



ACHTERGRONDINFORMATIE

vzw Onderwijsinrichting van de Ursulinen te Onze-Lieve-Vrouw-Waver

voor:

Sint-Ursula-Instituut (instellingsnummers 126946, 126953, 126961)

Bosstraat 9

2861 Onze-Lieve-Vrouw-Waver

Deze nota maakt deel uit van het informatieveiligheids- en privacybeleid (IVPB).

Versie	Datum	Status	Auteur(s)	Opmerking
1.0	2018-05-25	GELDIG	A. Vanhaeren, AIV	

1 Wachtwoordbeleid – Phishing: hengelen naar gegevens ...

1.1 Wat is phishing?

Je zal zelf weleens een e-mail hebben gekregen die leek te komen van de bank of het telecombedrijf waar je al dan niet klant bij bent. In de mail wordt meestal gevraagd om op een link te klikken en dan je persoonlijke gegevens zoals naam, pincode, bankgegevens, wachtwoord... in te vullen. Waarschijnlijk word je in de mail ook gevraagd om het snel te doen. De redenen die de mail opgeeft zijn uiteenlopend maar klinken heel realistisch: bijvoorbeeld omdat je achterstaande betalingen hebt en je anders een boete krijgt, of omdat er verdachte activiteiten zijn opgemerkt omtrent het gebruik van je kredietkaart maar het kan ook gewoonweg gaan omdat ze je gegevens willen controleren.

Het aanmanen om het snel te doen is wel heel cruciaal omdat jij dan gewoon minder snel nadenkt en sneller gaat 'bijten'.

Eens je echter op de link klikt, word je naar een valse website geleid die lijkt op het officiële portaal: een *gespooft* website. Meestal een nagemaakte website met een adres dat enorm goed lijkt op de originele (voorbeeld zou zijn www.beltius.be i.p.v. www.belfius.be). Indien je daar je gegevens zou invullen, worden ze rechtstreeks naar een cybercrimineel gestuurd die uit is op jouw informatie. Het kan ook dat je via de link malware op je computer krijgt, zoals een keylogger die je informatie bijhoudt, of ransomware, die je bestanden of je volledige computer versleutelt.

Dat is een voorbeeld van phishing, maar het fenomeen beperkt zich allerminst tot die exacte situatie. Phishing is een vorm van social engineering waarbij een cybercrimineel gegevens of geld van een gebruiker probeert te stelen. En dat kan op heel veel verschillende manieren.

1.2 Soorten phishing

Phishing gebeurt meestal via e-mail, hoewel het ook via een app, valse website, of ook telefonisch kan. Hieronder de meest voorkomende soorten:

Spearphishing: Leunt erg aan bij standaardphishing, alleen gaat het hier niet om een willekeurig doelwit. Een specifiek slachtoffer wordt uitgekozen en het bericht wordt gepersonaliseerd om de persoon te doen geloven dat het om een legitieme boodschap gaat. Vaak doet men wat social engineering om jou te doen geloven dat de mail afkomstig is van je baas of van een bepaalde persoon uit je werkomgeving die je vertrouwt.

Whaling: Spearphishing, maar dan gericht op de "grote vissen": managers, directeurs, CEO's, CFO's, en dergelijke. In plaats van één werknemer in de luren te leggen, mikt deze aanval op het groffe geld. De login-gegevens van de managers kunnen immers gebruikt worden om bedrijfskritische gegevens te stelen of phishing-mails naar honderden werknemers tegelijkertijd te sturen. Wie gaat er ooit een mail weigeren die effectief van de CEO komt?

Pharming: In plaats van te vissen, kiezen sommige cybercriminelen er ook voor om te oogsten. Met pharming worden nietsvermoedende gebruikers bij het surfen omgeleid. Dat kan bijvoorbeeld door een gehackte DNS-server. Zelfs wanneer de gebruiker dan de juiste url ingeeft, wordt hij nog omgeleid naar een valse website. Doelwitten zijn bijvoorbeeld de website van je bank, of van een sociaal netwerk. Wanneer je inlogt, zijn je gegevens niet langer privé.

1.3 Hoe herken je phishing?

Enkele jaren terug was het nog niet eens bijster moeilijk om een phishing-mail te herkennen, vooral niet in het Nederlands. De taal die werd gebruikt in de mail was vaak doorspekt met spelfouten en grammaticale flaters op een manier die zelfs de grootste taalbarbaar nauwelijks kon ontgaan. De huidige trend geeft echter aan dat cybercriminelen iets meer werk steken in de geloofwaardigheid van hun phishingmails. Veel van die mails zijn haast niet te onderscheiden van de *real deal*. Je kan wel een paar stappen overlopen om twijfel uit te sluiten.

