

Hoe vrijblijvend is het gebruik van sociale media?

Roy Johannink, Eveline Heijna en Miranda Brummel

De kern van dit hoofdstuk vindt zijn oorsprong in het handboek 'Sociale media veranderen het Veiligheidsdomein'.¹ Dit handboek is een verdieping van de eerder uitgegeven kennispublicaties 'Veilig omgaan met sociale media' van 2011, 2012 en 2013. De focus in de publicaties en het handboek ligt op de veranderingen die sociale media in het veiligheidsdomein teweegbrengen. Eén van die blijvende veranderingen is de impact op juridisch vlak. In dit hoofdstuk proberen we drie juridische vraagstukken rondom sociale media verder uit te diepen met kaders, richtlijnen of roepen we op tot discussie.

Het gaat over deze drie vraagstukken:

1. Uitingen van bedreigingen op sociale media.
Er leven veel vragen over de strafbaarheid van agressie via sociale media. In principe geldt dat alles wat niet-digitaal strafbaar is, ook strafbaar is als het via sociale media gebeurt.
2. Het plaatsen van foto's van verdachten of slachtoffers.
Mag je een foto van een verdachte of slachtoffer online plaatsen? Wat betekent dat voor de privacy van de dader of het slachtoffer?
3. Onjuiste informatie plaatsen.
Ben je strafbaar als je onjuiste informatie op sociale media plaatst, waardoor de hulpdiensten onterecht uitrukken naar het incident?

Bedreigende, discriminerende en beledigende uitingen via sociale media

Agressie via sociale media is veelal direct tegen een persoon of organisatie gericht. Daarom zal de agressie veelal op persoonlijke pagina's van werknemers en organisaties plaatsvinden, zoals een Twitter- of Facebook- account. Dan weet de afzender immers dat de boodschap ook wordt gelezen. Agressie en bedreigingen via sociale media zijn, net als 'offline' agressie strafbaar. De bedreiging moet in dat geval van dien aard zijn en onder zodanige omstandigheden zijn geschied, dat bij de bedreigde persoon de redelijke vrees kon ontstaan dat de bedreiging ook uitgevoerd zou worden.

¹ Het gaat over hoofdstuk 11 van Sociale media veranderen het Veiligheidsdomein, dat mede is geschreven door Jessica de Jong. Zij was destijds medewerker bij het expertisecentrum Veilige Publieke Taak (eVPT). Het eVPT adviseert, informeert en ondersteunt werkgevers met een publieke taak, opdat hun werknemers veilig hun werk kunnen uitvoeren. Zij ontwikkelde voor het eVPT verschillende kennisdossiers voor de website. In die hoedanigheid heeft zij een kennisdossier sociale media en agressie en geweld ontwikkeld en een bijdrage geleverd aan dit boek.

Het maakt hierbij niet uit als een bedreiging via sociale media op een indirecte manier plaatsvindt. Zo vormde het plaatsen van een tekst op internet waarin werd gesuggereerd dat liquidatie van onze premier verstandig zou zijn, een strafbare bedreiging. Agressie en bedreigingen via sociale media kunnen altijd plaatsvinden. Of een dergelijk bericht binnen of buiten werktijd wordt geplaatst, doet er hierbij niet toe. Het gaat om de relatie van de bedreiging tot de functie en werkzaamheden van de werknemer of de organisatie.

Agressie en bedreiging die direct gerelateerd kunnen worden aan de functie en werkzaamheden van de werknemer of organisatie valt als risico onder psychosociale arbeidsbelasting van de werknemer. Een organisatie dient zich hierop voor te bereiden. Het Burgerlijk Wetboek (BW) schrijft in artikel 7:611 voor dat een werkgever zich moet houden aan 'het beginsel van goed werkgeverschap'. En artikel 7:658 BW stelt dat de werkgever een zorgplicht heeft voor zijn medewerkers. Deze bepalingen zijn verduidelijkt door jurisprudentie waarbij een werkgever aansprakelijk is gesteld voor geleden schade. Op basis daarvan is gesteld dat bij agressie via sociale media een werkgever erop moet letten dat:

- Onderzocht is welke schadeveroorzakende gebeurtenissen zich zouden kunnen voordoen (risicoanalyse).
- Op basis van deze risicoanalyse zorgvuldig afgewogen preventieve maatregelen zijn getroffen.
- Er goede opvang en nazorg geboden is.

