacteren. Kijken zal echter een veel centralere rol gaan spelen. Een continue monitoring van social media is noodzakelijk om te kunnen analyseren wat het sentiment van burgers is en of er inhoudelijk iets interessants speelt wat voor de veiligheidsector van belang is. De activiteiten zenden, vragen en interacteren worden meer gelijktijdig ingezet, waarbij continu wordt gekeken. De verhouding van de vier activiteiten is veranderd van vier kwadranten naar een model waarin kijken centraal staat. Figuur 5 geeft hier een grafische weergave van. De activiteiten zenden, vragen en interacteren worden op maat ingezet door veiligheidsprofessionals, waarbij het behoud van privacy een cruciale rol zal spelen. De overgang tussen de verschillende activiteiten zal als vanzelfsprekend zijn: vragen zal bijvoorbeeld gemakkelijk overgaan naar interacteren. Echter niet zonder de stap kijken over te slaan!



**FIGUUR 5**

Het aangepaste model laat zien dat kijken nu centraal staat. In sociale media is zo veel informatie voorhanden dat kijken altijd noodzakelijk zal blijven. Na de analyse van bepaalde informatie kan een vraag worden gesteld, informatie worden verzonden of een dialoog worden gestart (interacteren). Na deze actie wordt weer gekeken wat de respons van burgers is op de verzonden boodschap, enzovoort.

## 5.2 DE CENTRALE ROL VAN KIJKEN

Kijken is straks dus belangrijker dan ooit. Op meldkamers en grotere politiebureaus worden de sociale media continu automatisch gemonitord in zogenaamde social media listening centres.

Bij het monitoren worden tools voor datamining ingezet om berichten te helpen vinden, categoriseren en analyseren. In deze softwaretools zijn algoritmen ontwikkeld die zijn afgestemd op de taal en 'slang'<sup>26</sup> die in de sociale media worden gebruikt, en grote hoeveelheden data automatisch omzetten in geanalyseerde brokken bruikbare informatie. Deze

26 Slang refereert naar Street Language; de Engelse benaming voor '(online) straattaal'.

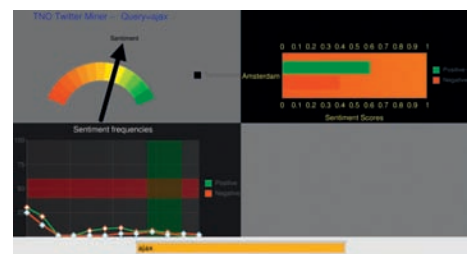
tools kunnen dus zowel de meest relevante en unieke berichten opsporen als een correcte beeldvorming creëren op basis van talloze berichten uit de sociale media. Ze zijn nu nog ontworpen om de professional te ondersteunen, maar in de wat verdere toekomst kan data-mining plaatsvinden zonder directe menselijke interventie. Zolang het analyseren van data nog niet volledig zonder mensen kan worden gedaan, worden analisten ingezet om de informatie te helpen interpreteren. Tools voor datamining van sociale media analyseren berichten op basis van ondubieuze zoektermen die grotendeels door burgers zijn vastgesteld. Bij het monitoren wordt bijvoorbeeld gekeken naar hints omtrent geplande of net gepleegde misdaden. Ook meet men het sentiment onder burgers. Het effect van het zenden van, en vragen om informatie, en interacteren met burgers wordt automatisch geanalyseerd. De resultaten worden vanwege de privacy niet opgeslagen, tenzij een analyse hiertoe aanleiding geeft. De tussenkomst van mensen is minimaal, en dat is goed voor het gevoel van privacy.

Naast non-discriminatoire permanente monitoring worden de sociale media ook specifiek geanalyseerd, zowel bij grote als bij kleine incidenten. Analyse van berichten op sociale media maakt een controletelefontje na een automatische melding (van een alarminstallatie) in veel gevallen overbodig. Mocht het voorkomen dat op de sociale media geen berichten staan die aansluiten bij een melding, dan wordt die melding opgevolgd door een controletelefontje. Zo kunnen valse, onterechte meldingen van betrouwbare meldingen worden onderscheiden. Wanneer een melding door een alarminstallatie of een burger wel terecht is, zal steeds vaker ook informatie over een gebeurtenis te vinden zijn in de sociale media.

Via statistische berekeningen op een veelvoud van berichten op sociale media kunnen situaties of incidenten in de nabije toekomst vrij nauwkeurig en snel in kaart worden gebracht (wisdom of the crowd). Bovendien zijn de gezamenlijke data in een context te plaatsen en kunnen professionals, maar ook tools met intelligente software agents, aanvullende vragen stellen. Sociale media kunnen zo helpen om snel een situatieschets te creëren, zoals schattingen van aantallen slachtoffers, mogelijk aanwezige gevaarlijke stoffen en andere risico's. Binnen het brongebied van een incident wordt gezocht naar feiten en foto's, bij voorkeur met geografische informatie. In het effectgebied daarentegen is het interessant

## > VOORBEELD SENTIMENT MINING

Bij grote manifestaties worden sociale media al ingezet om de sfeer te monitoren. Bijvoorbeeld bij voetbalwedstrijden, maar ook tijdens de rellen in Londen, Manchester, en de protesten in Libië en Egypte bood onder andere Twitter bruikbare informatie over de sfeer die heerste.



Sentiment mining op basis van de inhoud van Twitterberichten. Het sentiment van de afgelopen uren wordt gemeten.

om het sentiment te meten. Is het rustig of zijn de mensen in paniek? Kloppen geruchten of zijn ze wild?