Let op de begroeting: Rudimentaire phishing-mails die in bulk worden verzonden, beginnen vaak met een heel generische begroeting, zoals "Geachte klant" of "Beste collega". Het is geen waterdicht signaal, aangezien spearphishing-mails wel gepersonaliseerd zijn, maar er moet een lampje gaan branden als het zo is.

Wat wordt er gevraagd: Een echte bank, telecombedrijf of andere instantie zal nooit via e-mail vragen om je gegevens te bevestigen, of andere informatie in te geven, via een link. Als het bovendien dringend moet, kan je ervanuit gaan dat ze zullen bellen.

Check de link: De link in phishing-mails beschrijft vaak de officiële pagina in de linktekst, maar leidt eigenlijk naar een heel andere website. Controleer de eindbestemming door over de link te zweven. Je kan de url dan linksonder in de hoek van je scherm bekijken.

Bij twijfel kan je altijd bellen naar de officiële instantie zelf. Doe dat dan aan de hand van een telefoonnummer dat je op een onafhankelijke website vindt, en dus niet het nummer dat eventueel in de mail te vinden is. Als je belt, kan de organisatie makkelijk zeggen of de mail al dan niet legitiem is en kunnen ze toekomstige klanten sneller waarschuwen voor frauduleuze e-mails.

2 Communicatiebeleid – Netiquette voor e-mails en berichten

Mediawijsheid is het geheel van kennis, vaardigheden en attitudes waarmee burgers zich bewust en kritisch kunnen bewegen in een complexe, veranderende en gemediatiseerde wereld. Het is het vermogen tot actief en creatief mediagebruik dat gericht is op maatschappelijke participatie.

(Conceptnota mediawijsheid van ministers Ingrid Lieten en Pascal Smet)

Ook in het Sint-Ursula-Instituut willen we ons bewust worden van deze gemediatiseerde wereld. Zo kunnen we het mailen niet meer wegdenken uit onze dagelijkse manier van werken. Velen besteden dagelijks heel wat tijd aan het versturen en verwerken van e-mails en berichten. Doordat dit zo snel en gemakkelijk gaat, gaan we niet altijd even zorgvuldig met dit medium om. Daarom geven we hier enkele raadgevingen mee.

Als er in deze visietekst gesproken wordt over mail, wordt zowel het versturen van een e-mail als een bericht via Smartschool bedoeld.

2.1 Het verschil tussen een e-mail en een bericht

In het Sint-Ursula-Instituut maken we gebruik van zowel e-mail als het berichtensysteem van Smartschool om te communiceren. Wanneer verstuur je nu best een e-mail en wanneer een bericht?

Een bericht in Smartschool gebruik je als je communiceert met ouders of leerlingen. Op die manier hoef je je privé-mailadres niet kenbaar te maken en kan je gemakkelijk groepen geadresseerden selecteren. Ook alle leerling- of vakgebonden communicatie tussen collega's verloopt via het berichtensysteem in Smartschool.

Aangezien je geen berichten kan sturen naar externe contacten (bijvoorbeeld voor stageplaatsen, reservaties buitenklasactiviteiten,...) gebruik je hiervoor je e-mailadres.

De administratieve medewerkers, het beleidsteam en enkele leraren beschikken over een '@sui.be' e-mailadres. Dit omdat zij ook frequent communiceren met externe contacten. Voor hen is e-mail dan ook de primaire digitale communicatietool. Daarnaast hebben we op school ook specifieke e-mailadressen die taakgebonden zijn. Hiermee bedoelen we: sos@sui.be, ict@sui.be, afwezig@sui.be, copy@sui.be, leerhuis@sui.be.

Voor digitale communicatie met deze personen of diensten gebruik je dan ook (bij voorkeur) e-mail.

2.2 Wees formeel, maar niet slordig

Bij het versturen van een mail hou je altijd rekening met het imago van de school. De gangbare spelling en grammatica moeten gerespecteerd worden.

Natuurlijk maakt het uit naar wie de boodschap verstuurd wordt - een snelle boodschap aan een collega kan informeler dan een bericht aan een ouder - maar een correcte spelling en een goede formulering is ook een teken van professionalisme. Lees een mail dus goed door vooraleer deze te versturen en gebruik, indien mogelijk, de spelling- en grammaticaconrole.