De gemeente is als werkgever daarmee wettelijk verplicht risico's op psychosociale arbeidsbelasting zoveel mogelijk te beperken. Hieronder vallen ook het beperken van de gevolgen van uitingen van agressie via sociale media. Meer informatie over de verantwoordelijkheid van de werkgever is opgenomen in het handboek *Sociale media veranderen het veiligheidsdomein*.

Hoe nu om te gaan met bedreigingen via sociale media?

Belangrijk is om met medewerkers in gesprek te gaan over de vraag welke typen agressie er via sociale media voorkomen, op welke sociale media dit gebeurt, welke gevolgen dit heeft, et cetera. Werkgevers kunnen ook met andere organisaties spreken over agressie via sociale media en zo ervaringen en *best practices* uitwisselen. De volgende stappen zijn te doorlopen om te voldoen aan de Arbwet als het gaat om agressie via sociale media:

1. Risicoanalyse - Inventariseer de risico's van agressie via sociale media door met medewerkers in gesprek te gaan.

2. Visie - Maak op basis van de risicoanalyse uit stap 1 een plan van aanpak met daarin een visie over de aanpak van agressie via sociale media. Belangrijk is om dit in gesprek met de werkvloer te doen. Het gebruik (zowel type, aard als frequentie) van sociale media verschilt namelijk per medewerker.
3. Normen - Wat medewerkers ervaren als agressie en wat ze aan maatregelen nodig hebben of achten, verschilt. Het vaststellen van normen helpt daarbij. Wat is acceptabel via sociale media en wat niet? En wat moet en mag een medewerker doen bij overschrijding van de norm? Mag hij of zij direct reageren of dient dit eerst met de leidinggevende te worden besproken?
4. Gedragscode - De houding en het gedrag van werknemers kan ook leiden tot escalatie van agressie via sociale media. Een gedragscode over hoe je je gedraagt op sociale media is daarmee eveneens een onderdeel van preventief beleid.
5. Werkafspraken - Vervolgens is belangrijk dat teams en leidinggevendens goed samenwerken als het gaat om het voorkomen van agressie via sociale media. Er dienen concrete werkafspraken over omgang met sociale media gemaakt te worden; alleen dan wordt beleid effectief.

Enkele suggesties voor de invulling hiervan:

- a. Leidinggevendens besteden minimaal één keer per jaar aandacht aan het gebruik van sociale media en agressie.
 - b. Teams maken gezamenlijk afspraken over gebruik van sociale media en reactie op agressie.
 - c. De teamafspraken worden vastgelegd en jaarlijks geëvalueerd.
6. Actief aanpakken - Wijs medewerkers aan die verantwoordelijk zijn om agressie via sociale media aan te pakken: dit gaat over het bespreekbaar maken, stimuleren en het melden van agressie en het bieden van nazorg. Dit kan een communicatiemedewerker zijn, maar ook een preventiemedewerker of een Arbocoördinator.
 7. Opvang - Agressie via sociale media is ondanks allerlei voorzorgsmaatregelen niet zomaar te voorkomen. Het is daarom van belang dat de impact van de agressie of bedreiging beperkt wordt door een juiste reactie. Opvang nadat agressie via sociale media heeft plaatsgevonden, is ook belangrijk. Het kan ingrijpend zijn om bedreigd te zijn via sociale media.
Bedrijfsopvangteams kunnen bij deze opvang een belangrijke rol spelen. De juiste opvang kan worden geboden door vooraf na te denken over de volgende zaken:
 - a. Welke zorg heeft de agressief bejegende of bedreigde werknemer nodig?
 - b. Welke reactie kan en moet richting dader gegeven worden?
 - c. Wat is nodig om de situatie veilig te stellen? Is bijvoorbeeld beveiliging nodig?
 - d. Wie dienen ingeschakeld te worden (bijvoorbeeld politie) en hoe wordt met hun samengewerkt?

