

EEN GOED VOORNEMEN

Aluminium - Roestvast Staal

LinkedIn, facebook, X, Instagram en andere sociale media zijn gemeengoed geworden in onze moderne samenleving. Onze input in dergelijke platformen en de daarop losgelaten artificiële intelligentie, alias AI, beheerst meer en meer ons leven. Ook op vele technische vlakken lijkt dit een interessante evolutie, maar ook in de wetenschap en techniek leidt dit soms tot allesbehalve menselijk intelligente situaties.



Materials
CONSULT
www.materialsconsult.be

*Ik wens u een succesvol,
gelukkig en bovenal
gezond Nieuwjaar.*

*I wish you a successful,
happy and healthy New Year.*

© Frans Vos, General Manager Materials Consult bv

Bij wijze van voorbeeld verwijs ik hier graag naar het gebruik van sociale media als platformen voor discussie en het delen van ideeën en ervaringen over schade(-analyses) aan (van) consumptiegoederen en industriële installaties. Op LinkedIn zijn er vele besloten of publiek toegankelijke groepen terug te vinden waarin wordt gedebatteerd en georakeld over faalanalyses in het algemeen, over specifieke soorten falen of over falen van specifieke componenten in het bijzonder. Zo zijn er bij wijze van voorbeeld groepen waarin heelder traktaten worden geschreven en filosofieën worden ontwikkeld over 'wrijvingsroerlassen', 'corrosie in maritieme omgevingen', 'storingsanalyse van micro-elektronische apparaten' en 'risicogebaseerde inspectie'. Maar is al die informatie in die groepen wel betrouwbaar? Zijn bijvoorbeeld alle groepsdeelnemers voldoende gekwalificeerd om een advies te geven? Is er in dergelijke groepen ook sprake van 'fake-news'? Als je in deze groepen een vraag lanceert, is het dan verstandig om je eigen antwoord en plan van aanpak samen te stellen op basis van adviezen die doorgaans vrij kort en soms zelfs tegenstrijdig zijn?

De adviezen die in deze groepen worden gegeven, moeten inderdaad met grote voorzichtigheid worden bekeken. Ja, zelfs in groepen van professionele organisaties zoals de AMPP, de Association for Materials Protection and Performance, kwam ik recent nog het volgens mij foutieve, en daardoor verwarring zaaiende zinnetje 'Roest is corrosie' tegen. Uw

welwillende aandacht is daarbij trouwens niet alleen vereist wat betreft de correctheid van de gegeven informatie. Het gaat ook over het risico op onder andere het openbaar maken van vertrouwelijke gegevens, het gratis delen van kennis terwijl daar normaal gezien een factuur tegenover staat, het trekken van conclusies op basis van onvolledige of zelfs onbetrouwbare informatie. Het zijn slechts enkele voorbeelden van de gevaren die verborgen liggen in discussiegroepen op het internet en elders. Zowel de vragenstellers als de respondenten zijn zich duidelijk niet altijd bewust van de impact van hun vragen en antwoorden. Graag geef ik u enkele concrete voorbeelden.

In een discussiegroep over corrosieverschijnselen vroeg iemand om advies over de acceptatiecriteria gerelateerd aan een gestandaardiseerde testmethode voor waterstofgeïnduceerde scheurvorming, of in het Engels 'Hydrogen Induced Cracking (HIC)'. Waar de meeste respondenten correct verwezen naar een aantal daarmee verband houdende internationale normen, beweerde één van de respondenten echter ook het volgende: "HIC is voornamelijk toepasbaar op platgewalste producten". Deze laatste informatie is niet alleen onjuist, maar kan ook leiden tot een verkeerd inzicht in de oplossing die de vraagsteller zoekt. Laten we aannemen dat de vraagsteller weinig vertrouwd is met scheurvormende mechanismen en dat hij zijn vraag stelde vanwege problemen met scheuren in buizen. In die situatie zou het antwoord "HIC is voornamelijk toepasbaar op platgewalste producten" de vraagsteller de indruk kunnen geven dat de buisscheuren waarschijnlijk niet te wijten zijn aan HIC. Gelukkig leverden in dit geval enkele andere respondenten nuttigere en correctere informatie, maar aan de meeste groepsdiscussies nemen slechts twee of drie groepsleden deel, in welk geval niet-ingewijde vragenstellers gemakkelijk tot verkeerde conclusies kunnen komen als de twee of drie respondenten geen echte specialisten zijn in het betreffende onderwerp.

