

WAAR MOET DE GEMEENTE OP LETTEN BIJ HET INZETTEN VAN SOCIALE MEDIA?



Voor u ligt een advies van de [ethische commissie voor data en technologie van de gemeente Groningen](#). Deze onafhankelijke commissie adviseert het college van burgemeester en wethouders gevraagd en ongevraagd over ethische vraagstukken rondom het gebruik van data en technologie. Dit advies is een gevraagd advies, ingediend door het college van B&W, gedelegeerd naar de afdeling Communicatie. Het gaat over de vraag waar de gemeente op moet letten bij het inzetten van sociale media. Het antwoord op deze vraag, door de commissie, kan worden meegenomen in de nieuwe sociale media-strategie die op dit moment wordt geschreven. In dit verslag leest u over de aanleiding, onze aanpak, de casus zelf en de beantwoording van de vraag die in de casus centraal staat.

Aanleiding

Het college heeft, mede op verzoek van de raad¹, de commissie om advies gevraagd bij het inzetten van sociale media. Binnen de organisatie wordt hierover ook al langere tijd nagedacht, omdat er veel ontwikkelingen zijn op dit gebied. De afdeling Communicatie is daarom bezig met het schrijven van een nieuwe strategie sociale media. De input van de commissie kan worden meegenomen in deze strategie.

Aanpak

De ambtelijke organisatie en het college hebben de adviesvraag afgestemd. Dit heeft geleid tot de volgende hoofdvraag voor de commissie:

“Welke morele kaders wil de commissie meegeven zodat de gemeente een goede weging kan maken bij het bepalen van of en hoe welke sociale media worden ingezet?”

¹ Zie ‘Beantwoording vragen ex art 36 RvO van de PvdA over nieuwe social media strategie’, januari 2025

Op woensdag 14 mei heeft de commissie een beeldvormende sessie gehad. In deze sessie zijn casusinbrengers van de afdeling Communicatie met de commissie in gesprek gegaan om informatie uit te wisselen, zodat de commissie een zo compleet mogelijk beeld van de situatie en werkpraktijk heeft. Op woensdag 28 mei heeft de commissie een oordeel- en besluitvormende sessie gehad. Hierin is ze de publieke waarden uit het afwegingskader² bij langs gegaan om de hoofdvraag te kunnen beantwoorden.

Casus

De afdeling Communicatie van de gemeente Groningen is bezig met het schrijven van een nieuwe strategie voor het inzetten van sociale media. Ze wil deze strategie uiterlijk in het najaar van 2025 vastgesteld hebben. De laatste formeel vastgestelde strategie dateert van 2011. Sindsdien is er natuurlijk veel veranderd, waardoor een nieuwe strategie wenselijk is. Het onderwerp heeft ook politieke aandacht. De raad heeft hier vragen over gesteld³ en het college heeft input gegeven aan de afdeling Communicatie. Er is toegezegd dat de ethische commissie advies zal geven rondom de nieuwe strategie.

De gemeente is in deze adviesvraag niet op zoek naar de vraag of ze een bepaald kanaal wel of niet zou moeten (willen) gebruiken, omdat het bestaan en de dynamiek van de kanalen veranderlijk is. Ze wil daarom vooral van de ethische commissie weten welke morele kaders zij mee zou willen geven bij het bepalen van of en hoe welke sociale media worden ingezet. Bij 'inzet' gaat het niet alleen om communiceren of interacteren, maar ook om analyse hiervan ('sentimentanalyse') die de gemeente uitvoert. Het meegeven van de kaders levert idealiter een duurzamer advies op.

Los van het feit dat de organisatie al een nieuwe strategie wilde opstellen, is er bij de afdeling Communicatie al langer 'buikpijn' met betrekking tot de inzet van bepaalde sociale media. Dit varieert van de steeds minder prettige dynamiek op veel kanalen en platformen tot de afhankelijkheid van grote techbedrijven, maar ook de verslavende werking van veel sociale media – en de impact ervan op jongeren – leidt tot zorgen. Tegelijkertijd zijn sociale media nog altijd van groot belang bij het bereiken van inwoners.

² Zie [afwegingskader](#)

³ Zie noot 1

Advies

Ons advies bestaat uit de volgende onderdelen: opmerkingen per publieke waarde, kernbevindingen en aanbevolen kaders.

Opmerkingen per publieke waarde

De commissie heeft de publieke waarden besproken in relatie tot de inzet van sociale media:

- **Nuchterheid:** Sociale media bereiken burgers niet meer zo effectief als voorheen, en het gebruik ervan kost steeds meer geld. De doelmatigheid ervan staat daarmee ter discussie, evenals betalen aan twijfelachtige bedrijven.
- **Autonomie:** Inwoners moeten zelf kunnen beslissen of ze deelnemen aan sociale media, maar de gemeente beperkt hun autonomie doordat zij naar bepaalde (soms alleen via een account toegankelijke) platforms moeten voor informatie.
- **Privacy:** Er zijn zorgen over de privacy van burgers, vooral met betrekking tot directe berichten en tracking door sociale media-platforms.
- **Controle op technologie:** De gemeente heeft weinig tot geen controle over de technologie en de data op sociale media. Dit wordt, mede door geopolitieke verhoudingen, een steeds groter probleem.
- **Veiligheid:** Er zijn risico's verbonden aan het gebruik van sociale media, zoals hacking en de verspreiding van nepberichten – helemaal in een tijd van generatieve AI.
- **Gelijkwaardigheid:** Het is belangrijk dat alle burgers gelijke toegang hebben tot informatie, ongeacht het kanaal.
- **Rechtvaardigheid:** De gemeente moet ervoor zorgen dat haar gebruik van sociale media niet bijdraagt aan onrechtvaardigheid, zoals discriminatie. Ook moeten inwoners de garantie hebben dat de gemeente bepaalde berichtgeving behoudt, zodat inwoners de gemeente ter verantwoording kunnen roepen.
- **Duurzaamheid:** Digitale communicatie is, met name door toename video en AI-gegenereerde content, niet gratis en heeft milieu-effecten zoals CO₂-uitstoot en gebruik drinkwater.

Kernbevindingen

De commissie heeft hierdoor de volgende kernbevindingen vastgesteld:

- Sociale media lijken nog maar beperkt te volstaan als middel voor het doel van 1) zenden aan en 2) interacteren met inwoners vanuit de gemeente.
- Gemeente beperkt zichzelf in haar handelingsvrijheid door afhankelijkheidsrelatie met sociale media-kanalen en inwoners hebben op hun beurt vaak minder vrijheid i.v.m. moeten aanmaken van accounts (ofwel: drempels).
- Sentimentanalyse is weinig doorzichtig. Zo is niet altijd duidelijk dat het gebeurt, welke data er voor nodig is en wat er met de bevindingen gebeurt. Mochten hier gemeentelijke beleidswijzigingen uit volgen, dan worden die dus gebaseerd op steeds vaker negatieve sentimenten (terwijl de organisatie wéét dat het steeds negatiever wordt). Dit is een soort 'macht van de Twitter-trol'.
- Door geen controle te hebben over de data op sociale media, is archivering ook zeer lastig en is het voor inwoners niet of nauwelijks mogelijk eerdergenoemde uitingen te achterhalen (gemeente kan deze immers weer verwijderd hebben).
Dus: vluchtigheid van informatie maakt dat deze niet te cruciaal kan zijn.
Hier is beleid voor nodig.
- De gemeente moet zich ervan bewust zijn dat inwoners een zo gelijk mogelijke informatiepositie hebben wanneer met hen gecommuniceerd wordt, bijvoorbeeld door altijd meerdere informatiekanalen te garanderen.
- Bij verwijzingen naar bepaalde informatie, moet deze altijd beschikbaar en toegankelijk zijn: bijvoorbeeld een website (en geen sociale media-kanalen waar je account voor nodig hebt).
- Als je actief blijft op sociale media heb je als gemeente, in geval van extreme content, een soort meldplicht. Denk aan melden bij politie of publiekelijk afkeuren van de reactie. Geldt in het bijzonder om eventuele reacties (indien het mogelijk is reacties te geven) die volgen op gemeentelijke uitingen, hierdoor heb je een bepaalde verantwoordelijkheid.
- Als je ervoor kiest sociale media-kanalen te gebruiken, ben je ook verantwoordelijk voor hoe digi-toegankelijk deze zijn – net als bij je eigen kanalen/website.
Je kunt dit niet afschuiven op het platform.
- Het is onduidelijk wat er met de directe communicatie tussen inwoners en gemeente gebeurt. Dit kan privacy-schending tot gevolg hebben.

Aanbevolen kaders

De kernbevindingen hebben geleid tot de volgende aanbevolen kaders bij de inzet van sociale media:

- Wees terughoudend met het gebruik van sentimentanalyses wanneer dataverzameling- en verwerking niet geheel duidelijk is en rapportage ervan tot beleidswijzingen kan leiden. Wees hierin zo transparant mogelijk.
- Stel een bewaarstrategie op voor uitingen en reacties op sociale media-kanalen.
- Garandeer altijd meerdere informatiekanalen om ongelijkheid in informatiepositie te voorkomen.
- Zorg ervoor dat er alleen verwezen wordt naar altijd openbaar toegankelijke informatie, zoals websites (nooit verwijzen naar bijv. X-bericht of Instagram-bericht).
- Zorg dat je een plan hebt hoe om te gaan met (extreme) reacties op gemeentelijke uitingen.
- Blokkeer, als dat kan, de mogelijkheid om via directe berichten van sociale media te communiceren met de gemeente i.v.m. onduidelijkheid verwerking van deze data.
- Zet, in samenwerking met andere overheden en de pers, in op het ontwikkelen van een alternatief voor Twitter/X om persberichten te verspreiden, en de mogelijkheid voor de pers om zich selectief te abonneren op dergelijke berichten.

Conclusie

De inzet van sociale media door de gemeente Groningen moet zorgvuldig worden overwogen, met aandacht voor de ethische kaders die in dit rapport zijn geschetst. Door deze kaders te volgen - en zelfstandig periodiek de publieke waarden die belangrijk zijn voor de gemeente bij langs te gaan - kan de gemeente een evenwichtige en verantwoorde strategie ontwikkelen voor het gebruik van sociale media.