8. Actie ondernemen - Ook niet onbelangrijk is het geven van een daadkrachtige reactie naar de afzender van het bedreigende of agressieve bericht. Dit is niet concreet in de Arbowet opgenomen. Wel zijn de Eenduidige Landelijke Afspraken (ELA) opgesteld. De ministers van Justitie en Veiligheid en Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties en vertegenwoordigers van veertien verschillende sectoren hebben zich door ondertekening van deze afspraken gecommitteerd aan verschillende aspecten van afhandelen, zoals melden, registreren en schade verhalen.

Als werkgever kunt u hier op verschillende manieren invulling aan geven:

- a. Melden en registreren van incidenten bevorderen. Dit is extra belangrijk bij sociale media, omdat lang niet altijd duidelijk is dat agressieve uitingen op sociale media ook een vorm van agressie is en dus gemeld en geregistreerd moet worden. Alleen zo krijgt een organisatie zicht op de omvang van agressie via sociale media, kan een incident afgehandeld worden en het organisatiebeleid bijgesteld worden.
- b. Reactie richting afzender geven. Er dienen afspraken gemaakt te worden over hoe gereageerd wordt naar een afzender van agressieve of bedreigende uitingen via sociale media. Dit kan een verzoek tot stoppen zijn, maar bij ernstigere uitingen, zoals een doodsbedreiging, kan dit ook een contact- of pandverbod zijn. De werkgever dient bij een strafbaar feit aangifte of melding bij de politie te doen, net als bij niet-digitale agressie. Bedenk hierbij dat wanneer de gedraging niet digitaal gepleegd zou zijn, het dan ook als strafbaar feit beschouwd wordt. Als dit het geval is, doe dan aangifte! De politie verzorgt dan, in overleg met het Openbaar Ministerie, de opsporing. De politie heeft niet onbeperkt mogelijkheden om een anonieme dader, bijvoorbeeld via het IP-adres, op te sporen. Hiervoor hebben zij toestemming nodig van de Officier van Justitie.

Het verhalen van schade gaat via dezelfde procedure als bij niet-digitale delicten. Slachtoffers kunnen immateriële schade vorderen voor de angst en het leed die hen door het strafbare feit is aangedaan.

9. Training en Voorlichting - Een laatste punt is training en voorlichting. Laat sociale media een integraal onderdeel worden van de agressiehanteringstraining, training in de-escalatie, voorlichting en instructie. Bespreek wat gepaste reacties zijn op agressief gedrag via sociale media. Ga ook bij de training over het beperken van agressie in op agressie via sociale media.

Sociale media en privacy

Met de komst van sociale media zijn de meest pikante en aanvullende details over crisissituaties snel te vinden. Denk daarbij bijvoorbeeld aan: foto's, filmpjes, geluidsfragmenten, namen of andere persoonsgegevens van daders en slachtoffers. Via Twitter, Facebook of YouTube is alles bijna al bekend, voordat de overheid is

ingelicht over het incident. Bij een incident verschijnen vaak binnen het half uur namen en foto's van slachtoffer(s) en/of verdachte(n) op sociale media.

Met name het privacybelang speelt in deze zeer sterk. In het artikel *'Politie kiest steeds vaker opsporingsbelang boven privacy'* van het Algemeen Dagblad van maandag 29 juli 2014 is te lezen dat de politie (in afstemming met justitie) steeds vaker het opsporingsbelang verkiest boven het privacybelang. *"De politie heeft voor de tweede keer in korte tijd een foto van een verdachte op internet geplaatst, enkele uren nadat hij een overval zou hebben gepleegd."* In het artikel komt advocaat Inez Weski aan het woord. Ze vindt het plaatsen van een foto buitenproportioneel, of het moet vallen binnen bepaalde voorwaarden: *"Iemand moet bijvoorbeeld een gevaar vormen voor het publiek. En er moeten weinig andere mogelijkheden zijn om iemand op te sporen."* Het zijn twee voorwaarden waar volgens het artikel steeds minder vaak rekening mee wordt gehouden. Of sociale media (lees: de snelheid en het bereik van deze middelen) hier de oorzaak van zijn, daar gaat het artikel niet op in. Maar het is voorstelbaar.