Voor effectieve monitoring wordt een landelijke database van jargon bijgehouden en continu aangevuld. Criminelen wijzigen hun jargon immers voortdurend om in hun communicatie niet op te vallen. Door dergelijke intelligence-methodieken nationaal up-to-date te houden kan efficiënter en effectiever worden gemonitord, zowel tegen cybercrime<sup>27</sup> als tegen misdaad op straat.

Ook werkt men aan analysemodellen van verdacht gedrag om verdachte beelden uit grote hoeveelheden (bewegende) beelden te filteren. Hiermee kunnen bijvoorbeeld afbeeldingen van wapens worden onderschept. In voorkomende gevallen kan de online identiteit van gezochte individuen worden achterhaald en is het mogelijk om hun actornetwerk snel in kaart te brengen. Opgenomen beelden worden (geautomatiseerd) op waarde geschat, zodat de kans dat mensen onterecht worden nageetrokken of een bezoek van de politie krijgen zo klein mogelijk wordt.

De informatie die uit monitoren verkregen is wordt slim verspreid om informatie-overload te voorkomen. Medewerkers in de veiligheidssector ontvangen alleen die informatie die voor hen relevant is. Ook in het wagenpark van veiligheidsorganisaties zullen we rekening moeten houden met de informatie die via sociale media te vinden is. In-vehicle computers zullen naast navigatie- en intake-informatieschermen ook applicaties bevatten die de conclusies van analyses van sociale media bondig weergeven.

### 5.3 SOCIALE MEDIA ALS BELANGRIJK KANAAL VOOR ZENDEN

Het zenden van informatie via de traditionele kanalen zal voorlopig niet verdwijnen. Een belangrijke reden hiervoor is dat alle burgers de informatie moeten kunnen ontvangen en niet alleen mensen die actief zijn op sociale media. Sociale media vormen dus een toevoeging op de bestaande kanalen, geen vervanging. Onze verwachting is dat persconferenties straks standaard 'ondertwitterd' worden. Zo werken traditionele en nieuwe media hand in hand. **Een groot verschil met traditionele media is dat sociale media snel de overstap kunnen maken van zenden naar interactieve communicatie.**

De komende jaren zullen sociale media steeds vaker door veiligheidsorganisaties worden ingezet om burgers en bedrijven te informeren. In de informatieverstrekking wordt meer structuur en coördinatie aangebracht, zodat duidelijk is waar gezochte informatie beschikbaar is. Er komen afspraken waarmee kan worden bepaald wie, wanneer en in welke situatie verantwoordelijk is voor de informatieverstrekking. Bijvoorbeeld in een wijk, waar veiligheids-

---

27 Cybercrime laten we in deze publicatie verder buiten beschouwing. Er is een aparte onderzoekslijn binnen TNO op dit onderwerp actief. Via [www.tno.nl](http://www.tno.nl) en [www.cpni.nl](http://www.cpni.nl) kunt u hierover meer informatie vinden.

organisaties elkaar nu vanuit hun diverse disciplines communicatief in de weg zitten (o.a. hulpverlening, wijkagent, burgemeester). Ditzelfde geldt voor de verschillende operationele en bestuursniveaus (onder andere wijk, stad, regio, provincie, nationaal). De burger en de professional van morgen zullen betere manieren kennen om deze communicatie op de gewenste manier te ontvangen of te verzenden. Ook zijn manieren beschikbaar om informatie gepersonaliseerd (onderwerp, locatie, thema, et cetera) te ontvangen door burgers. Veiligheidsorganisaties weten straks steeds beter hoe ze precies de juiste mensen kunnen bereiken.

#### 5.4 VRAGEN AAN BURGERS INGEBED IN DE WERKWIJZE

Burgers krijgen straks de vraag om structureel mee te denken over over veiligheidsvraagstukken. Input van burgers vormt dan een belangrijke basis voor agendering en veiligheidsbeleid, maar ook voor het creëren van een veilige maatschappij. Professionals van veiligheidsorganisaties stellen actief vragen aan burgers, omdat zij de middelen hebben om dit altijd en overal te doen.

Om operationele medewerkers niet op te houden in hun werk worden berichten centraal geanalyseerd. Relevante berichten worden via een beveiligd intern sociaal netwerk aan de veiligheidsprofessional doorgestuurd. Maar daarnaast worden berichten aan grotere groepen burgers centraal verstuurd. Als burger kun je je aanmelden voor alerts bij gevaar voor gezondheid en/of orde en handhaving. Afhankelijk van locatie en situatie ontvangen deelnemers een bericht, precies daar waar en wanneer er behoefte is aan hun hulp. Voorbeelden van vragen:

- Uitkijken naar iets of iemand die voldoet aan een (dader)profiel
- Getuigeninformatie
- Informatie over risico's in de omgeving
- Natrekken van eerder ontvangen informatie
- Specialistische hulp (bijvoorbeeld: brandweerlieden in de nabijheid, artsen et cetera)

## Inzet van burgers bij politie succes

Actieve burgers helpen de politie Utrecht via het internet massaal met het oplossen van een cold case.

### Moordwapen

• Op de site worden diverse moordwapens genoemd, zoals een dreg-anker, een weldop, een naaldhak of een geldlade.

Amateurspeurders kunnen sinds twee weken via internet de politie in Utrecht helpen met het oplossen van een moord. En dat blijkt een succes. Op de website [www.politieonderzoeken.nl](http://www.politieonderzoeken.nl) staat informatie over het onderzoek naar de moord op Sjaak Gerwig in 1995. In een week tijd werd de site door 50.000 mensen bezocht en kreeg de politie vierhonderd tips binnen. "Tips van burgers waren altijd al een belangrijke schakel in het onderzoek. Onder de tips die via de site zijn binnengekomen, zitten een aantal nuttige", zegt politiewoordvoerder Thomas Aling. De site is volgens hem zo'n succes omdat hij erg overzichtelijk is. "We hebben een heel duidelijke zoekvraag waardoor het voor de burger heel concreet wordt wat hij kan doen."

