

Hoe schrijft u een bericht van waarde?

Pieter Flieringa

Sinds de mens heeft leren schrijven, is hij bezig geweest met het vastleggen en beschrijven van waargenomen verschijnselen om zich heen, zowel verklaarbare als onverklaarbare. Hij beschrijft zijn waarnemingen binnen zijn mogelijkheden, zijn kennis en kunde. Hoe groter zijn kennis en beter zijn kunde, hoe nauwkeuriger de vastlegging van de werkelijkheid is en hoe beter de kwaliteit van zijn gegevens.

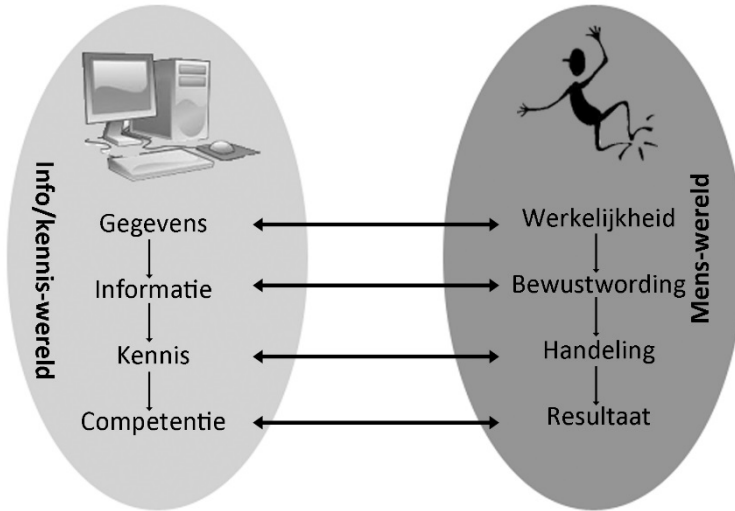
De mens functioneert dus als de vastleggende actor van gegevens. Maar deze mens kan ook fouten maken. Zeker in de snelheid van berichtgeving op online media, is de foutmarge groter geworden. Elke burger, maar ook ambtenaar, kan binnen luttele seconden een bericht (gerucht) de wereld in helpen. In een tijd waarin gemeenten meer gaan communiceren via sociale media, is het niet alleen belangrijk om goed te kunnen duiden welke informatie online wordt gevonden, maar nog meer om zelf als betrouwbare zender er zeker van te zijn dat alle berichten van de gemeente juist en volledig zijn en mogelijk waarde toevoegen aan de communicatie.

Van werkelijkheid naar resultaat

Voor het uitwisselen van gegevens maakt de mens (en/of machine) gebruik van het communicatiemechanisme. Bij communicatie wordt de gegevensverzameling verpakt in berichten (boodschappen) door de zender en uitgepakt door de ontvanger. Dit is het basisprincipe van communiceren: zender – boodschap – ontvanger. Een bericht kan een gesproken zin zijn, een geschreven boek, een e-mail, een databasebestand, een tweet, enz. De ontvanger zal de gegevensverzameling van het bericht uitpakken binnen de mogelijkheden van zijn kennis en kunde.

De boodschappen, of gegevens, zijn echter een afbeelding, een representatie, van de werkelijkheid. De werkelijkheid van de zender. De kwaliteit van deze gegevens wordt beperkt door de kennis en kunde van de vastleggende actor (mens en/of machine) binnen de context van de waarneming.

Informatie is de verzameling van gegevens die bijdraagt aan de bewustwording (het kennisbeeld) van de ontvangende actor. De kwaliteit van de informatie wordt beperkt door de kennis, kunde en de beleving van de ontvanger. Deze hebben vervolgens weer direct invloed op de handeling van de mens en het resultaat dat hij daarmee bereikt.



Afbeelding 31: info/kennis-wereld versus mens-wereld

Binnen dit hoofdstuk wordt sociale media gedefinieerd als: het gebruik van een of meer gemeenschappelijke communicatiekanalen (zoals Twitter, Facebook, Yammer) door een community (twee of meer actoren) met een gemeenschappelijk gebruiksdoel (interesse), binnen een specifieke en tijdelijke context (groepsgedrag). Sociale media in enge zin dus. Daarnaast zal binnen dit hoofdstuk gebruik gemaakt worden van voorbeelden met behulp van fictieve Twitterberichten, maar deze zijn evengoed van toepassing op alle sociale media.