Ook als respondenten geen echte specialisten in het betreffende onderwerp zijn, maar antwoorden omdat ze een



Bron: istock, ipopba.

'soortgelijk' probleem hebben ervaren, kan de vragensteller behoorlijk in de war geraken en zelfs verkeerde beslissingen nemen op basis van bevooroordeelde informatie. In een discussiegroep over schade-analyses was iemand op zoek naar mogelijke oorzaken voor het falen van een '1000 aluminium' carterdeksel, gebruikt in een scheepsmotor. Een specialist op het gebied van motormechanica, maar geen metallurg, antwoordde: "Het probleem is dat het aluminium uit de 1000-serie is. De mechanische eigenschappen van aluminium uit de 1000-serie zijn laag". Bij deze reactie kunnen een aantal opmerkingen worden gemaakt:

- Er wordt niet gespecificeerd welke mechanische eigenschap laag zou zijn. Is het de sterkte, is het de taaiheid, de hardheid of nog een andere mechanische eigenschap die laag zou zijn?
- En wat betekent 'laag'? Met welke referentie vergelijkt de respondent?
- De respondent heeft duidelijk problemen gehad met een aluminiumlegering uit de 1000-serie in een motor, maar toch zijn er duizenden soorten motoren in de wereld. Dat de aluminiumlegering uit de 1000-serie niet werkte voor het type motoren waarmee de respondent te maken heeft, betekent niet dat deze ook niet zou werken voor andere typen motoren of bij andere operationele omstandigheden.
- Met de stelling "Het probleem is ..." beweert de respondent dat hij het antwoord weet. Niet alleen is het onmogelijk om de oorzaak of de oorzaken van een dergelijk falen te achterhalen zonder een grondige labo-analyse en een zogenaamde 'Root Cause Analyse (RCA)', maar de respondent onderwerpt zichzelf ook aan mogelijke claims als de vragensteller het antwoord van de respondent zou gebruiken en als dat antwoord achteraf verkeerd blijkt te zijn of veel duurder dan een andere oplossing die ook voldoende adequaat zou zijn geweest.

Terwijl de aansprakelijkheid van de respondent duidelijk in het geding kan zijn vanwege zijn vrij strikte verklaring, kan in dit geval ook de aansprakelijkheid van de vragensteller in het geding zijn. Stel dat de vragensteller een werknemer van een reder is. Is de reder blij dat de vragensteller met de wereld deelt dat hij een probleem heeft op een van de schepen? Klanten zouden zich zorgen kunnen maken en hun bestellingen kunnen annuleren, een concurrerende reder zou informatie kunnen verkrijgen die de werkgever van de werknemer vertrouwelijk probeert te houden, enzoverder. Het risico van blootstelling van vertrouwelijke informatie is bijzonder groot bij discussies op sociale media, omdat dit een zeer gemakkelijke en snelle manier is om te communiceren, waarbij snelheid soms belangrijker schijnt te zijn dan de rede.

De voorgaande voorbeelden illustreren enkele van de vele aansprakelijkheidsproblemen die zich kunnen voordoen bij het delen van informatie op sociale mediaplatformen, of dit nu als vragensteller of als respondent is. Vanuit het perspectief van een ondernemer en ingenieur met ruime ervaring als schade-expert, kan ik alvast de onderstaande adviezen meegeven.

De respondent moet zich realiseren:

- Dat voor het beantwoorden van specifieke vragen en het zich mengen in het debat toestemming van de werkgever nodig kan zijn. Controleer het beleid van uw bedrijf over het gebruik van internet en sociale media!
- Dat het beantwoorden van specifieke vragen en het zich mengen in het debat gezien kan worden als het geven van professioneel advies. Zelfs als je vanaf je thuiscomputer of in je vrije tijd op het verzoek van een vraagsteller reageert, kan dit dus als een professionele handeling worden beschouwd als je werk betrekking heeft op het onderwerp dat de vraagsteller naar voor brengt!