### Meerwaarde

Als blijkt dat de tips die binnenkomen daadwerkelijk een meerwaarde hebben voor het onderzoek, komen er wellicht meerdere zaken

op de site. Ook andere politiedorpen zijn geïnteresseerd in het concept. "We zitten nog in een oriënterende fase, maar vinden het zeker een goed initiatief", vertelt een woordvoerder van de politie Amsterdam. "We denken er serieus over na."

Gedurende het onderzoek worden de laatste ontwikkelingen op de site vermeld, zodat de burgers kunnen zien of hun tips daadwerkelijk ergens toe geleid hebben. Er komen niet alleen reacties bij de politie binnen op de concrete vragen die gesteld worden, maar er worden ook complete theorieën ontsponnen over de moordwapen en het motief van de dader. "Ook deze theorieën bekijken we", zegt Aling. "Wie weet zit er iets bij waar we zelf nog niet aan gedacht hebben."



INGE TER SCHURE  
Metro-verslaggever

Samenwerking tussen politie en burgers<sup>28</sup>

28 <http://www.frankwatching.com/archive/2006/12/12/politie-20/>.

Zo wordt optimaal gebruikgemaakt van de kennis en kunde van de massa. Antwoorden dragen bij aan het vormen van een situatieschets en het in kaart brengen van de ernst en de grootte van een melding. Daarnaast kunnen hulpvragen zorgen voor extra helpende handen die mogelijk eerder ter plekke zijn dan de professionele hulpverleners. Op basis van ontvangen antwoorden kunnen bovendien valse meldingen direct worden onderschept. Vaak zullen vragen uitlopen op interactie met burgers of bedrijven, maar het kan ook bij een korte vraag-antwoordinteractie blijven. OOV-organisaties hebben verder de mogelijkheid vragen te stellen in besloten kringen, zoals een informatiecirkel voor de veiligheid in het uitgaansleven. Hierin werken onder meer horecaondernemingen samen met veiligheidsinstanties. Dit is vergelijkbaar met toepassingen die al tussen bedrijven wordt gebruikt (zoals Yammer) en bij de politie (Plitter),<sup>29</sup> een besloten politie-Twitteroplossing. Zelfredzaamheid, samenredzaamheid (community resilience) en het optreden van hulpverlening gaan hier hand in hand.

## 5.5 INTERACTEREN INGED, IEDEREEN DOET MEE

De trend dat burgers meer communiceren met veiligheidsorganisaties en hun kennis delen staat niet meer ter discussie. Burgers zijn graag bereid om bij te dragen aan een veilige samenleving, ieder op zijn of haar eigen manier. Ze communiceren gemakkelijk met veiligheidsorganisaties via meerdere kanalen en diensten. Een bijkomend effect is dat door die grotere betrokkenheid van burgers bij de veiligheid van de samenleving de veiligheidsorganisaties ook meer midden in de samenleving staan in plaats van aan de zijlijn.

Voorwaarde voor een goede samenwerking met burgers is dat zij op hun beurt ook informatie krijgen van veiligheidsorganisaties. Bronbehoudtechnologie (zie hoofdstuk 4) stelt de veiligheidsorganisaties in staat om niet-downloadbare documenten onder burgers te verspreiden. Wordt het document door een veiligheidsorganisatie verwijderd, dan is het ook niet meer toegankelijk voor burgers.

Het netwerk is robuust en flexibel. Zo voorkomt men dat spoedeisende berichten van burgers wegvallen in de massa of dat veiligheidsorganisaties onbereikbaar zijn door digitale drukte. In het geval van spoedeisende hulp krijgt de berichtgeving hierover voorrang. Het blijft daarnaast altijd mogelijk om de meldkamer telefonisch te bereiken, al is de realiteit nu dat de meeste communicatie plaatsvindt via sociale media, die door vrijwel iedereen dagelijks worden gebruikt. Communiceren met tekst heeft nog een groot voordeel. Misverstanden door slechte verstaanbaarheid zijn er niet meer. Bovendien kunnen meer mensen tegelijkertijd worden ingelicht. Precies daarom worden de sociale media ingezet voor de aansturing van hulpverleners en vrijwilligers.

---

29 <http://criminaliteitswijzer.ning.com/profiles/blogs/plitter-nieuw-intern>; <https://www.plitter.net/home>.

De technologische mogelijkheden van sociale media zorgen voor steeds rijkere communicatie. Hierdoor kan op afstand al in de eerste minuten na een incident steeds betere hulp worden verleend. Iedereen kan met zijn mobiele telefoon stilstaande of bewegende beelden van hoge kwaliteit versturen en in een mum van tijd staan ze op het web. Vooral in de meldkamer heeft dit toegevoegde waarde. Grote schermen op de wanden maken een snel situationeel beeld mogelijk. Men kan live meekijken over de schouders van burgers of professionals of 'helikopteren'. Melders wordt gevraagd vanuit diverse hoeken foto's of filmpjes mee te sturen zodat de meldkamer vanuit diverse perspectieven, indien nodig zelfs in 3D, zicht heeft op de situatie. In de AED's (automatische externe defibrillator) is augmented reality-technologie geïntegreerd. De meldkamer kan dus meekijken bij een reanimatie, en indien nodig aanwijzingen geven. Bovendien wordt door deze verbinding 12-kanaals ECG-informatie naar de meldkamer en het ontvangende ziekenhuis verstuurd, zodat betere en snellere hulp mogelijk is in die eerste cruciale minuten.