De waarde van een bericht

Een Twitterbericht is een tekstbericht van maximaal 140 karakters, het geen een beperking kan zijn voor de kwaliteit van het bericht. Een Twitterbericht wordt verzonden vanaf één zender naar een specifieke ontvanger (Directcasting), een specifieke groep van ontvangers (Narrowcasting) of in het algemeen naar iedereen die geïnteresseerd is (Broadcasting).

De waarde van een bericht wordt gerelateerd aan het doel dat een zender wil bereiken:

- Het veranderen van de bewustwording van de ontvanger(s).
- Het beïnvloeden van het handelen van de ontvanger(s).
- Een combinatie van beide.

In alle drie de gevallen is het belangrijk om goed na te denken over het bericht dat je gaat plaatsen.

Een voorbeeld van een fictief Twitterbericht dat beoogt het gedrag van mensen te veranderen:

Hoera, de kadernota Sociaal is aangenomen, vanaf nu is de WMO beter geregeld! Maak er gebruik van!

Voor veel mensen zal de boodschap in dit bericht niet duidelijk zijn. Vooral omdat het hier gaat om specifiek zendjargon, of taalgebruik, van de zender. Voor veel mensen heeft dit bericht dus geen informatiewaarde en draagt het niet bij aan enige bewustwording. Vrij weinig mensen zullen immers weten wat er in de kadernota Sociaal staat en wat de WMO precies inhoudt. Mensen die hier gebruik van zouden kunnen maken, maar dat niet weten, zullen hun gedrag dus niet aanpassen.

Naast de 'klare taal' is ook de juistheid en/of de volledigheid van het bericht van invloed op de waarde van het bericht. Geeft het bericht een reële afbeelding van de werkelijkheid (juistheid) en geeft het bericht alle gegevens die van toepassing zijn (volledigheid)? De beperking van het bericht tot 140 karakters kan de juistheid en volledigheid beïnvloeden.

Een voorbeeld een Twitterbericht afkomstig van een gemeente (betrouwbare bron):

De Hoofdweg is in verband met werkzaamheden deze week gesloten.

De automobilist die van plan was boodschappen te gaan doen op de Hoofdweg zal blij zijn met het bericht. Hij zal niet naar de Hoofdweg gaan, of in ieder geval niet met de auto. Dit bericht is van waarde voor de automobilist, maar is de fietser ook tevreden? Voor de fietser is het bericht wellicht niet volledig.

De Hoofdweg is in verband met werkzaamheden voor al het gemotoriseerde verkeer deze week gesloten.

Dit bericht is voor alle verkeersdeelnemers volledig, zowel voor de automobilist als de fietser. Zij weten waar ze rekening mee moeten houden. Het bericht heeft waarde voor de verkeersdeelnemers. Maar is het bericht ook juist? Zijn de winkeleigenaren ook tevreden?

De Hoofdweg is in verband met werkzaamheden voor al het gemotoriseerde verkeer deze week gesloten. De winkels zijn voor fietsers en voetgangers bereikbaar.

Met het laatste bericht kunnen alle betrokken partijen tevreden zijn. Zowel de verkeersdeelnemers als de winkeleigenaren. Het bericht is juist en volledig, in klare

taal gesteld en afkomstig van een betrouwbare bron (zender). Het bericht heeft waarde voor de gehele doelgroep van ontvangers (community).

Ook dit voorbeeld laat zien dat het heel belangrijk is om een boodschap goed te formuleren. En zelfs 140 tekens laten voldoende ruimte voor een goede, begrijpelijke, boodschap met waarde!

Betrouwbaarheid van de zender

Een belangrijke factor voor de waarde van een bericht is de betrouwbaarheid van de zender. Een bericht van een gezaghebbend persoon zal sneller van invloed zijn dan dat van een onbekend persoon. De gemiddelde Nederlander schat de betrouwbaarheid van de (semi)overheid hoog in. "Indien die 'instantie' dat zegt dan zal het wel kloppen."