Een ander belang waar privacy soms voor moet wijken is nieuwswaarde, zo valt te lezen op www.websiteusmentis.com van ICT-jurist Arnoud Engelfriet. Ook al mogen foto's en filmmateriaal niet worden gepubliceerd zonder toestemming van de persoon die op de foto of film staat, Engelfriet zegt dat soms het privacybelang van de persoon op de foto door de rechter wordt afgewogen tegen de nieuwswaarde van de publicatie. Maar wanneer heeft iets nieuwswaarde? In het geval van incidenten is het voorstelbaar dat bijna alle foto's en filmpjes nieuwswaarde hebben. Maar wat vinden nabestaanden daar van? Slachtofferhulp Nederland is daar duidelijk over in haar onderzoek *'Publiek bezit tegen wil en dank'*, de privacy van slachtoffers en nabestaanden is in de praktijk slecht beschermd in de media.

Nu burgers besluiten zelf film- of fotobeelden van verdachten te delen via sociale media, betekent dit dat privacy nog slechter wordt beschermd in de sociale media? En wat voor betekenis hebben deze beelden voor de maatschappelijke impact. Zaken als het gefilmde geweldsincident rondom de bekende voorbeeld van de kopschoppers in Eindhoven roepen bij burgers veel reacties op. Dit lijkt zijn weerslag te hebben op het aantal meldingen van geweld bij Meld Misdaad Anoniem.² Volgens de directeur van de anonieme meldlijn gaan de gesprekken steeds vaker over gewelddadige delicten die veel publieke verontwaardiging oproepen.

Maar met de snelheid en het bereik van sociale media zullen we steeds vaker de volledige beelden zien van slachtoffers en/of daders. Zonder balkjes. Of het nu gaat

² www.rbenw.nl/politie/2235-toename-anonieme-meldingen-geweld

over de bestormers van het Maasgebouw bij De Kuip, of om Robert M. in de Amsterdamse Zedenzaak. Het privacybelang gaat steeds vaker ondergeschikt worden, door media én door de maatschappij. Of dit terecht of onterecht is, is aan de rechter om te bepalen.

In de uitzending van Hollandse Zaken van 13 juni 2013 is stil gestaan bij de gevolgen voor de verdachten. Hierbij is onder meer gesproken over de vraag: hoe heilzaam is internet bij het opsporen van overvallers en geweldplegers? En wat als er twijfels bestaan over de beschuldigingen? Vier jongens uit Krimpen aan den IJssel worden in april 2013 beschuldigd van de mishandeling en beroving van een meisje van 9 jaar oud. Ze worden binnen een paar dagen met naam en toenaam op internet gezet als 'de helden van Krimpen' en daarna in het dorp scheef aangekeken. De vader van één van de jongens uit Krimpen legt in Hollandse Zaken uit wat 'vogelvrij op internet' betekent voor zijn leven. Het is niet geheel vreemd dat familieleden van verdachten of slachtoffers de gevolgen ondervinden van een incident. De familie van een 'ponyplet-filmer' waarin pony's door volwassenen worden bereiden, heeft zelfs moeten onderduiken onder andere als gevolg van bedreigingen en inbraak. Kortom: zelfs mensen die niets te maken hebben met het incident, ervaren de vervelende gevolgen ervan.

Er zijn incidenten bekend waarbij mensen met toevallig dezelfde naam aan een incident werden gelinkt, waarna ze allerlei negatieve reacties inclusief bedreigingen ontvingen. Misschien wordt het tijd voor een maatschappelijke discussie: wat betekent het voor de maatschappij als we zelf gebruik maken van sociale media om verdachten op te sporen? En nog belangrijker is de vraag: wat is de impact op slachtoffers? Op de familie en andere betrokkenen? En op de daders? Wanneer worden bijvoorbeeld lagere straffen gegeven, omdat verdachten al voldoende zijn gestraft op de sociale media? In hoeverre is dat een straf die zich kan meten met reguliere strafmaatregelen? Alleen die vraag al is voer voor flinke discussie.