**FIGUUR 6**

Met een smartphone en augmented reality kunnen ook snel AED's worden gelokaliseerd<sup>30</sup>

Openbare gebouwen en bedrijfspanden beschikken – verplicht – over een digitale plattegrond. Deze wordt, voordat de brandweer het gebouw binnengaat, geüpload in een augmented reality-bril. Dit helpt de brandweermannen bij het vinden van hun weg in met rook en vlammen gevulde ruimten van onbekende gebouwen. Vanuit een van de brandweerwagens

30 [http://mobihealthnews.com/wp-content/uploads/2009/08/acutezorg\\_nl\\_aeds-localizeren1.jpg](http://mobihealthnews.com/wp-content/uploads/2009/08/acutezorg_nl_aeds-localizeren1.jpg).



wordt meegekeken met de mannen die binnen zijn, om snel te kunnen zien of er extra hulp nodig is. Die extra ogen zijn ook beschikbaar om slachtoffers te zoeken.

In de toekomst zijn er zelfs burgers die de diverse sensoren van hun mobiele telefoon ontsluiten en daarmee data over de luchtkwaliteit bij een brand doorgeven of het NAP-niveau bij een overstroming. Deze burgermelders worden in dit gouden uur geïnstrueerd en bijgestaan door de meldkamer tot de veiligheidsorganisaties ter plaatse zijn en in actie komen. De hulpverleningsdiensten werken netcentrisch samen, en dus ook met een genetwerkte samenleving waarmee men op diverse manieren kan interacteren.

Door de mogelijkheden en de populariteit van sociale media kan ook de trend naar meer burgerparticipatie in het veiligheidsdomein worden doorgevoerd. Per proces is bepaald tot hoever burgerparticipatie nodig en gewenst is. Als handvat is hiervoor de participatieladder gebruikt (zie hoofdstuk 6).

#### *Domeinspecifiek gebruik van sociale media*

De mogelijkheden van sociale media bij kijken, zenden, vragen en interacteren dragen bij aan de effectiviteit en efficiëntie van handhaving, opsporing en crisisbeheersing. Hieronder volgt een opsomming van een aantal te verwachten toepassingen in de drie domeinen. In principe gebruikt ieder domein de vier mogelijkheden uit ons model. Niet in gelijke mate trouwens. Neem bijvoorbeeld de crisisbeheersing. Daar liggen de minste (wettelijke) beperkingen om alle mogelijkheden te benutten. Maar bij opsporing moet goed worden gekeken of vaak gevoelige informatie wel of niet naar buiten mag worden gebracht. Dit levert beperkingen op voor het gebruik van sociale media. In de handhaving zullen de wet- en regelgeving inzake privacy een rol spelen bij de mogelijke inzet van sociale media.

#### *Handhaving: kijken en vragen staan centraal*

De veiligheidsorganisaties van morgen zullen naar verwachting makkelijker vragen stellen aan burgers. Zo maken ze optimaal gebruik van mensen die graag een (kleine) bijdrage willen leveren aan een veilige maatschappij. Voor de mensen zelf is deze bijdrage een relatief eenvoudig middel om hun betrokkenheid te tonen. De autoritaire positie die veiligheidsorganisaties in de traditionele media hadden zal deels worden ingeruild voor een van vertrouwen, met een duidelijk gezicht in de sociale media.

Aangiften van burgers vormen een belangrijke bron voor heterdaadkracht.<sup>31</sup> Voor handhaving valt hier dan ook de meeste winst te behalen. Sociale media hebben het doen van aangifte laagdrempeliger gemaakt. Die kunnen nu thuis maar ook direct vanaf de mobiele telefoon worden gedaan via beveiligde beeld- en geluidverbindingen en vernieuwde identificatiemethoden. Hierdoor, en doordat burgers de status van hun aangifte online kunnen bijhouden, is de aangiftebereidheid vergroot. Verdachte situaties worden direct gemeld. De

---

31 <http://politieacademie.surfsharekit.nl:8080/get/smpid:1553/DS1/>.

heterdaadkracht van de politie verbetert sterk. Ook het bedrijfsleven kan camerasystemen per direct en gericht inzetten wanneer de situatie daarom vraagt. Beeldinformatie van burgers en bedrijfsleven wordt met geavanceerde mediaminningstechnologieën zorgvuldig real-time geanalyseerd tot alleen die informatie overblijft die van belang is. Beelden die daadkracht kunnen bespoedigen worden door de veiligheidsorganisaties snel verspreid (wanneer dit gewenst is). Informatie over een dader of verdachte wordt lokaal verspreid onder mensen die zich in een bepaalde straal om de plaats van een misdrijf bevinden. Dat doet men door geofiltering. Berichten met verdachtmakingen worden via beveiligde, en indien nodig anonieme, kanalen naar de politie gestuurd.

Een andere mogelijke ontwikkeling is dat delinquenten die een bepaalde celstraf hebben gekregen voor een bepaalde periode worden gemonitord op de sociale media. Dit is wel een maatregel die bij wet moet worden vastgelegd. Het zou wellicht de kans op terugval in crimineel gedrag na terugkeer in de samenleving kunnen verkleinen.