Zo zal het volgende fictieve Twitterbericht van de gemeente als betrouwbaar worden gewaardeerd. Er is immers geen enkele reden om aan te nemen dat het bericht onjuist is.

Er is geen ruzie gaande tussen de voorzitters van de voetbalclub 010 en de voetbalclub 020.

Indien een betrouwbare zender echter te vaak een onbetrouwbaar bericht verstuurt, dan verliest deze zijn goede naam en faam. Dit kan zelfs al na één onbetrouwbaar (foutief) bericht gebeuren. Is eenmaal de goede naam en faam verloren, dan zal deze slechts met zeer veel moeite kunnen worden terugverdiend. Het is dus zaak ervoor te zorgen dat het bericht van goede kwaliteit is, juist en volledig, duidelijk en eenduidig.

Goede beveiliging is cruciaal

Een goede beveiliging draagt bij aan de betrouwbaarheid van de zender. Het is daarom erg belangrijk om goede wachtwoorden te gebruiken. Accounts worden vaak nog zwak beveiligd met (slechts) een naam en wachtwoordcombinatie. Veel gekozen wachtwoorden zijn bijvoorbeeld: '123456', 'password', 'welkom', 'qwerty', 'abc123'. Het is belangrijk om een goede combinatie te kiezen, deze geheim te houden en regelmatig het wachtwoord te wijzigen.

Vaak worden Twitteraccounts daarnaast door meer dan een persoon gebruikt en is de naam- en wachtwoordcombinatie bij een groep bekend. Daarnaast is het maar de vraag, of het wachtwoord regelmatig wordt wijzigen, immers dat is omslachtig en de groep moet op de hoogte gebracht worden. De kans dat er misbruik van een

Twitteraccount wordt gemaakt is daarom zeer reëel en schaadt direct de goede naam en faam van de zender (instantie).

Eenmaal misbruik van het account en het account zal altijd als onbetrouwbaar worden beschouwd. Een nieuw account is doorgaans dan de oplossing.

Manipulatie van berichten

Het nadeel van digitale berichten is dat deze eenvoudig gemanipuleerd kunnen worden. Dit kan gebeuren bij de zender (per ongeluk of bewust), in het communicatiekanaal en bij de ontvanger. Feitelijk kan dit op meer plaatsen, maar voor de eenvoud wordt het beperkt tot deze drie.

Het is mogelijk Twitterberichten op internet te onderscheppen met behulp van goede IT-kennis, apparatuur, programmatuur en gelegenheid. Dit is echter vaak een kostbare aangelegenheid en gezien de omvang van het Twitterverkeer zeer complex. Deze digitale manipulatie (aanval) is vaak op een zeer specifieke zender gericht en komt zelden in de openbaarheid. Zowel de zender als de ontvanger kunnen weinig ondernemen tegen deze vorm van manipulatie. Twitter is immers een 'open' communicatiekanaal en een oplossing als versleutelen van het bericht (crypto) is binnen een open communicatiekanaal ongewenst.

De ontvanger is bovendien niet (digitaal fysiek) gekoppeld aan de zender en zodoende kan de zender niet controleren welk bericht de ontvanger heeft ontvangen. Dit geldt overigens ook voor e-mail. De ontvanger kan beweren het volgende bericht te hebben ontvangen van de gemeente:

Er is een ruzie gaande tussen de supporters van de voetbalclub 010 en de voetbalclub 020.

Het lijkt sterk op het verzonden bericht (eerder voorbeeld), maar is subtiel gemanipuleerd zodanig dat de informatie van het bericht geheel anders is. Deze vorm van manipulatie kan overigens op een hele eenvoudige manier plaatsvinden, door middel van een retweet op Twitter. Helaas is dit niet te voorkomen en kan het alleen achteraf, door het overleggen van de archieven, worden weerlegd. Het voorkomen van moedwillig foutieve retweets is dus slechts achteraf te corrigeren.