Maar ook de overheid gebruikt sociale media bij het opsporen van daders. Rijnmondveilig.nl informeert en alarmeert de bewoners uit de regio Rotterdam-Rijnmond bij incidenten, rampen en crises 24 uur per dag, 7 dagen per week. Behalve via de website, SMS, e-mail, Twitter en Facebook wordt ook informatie verspreid via reclamebeeldschermen in de openbare ruimte. De politie heeft ze al gebruikt voor de opsporing van hooligans en daders van berovingen. Dat had een grote impact op de daders, zodat enkelen zich direct hebben gemeld.

Ook diverse deelnemers van onze workshops blijken ervaringen te hebben met mensen die foto's maken van bijvoorbeeld slachtoffers in opvanglocaties. Soms plaatsen ze deze ook op sociale media. Als Engelfriets uitleg wordt gevolgd, dan mag

dit niet. Immers: *“Elk opzettelijk filmen of fotograferen in woningen of niet-publieke plaatsen is verboden tenzij dit vooraf duidelijk is afgekondigd.”* Hij baseert zich op artikel 139f Wetboek van strafrecht. Dit levert uiteindelijk maximaal zes maanden cel op. Tijd dus om in opvanglocaties bordjes te plaatsen met “filmen en fotograferen verboden”?

Hoe nu hier mee om te gaan?

Welke impact de gevolgen hebben, is nog niet duidelijk. Bijvoorbeeld bij het incident bij Baflo, waarbij een jonge vrouw en een politieagent om het leven kwamen, deed op een gegeven moment een foto van een verdachte de ronde en de afgebeelde persoon bleek de verdachte helemaal niet te zijn. Op sociale media ben je voor altijd gelinkt aan het incident door zo'n foto. Online haal je de onjuiste link nu eenmaal niet eenvoudig weg. Op welke wijze je daar last van hebt voor de rest van je leven, is nog onduidelijk.

Naar de effectiviteit en de gevolgen van het gebruik van sociale media bij vermissingen in Nederland is (nog) geen onderzoek gedaan. Op dit moment rond een studente criminologie in samenwerking met adviesbureau VDMMP en Stichting ZoekJeMee een onderzoek af. De centrale onderzoeksvraag luidt: “Wat is het effect van het gebruik van sociale media door burgers bij vermissingen?” Onderzocht is op welke wijze burgers gebruik maken van sociale media bij vermissingen.

Volgens O'Keeffe en Clarke-Pearson (2011) zijn we ons niet bewust van de privacygevoelige informatie die op internet gezet wordt. Het kan zijn dat er te veel of zelfs valse informatie op sociale netwerken terecht komt. Informatie die online komt, blijft online staan. Maar uitgebreid onderzoek is hier nog niet naar gedaan. Maar het is aannemelijk dat je er last van kunt hebben bij sollicitaties bijvoorbeeld. En als het aan Harm Brouwer ligt, tot 2011 voorzitter van het College van procureurs-generaal, komt er in Nederland alsnog een breed maatschappelijk debat over de actieve rol van burgers bij de opsporing van misdrijven en verdachten. “We leven in een tijdperk van revolutionaire ontwikkelingen op het gebied van communicatie en informatisering en de digitalisering van de samenleving. Moderner is wat ik de ‘YouTubisering’ zou willen noemen. Burgers onderzoeken andere burgers en zetten hun bevindingen klakkeloos op het internet. Bijvoorbeeld filmpjes van hoe de buurman zwart aan het klussen zou zijn of weblogs van hobbyclubs over de vraag waarom toch niet de voor het feit veroordeelde persoon X, maar persoon Y de werkelijke dader is. Feitelijk gaat het niet alleen meer om burgeropsporing, maar meteen ook om burgervervolging.” (Uit: Social Media DNA). Wij volgen vanuit adviesbureau VDMMP Brouwer in deze: laat er maar een maatschappelijk debat komen.