### *Opsporing: steeds meer interactie*

Dankzij de sociale media is het aantal dossiers dat niet direct is opgelost aanzienlijk verkleind. Door de burgerparticipatie is er veel meer aandacht gekomen voor het oplossen van kleinere vergrijpen. Burgers hebben nu eenmaal meer aandacht voor zaken vlakbij huis. Maar ook de grote zaken, zoals landelijke of internationale criminele netwerken, krijgen veel aandacht in de pers en worden vanuit diverse disciplines door amateurs bekeken. Google translate, workflow-software, social gaming en diverse opsporingsapps dragen bij aan (internationale) samenwerking tussen burgers op grote schaal.

Rechercheurs zetten bij het oppakken van een zaak als eerste een informatievraag uit bij de analisten van de sociale media. Zij kijken op de sociale media naar mogelijk relevante berichten en aanknopingspunten. Ook worden aan burgers, wanneer dit mogelijk is, al in een vroeg stadium gerichte vragen gesteld en alleen wanneer zij mogelijk informatie hebben, bijvoorbeeld doordat zij op een bepaalde plaats waren ten tijde van een delict. Zo worden burgers niet overbelast met allerlei onnodige vragen. Naast vragen om aanvullende informatie worden burgers ook uitgenodigd mee te denken in scenario's. In de ideale situatie denken er zo veel mogelijk verschillende mensen mee (crowdsourcing) om tunnelvisie te voorkomen. De veelheid aan communicatiemogelijkheden van sociale media maakt hulpvragen aan burgers op heel nieuwe manieren mogelijk. Zoals het spelen van (serious) social games en multimediatoepassingen die alle facetten van opsporing tot leven brengen. Burgers kunnen dit nu zelf ervaren, zelfs via hun interactieve tv. Nu de sociale media elke huiskamer hebben bereikt worden ook scenario's aangedragen vanuit alle hoeken van de samenleving. Als burgers op deze manier kunnen bijdragen aan lopende zaken worden sociale media ingezet voor vragen en interactie.

Een vraag omtrent opsporing bereikt de massa onder andere via apps. Antwoorden en reacties van burgers worden via de app, per telefoon of via een website kenbaar gemaakt. Maar welk kanaal men ook gebruikt, het wordt intelligent gebundeld. Door de crossmediale aan-

pak profiteren de veiligheidsorganisaties van de verschillende karakteristieken van traditionele en nieuwe media, en bereiken ze de verschillende doelgroepen via die media. De binnengekomen meldingen worden zorgvuldig gewogen en indien nodig anoniem verspreid, zodat burgers de informatie kunnen aanvullen. Door een checklist en een beknopte workflow die is afgestemd met het Openbaar Ministerie – die in de opsporingstool is ingebouwd – kunnen professionals gemakkelijk nagaan of een vraag openbaar of gesloten moet worden gesteld. De kans op ‘groupthink’ wordt geminimaliseerd en de vraag om nieuwe informatie helderder. De politie kan opvolging geven aan berichten uit de massa door contact op te nemen met de verzender, want inzenden gebeurt bij voorkeur niet anoniem. In dat geval gaat vragen over in interactie.

### *Crisisbeheersing: benutten van sociale media in de volle breedte*

Door het monitoren van sociale media worden potentiële crises al in een vroeg stadium gesignaleerd. Gedurende een crisis, groot of klein, blijft de situatieschets up-to-date. Ook wordt het sentiment continu gemonitord, en als dat nodig is worden geruchten ontkracht of bevestigd. De veiligheidsorganisaties zijn transparant over wat zij niet en wat zij wel weten, maar door omstandigheden niet kunnen delen met alle burgers. Eerder verstuurd berichten kunnen snel en met weinig inspanning worden aangevuld of gecorrigeerd. De berichten die naar burgers worden verstuurd zijn eenduidig en helder. Daarbij is het mogelijk meer op maat met specifieke groepen te communiceren in plaats van eenzelfde algemene boodschap naar het gehele publiek te zenden. Verder is bekend waar berichten te vinden zijn. Degenen die in een crisissituatie hiërarchisch hogere posities bekleden kunnen berichten versturen naar alle contacten van veiligheidsbeambten die hiërarchisch lager staan. Zo ontvangen burgers die op sociale media hun wijkagent volgen ook de belangrijke berichten van de professional die de communicatieverantwoordelijkheid heeft, en dus niet alleen van de wijkagent zelf.

De berichten op sociale media worden gebruikt voor de beeldvorming, de eerste fase van de BOB-cyclus (Beeldvorming Oordeelsvorming Besluitvorming). Burgers met relevante informatie over de crisis melden zich actief bij het algemeen meldpunt voor informatie. Indien mogelijk worden statistische analyses uitgevoerd om de betrouwbaarheid van de te trekken conclusies te vergroten. Naast het analyseren van berichten bestaat de mogelijk-



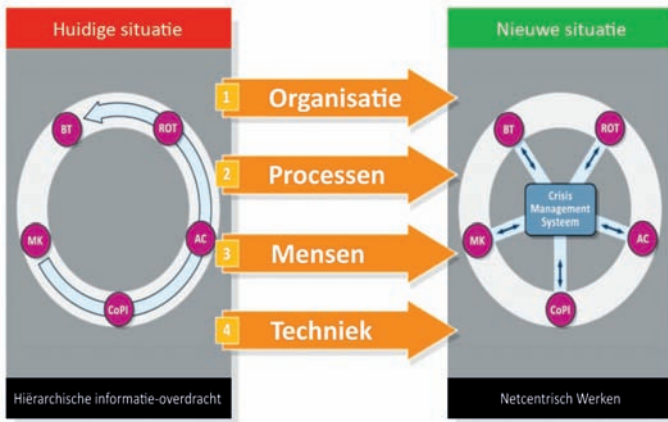
heid de huidige situatieschets bij burgers te toetsen. Het multidisciplinaire webteam richt zich geheel op het kijken, zenden, vragen en interacteren via de sociale media. Ziet men dat iemand relevante antwoorden geeft op oproepen van hulpverleners, dan kan direct met deze burger(s) of hulpverlener(s) worden gecommuniceerd, individueel of in een groepsge-sprek. Dit webteam heeft directe links met onder andere de meldkamer, het operationele team en het Commando Plaats Incident (CoPI). Het team maakt gebruik van speciaal ont-wikkelde protocollen voor het netwerk van professionals en het netwerk van burgers en bedrijven. Deze werkwijzen en procedures zijn ontwikkeld middels het User Empowerment-en eParticipatiemodel<sup>32</sup>. Er is mee getraind in serious games met simulaties. Die laatste zijn gebaseerd op een database waarin duizenden berichten uit de sociale media over oudere incidenten zijn opgeslagen.