Er bestaan ook heel wat gangbare afkortingen in de school. Onder collega's kunnen deze afkortingen gebruikt worden, maar let wel op bij het sturen van mail naar externen (zowel ouders als andere betrokkenen). Zij zijn niet vertrouwd met deze afkortingen. Best is om de afkorting bij het eerste gebruik te verduidelijken, bijvoorbeeld "U neemt best contact op met de graadirecteur (GD)".

Om te vermijden dat een onvolledige mail per ongeluk verstuurd wordt, werk je best eerst de mail af en vul je de geadresseerde pas later in.

2.3 Houd je boodschap kort en blijf bij de zaak

Breng op een korte en duidelijke manier de boodschap over. Niets is zo frustrerend als een mail te lezen die tweemaal zo lang is als nodig. Beperk je daarom tot de hoofdpunten. Indien de boodschap toch te lang wordt, kunnen tussentitels gebruikt worden om de tekst leesbaarder te maken. Zet ook steeds de belangrijkste informatie of de vraag bovenaan.

Probeer bovendien maar één onderwerp per mail te behandelen. Meerdere onderwerpen worden best verspreid over meerdere mails.

2.4 Formuleer duidelijk bij het onderwerp waarover de mail zal gaan

Jouw mail komt terecht tussen een heel aantal andere mails. Vermeld daarom als onderwerp wat de inhoud is en, indien mogelijk, wat verwacht wordt van de geadresseerde(n) en tegen wanneer. Op die manier weet de ontvanger tegen wanneer input verwacht wordt en kan een bericht gemakkelijk teruggevonden worden.

Maak, indien mogelijk, een onderscheid tussen informatie die gegeven wordt en actie die verwacht wordt. Bij de hoofding "INFO – onderwerp" wordt er geen antwoord verwacht, maar bevat de mail enkel informatie, een herinnering, een aandachtspunt of een mededeling. Bij de hoofding "ACTIE – onderwerp" wordt er wel een antwoord verwacht. De mail bevat dan een vraag naar informatie, advies of een andere actie.

Het is ook handig om een terugkerende mail over een bepaald onderwerp steeds met dat onderwerp te laten beginnen. Bijvoorbeeld opendeurdag – info voor leerlingen.

Een mail die verschillende zaken omhelst, verstuur je best in verschillende mails met een toepasselijk onderwerp. Op die manier krijg je een duidelijk beeld over welke mail je een antwoord ontvangt en is het duidelijker voor de ontvanger waarover een antwoord verwacht wordt.

Verstuur nooit een mail zonder een onderwerp in de onderwerpregel aan te geven.

2.5 Kies een sobere lay-out

HOOFDLETTERS zorgen ervoor dat het lijkt alsof er wordt geroepen. Dergelijke boodschappen komen vaak agressief over. Beperk om diezelfde reden ook het gebruik van uitroeptekens. Een bepaald deel van de tekst dat moet benadrukt worden kan aangeduid worden in vetjes.

Het is ook aangeraden om niet teveel beelden en kleuren te gebruiken in mails, omdat niet iedereen de nodige programma's heeft om die weer te geven.

2.6 Gebruik 'Carbon Copy' (CC) en 'Blind Carbon Copy' (BCC) op een correcte manier

Wees matig in het gebruik van CC. De naam is afgeleid van carbonpapier en spreekt voor zich. Als je iets op carbonpapier schrijft, wordt er meteen een kopie gemaakt. De geadresseerde in CC ontvangt dus een "kopie" van je mail. Zet daarom enkel mensen in CC die bij de zaak betrokken zijn en op de hoogte moeten blijven. Deze geadresseerden worden niet verondersteld om actie te ondernemen naar aanleiding van je mail.

BCC wordt best gebruikt wanneer een mail wordt verzonden naar een lange lijst van ontvangers, zodat de ontvangers geen lange serie namen moeten zien. Dit is ook nuttig als een mail naar externen of ouders wordt gestuurd om te voorkomen dat contactgegevens van anderen verspreid worden.

2.7 Gebruik een mail niet om persoonlijk contact te vermijden

Vergeet het belang niet van persoonlijke of gesproken communicatie. Mails zijn niet geschikt om verwarde of emotionele berichten te versturen. Indien er een probleem is met een persoon, spreek die persoon dan aan. Gebruik mail niet als een middel om mensen te vermijden, niet te moeten ontmoeten of om een fout te verbergen.