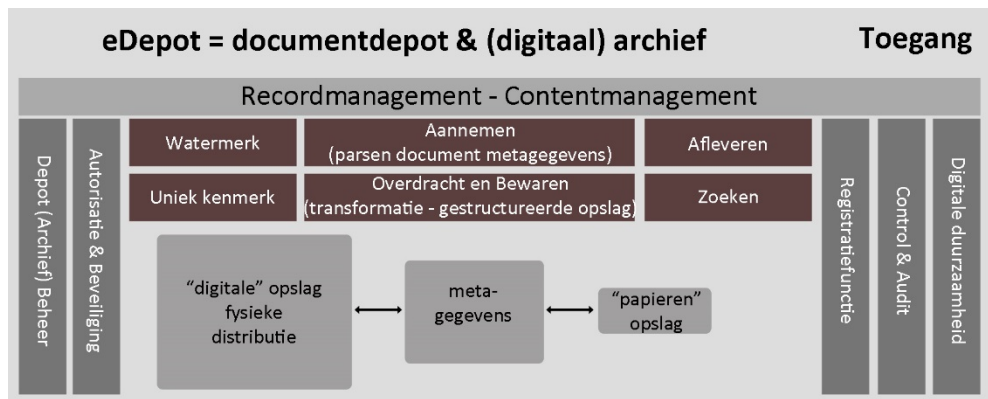
Archiveren van digitale berichten verplicht en noodzakelijk

De (semi) overheid is, onder meer, verplicht alle (externe) communicatie te archiveren en te bewaren ten behoeve van de reconstructie van het handelen. Ook binnen de digitale archieven kunnen de digitale berichten echter worden gemanipuleerd.

Bij het archiveren van de Twitterberichten kan daarom gebruik gemaakt worden van het digitale watermerk, dit is een wiskundige permutatie (hashgetal) van het bericht. De eerste gemeente voorbeeld tweet kan een digitaal watermerk van (bijvoorbeeld) 87587742 hebben en het gemanipuleerd bericht 33743640. Eenvoudig valt dan aan te geven dat het ontvangen bericht niet het originele verzonden bericht is.

Het digitale watermerk is niet enkel het berekenen en opslaan van het (openbare) hashgetal maar bestaat ook uit een (geheim) controlegetal en berichtkenmerk. Het digitale watermerk vereist een aanpassing van de traditionele digitale archieven.

Schematisch ziet het digitaal archief er als volgt uit:



Afbeelding 32: een schematisch weergegeven digitaal archief

Een goede archivering waarborgt de betrouwbaarheid, goede naam en faam van de zender en draagt bij aan de informatiewaarde van de berichten.

Bedenk wel dat archiveren een kostbare aangelegenheid is, vooral wanneer we praten over de digitale duurzaamheid. De digitale duurzaamheid moet ervoor zorgen dat de digitale archiefstukken ook aan het einde van de archieftermijn leesbaar voor de mens zijn. Om de archiefkosten beheersbaar te houden, is het verstandig een gedegen archiefplan te ontwikkelen waarin de volgende vragen worden beantwoord (zie ook de archief wet en regelgeving):

- Wat gaan we archiveren?
- Waarom gaan we archiveren?
- Wat is de relatie met de bedrijfsvoering?
- Hoe gaan we archiveren?
- Hoe lang gaan we archiveren (archieftermijn)?
- Hoe bewaken we de digitale duurzaamheid?

- Hoe beheren we het archief?
- Hoe controleren we het archief?
- Hoe ontvangen we de (digitale) archiefdocumenten (sociale media)?
- Hoe geven we de archiefdocumenten uit?