Tijdens een crisis werken veiligheidsorganisaties met elkaar, maar ook met burgers samen. Om de chaos die vaak tijdens crisissituaties ontstaat te beperken is communicatie zeer belangrijk. Daarom volgt men de principes van netcentrisch werken. Daar waar de informa-tie nodig is wordt deze verstrekt. Dit kan kost-bare seconden schelen. Ook de samenwerking kent een andere vorm. Teams werken multidisciplinair aan zogenaamde multitouchtafels en -schermen, in feite een enorme tablet waar de teams met elkaar de situatie beoordelen door ermee te interacteren en ook mogelijke scena-rio's te analyseren. Effecten van te nemen acties worden real-time doorgerekend en weergegeven. Door het actief oproepen van (vrijwillige) hulp-verleners in de nabijheid kan sneller hulp wor-den geboden. Huisartsen, BHV-ers, EHBO-ers, burgers die bij de vrijwillige brandweer werken, maar ook bewoners uit de (directe) omgeving ontvangen een bericht met het verzoek te hel-pen. Hierbij is voor een ieder duidelijk aan wat voor hulp waar behoefte is en wie deze oproep heeft gedaan.



Veiligheidsorganisaties werken samen en gebruiken daarbij de multitouchtafel

32 TNO heeft diverse modellen en methoden ontworpen om organisaties te ondersteunen bij het ontwikkelen en imple-menteren van een strategie en toepassingen voor sociale media



**FIGUUR 7**

Bij hiërarchische informatieverbreiding duurt het veel langer voordat informatie op de plaats van bestemming is dan bij netcentrische informatieverbreiding

Sociale media bieden ook de mogelijkheid om slachtoffers van een ramp snel en gemakkelijk te vinden. De meldkamer stuurt een bericht naar alle telefoons die zich in het crisisgebied bevinden met de vraag een bericht terug te sturen wanneer de eigenaars van die telefoons of iemand in de buurt hulp nodig hebben, en of hier spoed bij is. Natuurlijk kan niet iedereen worden bereikt. De (smart)phonebezitters fungeren daarom als een 'hub' voor de mensen om hen heen. Zij staan via de nieuwe media in contact met elkaar, met de hulpverlening en indien mogelijk ook de buitenwereld. Robuuste en ad hoc-infrastructuren maken deze communicatie mogelijk, waarbij burgers een duidelijke rol spelen in de communicatie: van zendamateurs tot 'makelaars' van vraag en aanbod op de plaats van het incident. De GHOR zet achteraf sociale media in om betrokkenen bij crises online te vinden, en wanneer zij hier behoefte aan hebben, ook online eerstelijns psychische hulp te verlenen. De PSHOR gebruikt sentimentanalyse om in de respons- en nazorgfase te kijken welke berichten heftige emotionele uitingen kenden en te achterhalen of deze mensen al binnen hun sociale netwerk worden geholpen. Waar risicogroepen worden gevonden kan op de klassieke manier, maar ook via de nieuwe media hulp worden geboden.



# 6 DE VOLGENDE STAP OP WEG NAAR DE TOEKOMST

Er is nog maar weinig bekend over de manier waarop (veiligheids) organisaties echt voordeel kunnen halen uit het gebruik van sociale media. Misschien in succesvol gebruik van eParticipatie en User Empowerment (bedrijven en burgers die zelf initiatieven starten)? Onbekend is nog wat de impact is voor een organisatie. Een vaak traditionele cultuur, gebrek aan inzicht in de waarde van eParticipatie en angst voor het onbekende staan nieuwe initiatieven maar al te vaak in de weg.

In dit boekje hebben we ons gebogen over de vraag wat we nu eigenlijk kunnen met sociale media bij handhaving, opsporing en crisisbeheersing en welke rol de sociale media in de toekomst kunnen vervullen, inclusief alle dilemma's en benodigde innovaties. De oplossingen liggen blijkbaar niet voor het oprapen. Vanuit de veiligheidsorganisaties zelf, op universiteiten en in onderzoeksinstellingen zoals TNO wordt gewerkt aan het uitbreiden van onze kennis omtrent die dilemma's en worden intelligente tools ontwikkeld.

In dit laatste hoofdstuk beschrijven we de stappen die nodig zijn om vanuit het hier en nu te komen tot een structurele inbedding van sociale media in het veiligheidsdomein.

De dilemma's die het werken met sociale media met zich meebrengen zijn opgesomd in hoofdstuk 3. Ze spelen een hoofdrol bij de succesvolle inzet van sociale media in het veiligheidsdomein. Die dilemma's vragen om echte innovatie, zowel technologisch als sociaal. Daarom focust TNO zich op die innovatie. Welke oplossingen brengen optimaal gebruik van sociale media dichterbij? Hoe verkleinen we de impact van al die dilemma's? TNO onderzoekt en ontwikkelt ook innovaties die helpen bij het vinden van de juiste balans voor veiligheidsorganisaties en hun rol in de samenleving. Zonder continue interactie met de spelers in het veiligheidsdomein gaat dat niet. Alleen zo ontstaan innovatieve ideeën die werkelijk aansluiten bij de directe behoeften van de mensen waar het om gaat. De veiligheidsprofessionals.