Bewust verspreiden van onjuiste informatie via sociale media

Wat betekent het als nieuws nep is? Denk bijvoorbeeld aan valse vermissingen of valse beschuldigingen. En wat betekent het doorsturen van valse berichten? Wordt dit verboden net zoals op de Filipijnen nu al het geval is? Ben je strafbaar als je onjuiste informatie op sociale media plaatst over een ongeluk, waardoor de hulpdiensten onterecht uitrukken naar het incident? Geldt het doorsturen van onjuiste informatie hierover ook als strafbaar? Wat betekent het *liken* van een bericht op Facebook voor de aansprakelijkheid als het bericht als opruiend is gekwalificeerd? En hoe zit het met de oproepen tot rellen door een Twitteraar? Ook daders van schietincidenten hebben in het verleden vaak op diverse sociale media al hun daden vooraf aangekondigd. Het volgen van sociale media is nuttig om bijvoorbeeld ontmoetingsplaatsen van voetbalsupporters te achterhalen om hierdoor mogelijke problemen voor te kunnen zijn. En wat te denken van de talloze vermissingen die zijn opgelost via tips geplaatst op Twitter en Facebook.

Het is zo'n beetje de standaardzin bij een training: luisteren naar berichtgeving op sociale media vormt de basis van het achterhalen welke 'feiten' en geruchten bekend zijn. Denk hierbij bijvoorbeeld aan de klopjacht naar de daders van de aanslagen in Boston. Op diverse sites kwamen foto's online van verdachten en van ongefilterde informatie. De gemaakte fouten werden deels razendsnel gecorrigeerd door burgers, maar ook door de Amerikaanse overheid. Zo gaf de FBI een persconferentie waarmee ze expliciet wilde zorgdragen voor officiële gepubliceerde foto's om de zoektocht naar de daders verder vorm te geven. Bepaalde websites toonden vervolgens enkel en alleen deze foto's nog.

In het handboek *Sociale media veranderen het veiligheidsdomein* staat het volgende: "Toen NOS-verslaggever Jeroen Wollaars erachter kwam hoeveel onzin er op Twitter circuleerde over de moordenaar van Marianne Vaatstra - hij zou een tweelingbroer hebben die eigenlijk de dader was en hij zou met het lijk hebben rondgereden - ging hij alle verhalen checken en meldde het resultaat op Twitter. Zijn schare volgers steeg met tientallen tegelijk: hier hadden we eindelijk iemand die zin van onzin scheidde! Hier was iemand bezig die de lezers konden vertrouwen! Jeroen Wollaars voorzag in een grote behoefte. Mensen willen bij incidenten, rampen of een andere spectaculaire gebeurtenis graag alle details horen en hebben Twitter gevonden als het ideale platform om al die feitjes uitgeserveerd te krijgen. Maar het moet wel kloppen en dat blijkt op internet nog altijd lastig te filteren." En naast het filteren, is het ook mogelijk om diegene die de onjuiste informatie verspreiden aan te pakken? Dat is een punt van discussie dat we graag opwerpen.

Een bekend voorbeeld is het incident op Zuidplein in Rotterdam. Daar was het gerucht dat iemand een aanslag ging plegen in het winkelcentrum. Dat zorgde voor

veel onrust. Uiteindelijk zijn winkeliers hun winkels gaan sluiten vanwege de geruchten. Opvallend is een foto van vijf politieauto's voor een stoplicht. Dat zette een toon van "veel politie dus daar zal wel iets aan de hand zijn". Terwijl als je goed naar de foto ging kijken, bleek dit geen foto van dat moment, maar van een week eerder. Dit was een foto van een CAO-actie van de politie. Dit is als je goed kijkt, ook zichtbaar op de pamfletten op de achterrauiten van de politieauto's. De foto is echter onterecht gelinkt aan het incident.

Hoe nu hier mee om te gaan?

Waar is het nodig om informatie te controleren en de werkelijke feiten te communiceren of te voorzien van procesinformatie? Afhankelijk van de situatie moeten organisaties nadenken over de vraag op welke berichten ze wel of niet reageren. Wat zegt de bio (biografie) van de Twittergebruiker of het tijdstip van plaatsen van een bericht bijvoorbeeld over de betrouwbaarheid ervan? In welke context is het bericht geplaatst; is het wellicht grappig bedoeld³? Validatie van informatie en reageren op berichten kost de nodige tijd en aandacht, maar is van belang om te voorkomen dat onjuiste geruchten zich verspreiden en leiden tot vervelende gevolgen.

