

To: (10)(2e) (10)(2e) [(10)(2e) @rivm.nl]; (10)(2e) (10)(2e) [(10)(2e) @rivm.nl]
Cc: (10)(2e) (10)(2e) [(10)(2e) @rivm.nl]
From: (10)(2e) (10)(2e)
Sent: Wed 5/6/2020 1:27:15 PM
Subject: Grondslag onderzoek social media
Received: Wed 5/6/2020 1:27:16 PM
[BOK Tooling online media monitoring en analyse - 3zijd.get.pdf](#)

Beste (10)(2e) en (10)(2e)

Na overleg met jullie over het zorgvuldig borgen van de privacy van mensen in het social media onderzoek van de Corona Gedragsunit, zijn we tot de volgende inzichten gekomen:

1. Coosto is als 'scrape robot' de tool die gegevens uit open toegankelijke social media geordend neerzet. Er is een VWS breed contract, dat geldig is tot medio 2021. In de bijlage de Bewerkersovereenkomst Tooling online, die er achter dit contract zit. Wordt nu uitgezocht door Inkoop of er een AVG-geactualiseerde versie van is. We hebben besproken dat als er inderdaad een breder contract ligt waar we gebruik van kunnen maken, we ervan uitgaan dat dit juridisch gezien al goed gedekt is. (10)(2e) als je nog een check wilt doen prima.
2. Indien we in de data analyse geen gebruik maken van de ID-gegevens uit het aangeleverde databestand is een deel van de privacy gevoeligheid weggenomen. Moeten we dan netjes vastleggen hoe we dat waarborgen.
3. Blijft het punt van de grondslag. Als we uitgaan van Algemeen belang als basis, dienen we aan te tonen dat het doel zich verhoudt tot de mogelijke privacy inbreuk en dat de gegevens niet op een andere wijze te verkrijgen zijn in bijvoorbeeld het onderzoek dat we al doen via vragenlijsten en interviews.

(10)(2e) en ik zijn voor wat betreft dit laatste punt op de volgende onderbouwing gekomen.

Via de social media aanpak wordt een verdiepende kwalitatieve analyse uitgevoerd, om beter zicht te krijgen op de argumenten voor en tegen, die mensen opvoeren ten aanzien van het draagvlak van de corona maatregelen van het kabinet. Door hierin beter zicht te krijgen, ontvangt beleid een breder inzicht in de beweegredenen van de Nederlandse bevolking.

'Breder' betreft hierbij een aantal aspecten:

- In de kwantitatieve analyse van de vragenlijst komt wel de mate van draagvlak naar voren, maar niet de reden waarom bijvoorbeeld dit draagvlak afneemt of toeneemt. Er wordt alleen gevraagd of men ook na 6 weken of 6 maanden nog denkt de gedragsregels te willen/kunnen opvolgen. De argumentatie voor en tegen komt in de social media beter naar voren.
- In de kwalitatieve interviews die naar aanleiding van de vragenlijstuitkomsten worden gehouden, komt slechts een heel kleine groep aan het woord (30-50 pp.). Social media worden veel gebruikt door veel doelgroepen die in het onderzoek relevant zijn (bv. jongeren) en daardoor kan een breder beeld verkregen worden hoe e.e.a. leeft.
- Door social media analyse wordt niet ingekaderd tot het bevragen van mensen, zoals met vragenlijsten of in interviews, maar wordt opgehaald wat er in brede zin over een thema wordt gedeeld.
- Social media analyse kan continu worden uitgevoerd, waardoor ook thema's die opkomen maar nog niet in maatregelen zijn opgenomen. Ter voorbereiding op beleidsvorming kunnen thema's worden signaleerd en aan beleid meegegeven, naast de wetenschappelijke kennis die over deze thema's beschikbaar is.

4. Mocht nou bovenstaande onderbouwing nog niet voldoende zijn, dan is als uiterste uitwijkmogelijkheid de volledige uitbesteding van de social media analyse aan de al benaderde instituten mogelijk. Dit zou echter een beperking in het zoekterrein betekenen (alleen Twitter) en daarnaast missen we als RIVM de mogelijkheid om te leren van dergelijke analyses.

(10)(2e), ik ben benieuwd of bovenstaande kan leiden tot een afspraak die AVG-proof is.

Vriendelijke groet,

(10)(2e) (10)(2e)

(10)(2e)

Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu (RIVM)
 Centrum Duurzaamheid, Milieu en Gezondheid (DMG)

Antonie van Leeuwenhoeklaan 9, 3721 MA, Bilthoven

Postbak^{(10)(2e)} Postbus 1, 3720 BA, Bilthoven

(10)(2e)

(10)(2e) [@rivm.nl](mailto:Postbus1@rivm.nl)