## WELKE STAPPEN ZIJN NODIG?

### 1. GEZAMENLIJKE AMBITIE BINNEN OOV

Het gezamenlijk bepalen wat de ambities zijn voor de toepassing en inbedding van sociale media in de veiligheidssector. In het hoofdstuk met toekomstbeelden zijn diverse mogelijkheden geschetst. Wat wenselijk is moet echter door de sector zelf worden ingevuld. Een gedeeld beeld van de toekomstige inzet van sociale media is een niet alleen een krachtige stimulans, maar ook een voorwaarde om dit daadwerkelijk te verwezenlijken.

### 2. ORGANISATIES BEPALEN HOE SOCIALE MEDIA HELPEN DOELSTELLINGEN TE REALISEREN

Iedere organisatie in de veiligheidssector bepaalt voor de eigen organisatie hoe sociale media kunnen bijdragen aan de te bereiken doelstellingen en resultaten. Dit wordt makkelijker als er ook een gezamenlijk beeld of ambitie is waar men zich aan kan optrekken of spiegelen.

### 3. EVALUEREN EN LEREN VAN EXPERIMENTEN

Experimenteren met het gebruik van sociale media en het consequent evalueren van deze experimenten vormen een belangrijke voorwaarde om te kunnen leren. Het in de dagelijkse praktijk inpassen van de succesvol gebleken experimenten in de volle breedte van het veiligheidsdomein helpt om alle partijen mee te nemen in een succesvolle inzet van sociale media.

### 4. GEZAMENLIJK OPLOSSINGEN ZOEKEN VOOR DILEMMA'S

Veiligheidsorganisaties, bedrijven, universiteiten en onderzoeksinstellingen zoeken samen naar slimme oplossingen voor de dilemma's en vragen die het gebruik van sociale media met zich meebrengt.

## 6.1 SOCIALE MEDIA TOEPASSEN IN UW EIGEN ORGANISATIE

De effectieve inzet van sociale media om veiligheidsprofessionals in hun werk te ondersteunen vraagt om een goede analyse van de manier waarop sociale media toegevoegde waarde kunnen bieden.

Vragen die de veiligheidsorganisaties zich hierbij moeten stellen zijn:

- Waar staan we nu? In hoeverre zijn de attitude, vaardigheden, kennis en middelen aanwezig om op een goede manier met sociale media aan de slag te gaan?
- Waar willen we naartoe? Welke doelstellingen hebben we en hoe kan het gebruik van sociale media hieraan bijdragen? Wat is hiervoor nodig? En waar staan burgers nu?
- In hoeverre is er een 'match' te vinden tussen burgers en overheid voor optimale samenwerking? Waar vinden we de win-winsituatie?



De antwoorden bepalen welke kant uw organisatie of werkveld op zal moeten als het gaat om het gebruik van sociale media in de dagelijkse operaties.

Voor de beantwoording van de eerste twee vragen kunt u ook gebruikmaken van de volgende modellen (het maturiteitsmodel en de participatiematrix).

## 6.2 MATURITEITSMODEL



**FIGUUR 8**  
Maturiteitsmodel

Het maturiteitsmodel helpt te bepalen waar de organisatie nu staat en waar zij naartoe wil op basis van haar strategie en doelstellingen.

Hiermee kunt u vaststellen in welk type organisatie u werkt en waar u denkt dat de organisatie naartoe zou moeten groeien om de effectiviteit en efficiëntie van sociale media inzet te verhogen.

## MATURITEITSMODEL

### FASE 1 – OBSERVATIEFASE

In de observatiefase participeert een organisatie nog niet actief in gebruik van sociale media. Wel is de organisatie zich (enigszins) bewust van haar omgeving. Een kleine groep binnen de organisatie monitort sociale media (bewust) om invloeden van buiten te volgen. Deze organisaties begrijpen in elk geval deels de potentie van sociale media en ontplooiën dan ook verkennende activiteiten om in een latere fase hun strategie te gaan bepalen.

### FASE 2 – EXPERIMENTELE FASE

In de experimentele fase zet een organisatie de eerste eParticipatie-initiatieven op om ervaring op te doen met de kansen en impact van sociale media, door bijvoorbeeld actief te worden in bestaande communities of door zelf een initiatief te lanceren. In de organisatie is meestal geen specifiek beleid en zullen initiatieven vaak bottom-up en ad hoc, vaak vanuit de concrete behoefte van een organisatieonderdeel of een project of dankzij de passie van een of meerdere medewerkers.