Maar kan het plaatsen van berichten via sociale media die leiden tot de onnodige inzet van hulpdiensten, worden gekenmerkt als een 'onrechtmatige daad'? Er is sprake van een onrechtmatige daad als een persoon inbreuk maakt op het recht van een ander, waardoor die ander schade lijdt. Om antwoord te geven op de vraag of het uitrukken van hulpdiensten omdat een bericht op sociale media daar onterecht aanleiding toe geeft een onrechtmatige daad is, is besloten om deze vraag via sociale media uit te zetten.

Een antwoord dat we ontvingen is een verwijzing naar het Brandweerkostenarrest HR 11 december 1992 AB 1993 3014. Daaruit blijkt dat het niet wenselijk wordt geacht door de Hoge Raad om de kosten van de inzet van hulpdiensten te verhalen op burgers. Er zijn ook gemeenten die op verzoek van hun burgemeester dit vraagstuk hebben laten onderzoeken, maar het verhalen van de kosten op burgers bleek ook hierbij weinig kansrijk. Hier komt nog bij dat de handhaving hiervan in praktijk ook lastig is.

En zou in dit kader ook niet alleen de oorspronkelijke afzender, maar ook iedereen die dit bericht retweet schuldig zijn aan het plegen van een onrechtmatige daad?

³ Een hulpmiddel bij het reageren op berichten op sociale media is de poster die Infopunt Veiligheid en VDMMP hiervoor maakten. Deze is te downloaden via: www.infopuntveiligheid.nl/Publicatie/DossierItem/76/1692/kennispublicatie-veilig-omgaan-met-sociale-media.html

⁴ <http://www.publiekrechtropolitiek.nl/brandweerkosten/>

Maar, al wordt de schade dan niet in klinkende munt bepaald, vertaald en verhaald op de burger, het feit dat dergelijke geruchten schade aan kunnen richten in welke vorm dan ook, staat vast. Tot slot, en hoe bepaal je of iets bewust of onbewuste misleiding is? De rechter zal er altijd rekening mee houden of er sprake is van opzet en of het gaat om doelbewuste misleiding. Het verspreiden van onjuiste informatie als een onrechtmatige daad te beschouwen behoeft daarmee nog wel enige nuance. Maar voer voor discussie is dit vraagstuk wat ons betreft zeker.

Over de auteurs

Roy Johannink is Senior adviseur Beleid en Onderzoek bij VDMMP

Iedereen kan bijdragen aan een veilige samenleving, van burgemeester tot burger, maar niet iedereen weet hoe. Als gedreven senior adviseur Beleid en Onderzoek met expertise op maatschappelijke veiligheidsvraagstukken en crisisbeheersing lever ik daar graag mijn bijdrage aan; door brede inhoudelijke kennis van (integrale) veiligheid en crisisbeheersing te koppelen aan een praktische en resultaatgerichte aanpak

@Hemmelhoes

Eveline Heijna is Senior communicatieadviseur bij VDMMP

Als communicatieadviseur draag ik graag bij aan de maatschappij en aan die dingen die er toe doen en mensen raken. Veiligheid is een onderwerp waar iedereen elke dag mee in aanraking komt en het is een onderwerp waar iedereen ook een mening over heeft. Dat maakt het ook tot een uitdaging voor communicatie. De afgelopen jaren heb ik mij gespecialiseerd in het communiceren op het gebied van Openbare orde & Veiligheid en Risico- & Crisiscommunicatie.

@Eefje070



Miranda Brummel is senior communicatieadviseur bij VDMMP

Communicatie binnen een dynamische omgeving, daar krijg ik energie van. Hetzelfde geldt voor de inhoud van het vak, interessante projecten en een prettige samenwerking met anderen. Mijn belangstelling voor en ervaring met het veiligheidswerkveld, zet ik graag in voor opdrachtgevers. Momenteel ben ik actief voor verschillende opdrachtgevers, met name binnen de politieorganisatie.



@MirandaBrummel

Wilt u meer weten over hoe VDMMP u van dienst kan zijn, neem dan gerust contact op via info@vdmmp.nl, of stuur een Twitterbericht aan @vdmmp. Meer informatie is te vinden op de website: www.vdmmp.nl