Het is aan te raden het archiefsysteem (archief en archieffunctie) incrementeel te ontwikkelen, waarbij elk increment een werkend (onvolledig) archiefsysteem oplevert, zodanig dat de bedrijfsvoering het (deel)systeem kan gebruiken. Bij het ontwikkelen van het archiefsysteem zijn de volgende aandachtsgebieden van belang:

- Datamodel voor metagegevens. Wat wordt er van de archiefstukken vastgelegd? Daarbij is extra aandacht voor de reconstructie van het bedrijfskundig handelen van de organisatie.
- Fysieke opslag. Hoe worden de (digitale) archiefstukken opgeborgen? Fysiek in een papieren archief, digitaal in een database, digitaal op een schijvenarray, etc.?
- Aannemen. Hoe moeten de documenten worden aangeleverd: op papier of digitaal? Indien digitaal: in welk binair formaat, het origineel zoals ms-word, pdf of geconverteerd zoals het TIFF-formaat (of een combinatie van de formaten). Hoe worden de metagegevens vastgesteld: geautomatiseerd en of handmatig? Wordt er een watermerk toegekend, etc.?
- Registratiefunctie. Dit is de feitelijke archieffunctie. Is een document eenmaal geregistreerd, dan kan de bedrijfsvoering het bestaan van het document niet meer ontkennen.
- Zoekfunctie. Hoe worden de archiefdocumenten teruggevonden? Er zijn vele zoekmethoden en software beschikbaar, maar deze zijn vaak kostbaar en moeilijk in gebruik.
- Afleveren. Worden de berichten (documenten) afzonderlijk uitgegeven of worden ook de samengestelde berichten (gesprekken) uitgegeven? Dit is zeer afhankelijk van het gekozen datamodel voor de metagegevens en de bedrijfsvoering.
- Autorisatie en Beveiliging. Wie mag de documenten aanleveren, wie mag deze opvragen, wie mag het archief beheren en hoe wordt het archief beveiligd?
- Controle en Audit. Wat is er benodigd om het archief te kunnen controleren en/of auditen volgens de wet en regelgeving en de wensen en eisen vanuit de bedrijfsvoering?
- Digitale duurzaamheid. Dit is het moeilijkste probleem van de digitale archieven. Hoe zorgen we ervoor dat de archiefdocumenten ook na jaren nog (door de mens) leesbaar zijn? Helaas is dé oplossing nog niet gerealiseerd en zal de digitale duurzaamheid periodiek moeten worden gecontroleerd dan wel aangepast.

Hoe en in welke incrementen de ontwikkeling van het archiefsysteem kan worden verdeeld, is afhankelijk van de bedrijfsvoering (benodigde archieffuncties) en het al dan niet bestaan van een (onvolledig) archiefsysteem.

Conclusie

De waarde van een online bericht is van vele (f)actoren afhankelijk. Het is daarbij belangrijk om als overheid er zoveel mogelijk aan te doen dat een bericht allereerst voor alle ontvangers begrijpelijk is. Stop dus tijd in een goed bericht. Het bericht moet daarnaast betrouwbaar kunnen zijn. Zorg er dus voor dat de kans dat een bericht gemanipuleerd wordt, zo klein mogelijk is. Tot slot is een goede archivering van berichten heel belangrijk vanuit het oogpunt dat manipulatie vrij eenvoudig is en dus voor de goede reconstructie van de juiste en volledige communicatie.

Over Pieter

Ir P. (Pieter) Flieringa heeft in 1977 de officiers opleiding aan het Koninklijk instituut voor de marine te Den Helder afgerond. Daarnaast heeft hij in 1990 de studie computertechniek aan de Technische Universiteit Delft afgerond en in 1994 de Postdoctorale opleiding tot EDP-Auditor richting Information System Auditor aan de Vrije Universiteit Amsterdam.



In de periode 1980 tot 1998 heeft hij diverse functies vervuld binnen de Koninklijke marine en is hij betrokken geweest bij reorganisatie projecten en het ontwerp en de realisatie van de architecturen van de daarbij behorende informatie systemen. Op dit moment is Pieter werkzaam als zelfstandig adviseur en betrokken bij een tal van architectuur projecten op het grensgebied van bedrijfsvoering en informatievoorziening binnen de overheid en gezondheidszorg. Hij is eigenaar van PUF Holding B.V.

@PFlieringa

[nl.Linkedin.com/pub/pieter-flieringa-ri/0/51a/301](https://nl.linkedin.com/pub/pieter-flieringa-ri/0/51a/301)