Verwacht geen uitgebreid en genuanceerd antwoord op een korte vraag. Hiervoor kies je ook beter voor een gesprek als communicatiemiddel.

Gebruik mails ook niet om meteen een antwoord op een vraag te krijgen. In deze gevallen wordt sneller geantwoord via de telefoon of een persoonlijk gesprek. Stuur je toch een mail, bel de ontvanger dan om te laten weten dat hij of zij dringend een mail moet lezen en/of beantwoorden.

Ga ervan uit dat een mail ook binnen de 2 werkdagen beantwoord wordt zodat de zender niet te lang op een antwoord moet wachten. Heb je toch meer tijd nodig om te antwoorden, stuur dan een antwoord om te laten weten dat je de mail gelezen hebt maar dat je meer tijd nodig hebt om de vraag te beantwoorden.

Stel bij elke mail de vraag of dit wel het geschikte medium is voor de bijhorende boodschap.

2.8 Hou rekening met de toon van een mail

Communicatie via mail kan de nuances van de gesproken communicatie niet weergeven. Probeer daarom om niet sarcastisch te zijn want dat kan verkeerd begrepen worden.

In een poging om de intonatie van een stem weer te geven gebruiken sommige mensen emoticons. Gebruik deze echter met mate, want dit komt niet professioneel over. Ga er ook niet van uit dat een lachend gezichtje een moeilijke boodschap meer verteerbaar maakt.

2.9 Onthoud dat een mail niet privé is en door iedereen kan gelezen worden

Denk goed na over wat in een mail verteld wordt. Je boodschap kan namelijk doorgestuurd worden naar anderen, die eerst niet werden geadresseerd. Het is daarom best om de boodschap professioneel te houden. Stuur nooit een emotionele mail, maar laat dit enkele uren rusten en herlees/herwerk hem dan indien nodig. Stuur best nooit persoonlijke of gevoelige informatie over jezelf of anderen via een professionele mail. Bewaar dergelijke informatie voor privémail of bespreek het in een gesprek. Ook het melden van slecht nieuws gebeurt beter via een ander kanaal dan een mail.

2.10 Wees zuinig met het versturen van mails naar een volledige groep

Het versturen van mails naar een volledige groep is zelden een goed idee.

Stuur alleen mails naar een groep als elk lid van de groep er baat bij heeft. Gebruik de 'Allen beantwoorden'-knop alleen als er iets toe te voegen is waar de volledige groep een meerwaarde aan heeft. Ontvangers hebben geen boodschap aan een bericht waar 'Ik ook!' in staat.

2.11 Voeg contactinformatie toe

Zorg ervoor dat de ontvanger(s) we(e)t(en) wie de mail verstuurd en zorg ervoor dat ze jou opnieuw kunnen bereiken. Voeg daarom een handtekening toe met de nodige contactinformatie. Vermeld voor communicatie naar ouders en externe instanties altijd je naam, functie, adres en telefoonnummer van de school, en eventueel website van de school.

2.12 Ga weloverwogen met bijlagen om

Met de bijlagenfunctie kunnen bestanden met een mail meegestuurd worden. Dit is heel handig, maar hoe vaak gebeurt het niet dat een bijlage vergeten wordt terwijl de mail al verstuurd werd. Dit kan voorkomen worden door er een gewoonte van te maken om eerst de bijlage te selecteren en daarna pas het begeleidende bericht te schrijven. Schrijf ook altijd een begeleidende tekst bij een bijlage.

Let er op dat de bijlage niet te groot is. Grote of veel bestanden worden beter verstuurd via tools zoals www.wetransfer.com.

Geef je bijlage steeds een duidelijke naam zodat deze gemakkelijk kan opgeslagen en weer teruggevonden kan worden. De afspraken in de school hierover vind je terug in Smartschool.

Zorg er ook voor dat je niet teveel bijlagen in een mail steekt. Stel steeds de vraag of het wel effectief nodig is. Staat de informatie al op het netwerk of in een gedeelde map, dan is een link hiernaar voldoende. Zo kan onnodig geheugengebruik in de mailbox van de ontvanger en overbelasting van het schoolnetwerk vermeden worden. Bovendien hoeft de ontvanger minder handelingen te verrichten (bijlage openen, opslaan, verwijderen).