### FASE 3 – CONSOLIDATIEFASE

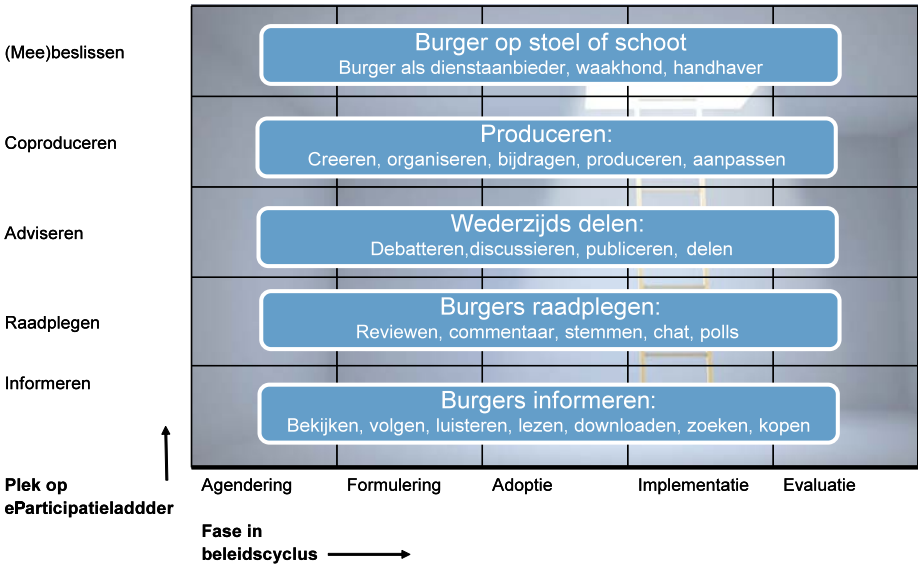
In de consolidatiefase pakt de organisatie eParticipatie meer structureel op en krijgt deze ook echt vorm. Er zijn meerdere initiatieven die worden samengenomen, er is meer commitment bij het management en er wordt gewerkt aan een visie, aan beleid en aan de processen rondom het gebruik van sociale media. Ook worden keuzes gemaakt in o.a. tools en communicatie, zodat er meer lijn komt in het gebruik van sociale media door de organisatie. Er ontstaat een structurele dialoog die met duidelijke organisatiedoelstellingen voor ogen wordt gevoerd. De organisatie treedt hierin proactief op. De strategie op het gebied van participatie komt steeds meer tot uiting in de dagelijkse praktijk en is gericht op een duurzame dialoog. Voor organisaties die in fase 3 willen staan vormen eParticipatie en het gebruik van sociale media belangrijke (meer)waarden die goed geborgd moeten worden in de organisatie.

### FASE 4 – STRATEGISCHE FASE

De strategische fase gaat hierin nog een stap verder. Voor organisaties in deze fase is eParticipatie zelfs een kernwaarde geworden. Een belangrijk deel van de (of zelfs de hele) organisatie is doordrongen van de noodzaak van een relevante, continue en duurzame dialoog en samenwerking via sociale media. eParticipatie en sociale media zijn een essentieel onderdeel van het DNA van de organisatie geworden. De dialoog met klanten, burgers of partners, maar ook intern in de organisatie, is in deze fase cruciaal om de organisatiedoelstellingen te kunnen halen.

### 6.3 ePARTICIPATIEMATRIX

Waar sta je en waar wil je als organisatie staan op de eParticipatieladder?



Is de organisatie geschikt voor inzet van sociale media en voor eParticipatie? En als het al wordt toegepast, waar sta je op de ladder en waar zou je willen staan? De huidige plek op de ladder wordt bepaald door de mate van ervaring en adoptie. In hoeverre is er nu al een dialoog met doelgroepen of de massa en welk deel van de organisatie speelt hierin een rol? Burgerinitiatieven zijn soms al verder dan de organisatie zelf. De doelstellingen en strategie van de organisatie bepalen de gewenste plek op de ladder. Dit doel verschilt uiteraard sterk per (type) organisatie. Niet elke organisatie zal online participatie via sociale media dezelfde plek binnen haar strategie geven. De organisatiecultuur, de processen en het management zijn belangrijke indicatoren om te bepalen hoe goed het gebruik van sociale media en online participatie past bij de organisatie, en welke verandering de organisatie zal moeten doorvoeren om er meer succes mee te krijgen. Bovendien kan de volwassenheid en de wens van de burger niet genegeerd worden in het definiëren van de strategie en doelen ten aanzien van eParticipatie en inzet van sociale media. Voor organisaties in de veiligheidssector komt er bij deze afweging nog wat meer kijken. Het gaat immers vaak om (een verdenking van) crimineel gedrag of (potentiële) crisissituaties. Niet helder nadenken bij het gebruik van sociale media kan een directe bedreiging opleveren voor bepaalde mensen, of een ongewenste reactie oproepen die kan escaleren.



# 7 TOT SLOT

Met dit boekje hebben we u een blik in de toekomst van sociale media willen geven, en dan met name de toepassingen in de Openbare Orde en Veiligheid. Ook hebben we gekeken naar de benodigde technologische en sociale innovaties, en zijn dilemma's beschreven die voortvloeien uit de grootschalige veranderingen door sociale media. Tot slot is een eerste handreiking gedaan om sociale media in het beleid van een organisatie in te bedden.

Eenduidige antwoorden zijn er niet. TNO doet voor verschillende opdrachtgevers, waaronder de gemeente Utrecht, onderzoek naar zowel technologische als sociale innovaties en kijkt vanuit verschillende projecten naar de sociale media. Zo werkt TNO onder meer aan een tool om de grote hoeveelheden data te beheersen en te bewerken, maar doen we tegelijkertijd onderzoek naar sociale veranderingen. Op de website [www.tno.nl/smoov](http://www.tno.nl/smoov) vindt u een overzicht van onze projecten.

**TNO**

Oude Waalsdorperweg 63  
2509 JG Den Haag  
T 088 866 10 00

**TNO.NL**

**Auteurs**

A. de Vries, MSc  
K. Y. de Jong, MSc  
A.C. Kernkamp, Msc RO  
C.C.M.T. Broekman, MSc  
P.J. Petiet, MSc  
C. Ponsioen, MSc  
C.A. Versloot, MSc  
M.A.A. Huis in 't Veld, PhD