- Dat je gratis advies geeft. Als ‘advies geven’ het product van uw bedrijf is, kan dit inkomstenverlies met zich meebrengen. Vraag daarom bij uw teamverantwoordelijke na hoe ver je kan/mag gaan in het geven van advies op sociale mediaplatformen!
- Verspreid geen bedrijfseigen/vertrouwelijke informatie, of dit nu informatie is van uw eigen bedrijf of van een klant. Jouw klanten en concurrenten kunnen actief zijn op hetzelfde platform en in dezelfde groepen als jij!
- Dat er zoiets bestaat als copyright- en patentwetten. Omdat sociale media een makkelijk en snel communicatiemiddel zijn – waarmee je gemakkelijk bestanden en internetadressen aan je bericht kan koppelen – kunnen artikels, gegevens en bestanden gemakkelijk doorheen de hele wereld worden verspreid. Copyright en gelijkaardige rechten moeten echter altijd worden gerespecteerd!
- Dat je de reputatie van anderen, maar ook van jezelf aan je vingertippen hebt. Als je onjuiste of onvolledige informatie verspreidt, als je bijvoorbeeld stelt dat ‘de voorgaande respondenten allemaal verkeerde informatie verspreiden’ of als je een advies geeft zonder volledig op de hoogte te zijn van waar de vraagsteller het over heeft, zal je reputatie sneller achteruit gaan dan dat je je kan voorstellen!
- Dat je niet alleen kennis deelt – als je toestemming hebt om dat te doen – maar ook een inblik geeft in je beoordelingsvermogen!

De vraagsteller moet zich realiseren:

- Dat je mogelijk toestemming van je werkgever nodig hebt om sociale media te gebruiken voor het verspreiden van werk-gerelateerde vragen!
- Dat door op uw naam te klikken in LinkedIn iedereen uw profiel kan lezen, dus weet waar u werkt en uw vraag dus ook kan koppelen aan uw bedrijf! Ook in LinkedIn kan je dat via je privacy-instellingen vermijden, maar er zijn slechts weinigen die die functionaliteit gebruiken.
- Dat u onbewust informatie kunt verspreiden die uw reputatie en/of die van uw werkgever kan schaden. Als u bijvoorbeeld een vraag publiceert over de mogelijke oorzaken van een gescheurd waterstof-opslagvat, kan een concurrent die vraag lezen en weten dat uw bedrijf een



Bron: istock, Peshkova.

probleem heeft, waardoor de concurrent kan anticiperen en zou kunnen profiteren van de onfortuinlijke omstandigheden in uw bedrijf!

- Dat in een groep over een specifiek technisch onderwerp slechts weinig groepsleden echte specialisten zijn in het betreffende vakgebied. De anderen zijn net als u op zoek naar gratis informatie, maar hun ervaring, installaties, procesomstandigheden enzoverder zijn hoogstwaarschijnlijk anders dan in uw situatie. Conclusie: check het profiel, curriculum vitae en andere referenties van de respondent en vertrouw alleen op echte specialisten. En niet te vergeten: een specialist op het gebied van motormechanica is niet noodzakelijk een specialist op het gebied van metallurgie of schade-analyse!
- Dat alleen volledige informatie kan leiden tot een goed advies! Vraag dus niet alleen “Wat is de oorzaak van het falen van mijn krukas”, maar voeg meteen informatie toe over van welke metaallegering de as is gemaakt, in welke proces- en omgevingscondities deze werkt, in welk type motor en bij welke snelheden. Zijn er al eerder incidenten geweest met dezelfde of een soortgelijke as in uw bedrijf, is er een barst opgetreden bij het opstarten of tijdens de normale bedrijfsvoering, is er een technische tekening te delen enzoverder. Maar vraag u alvorens de vraag te stellen in de eerste plaats af of u al deze informatie wel mag delen? Zo niet: vraag gewoon “Wie kan mij helpen de oorzaak van het falen van mijn krukas vast te stellen?”, selecteer een geschikte specialist om u te helpen en betaal voor de geleverde diensten. Meestal zal dat een veel accurater antwoord opleveren dan dat dat je brein samenstelt op basis een samenraapsel van antwoorden van al dan in de materie gespecialiseerde respondenten op sociale mediaplatformen.
- Dat ‘gratis’ zelden synoniem is voor ‘krijgen wat je nodig hebt’!

En voor iedereen: “Gesloten groepen bestaan niet op ‘t internet”. De meeste discussiegroepen zijn vrij toegankelijk zonder goedkeuring van een moderator; en zelfs als de groep wordt gemodereerd, zullen uw klant en concurrenten er waarschijnlijk ook zijn omwille van de gedeelde interesse.

Tot slot nog dit: ‘Vraag-en-Antwoord’-groepen zijn niet alleen een privilege van de sociale media. Je vindt ze bijvoorbeeld ook op websites van technologische verenigingen en tijdschriften allerhande.

Dergelijke organisaties gebruiken dan klassieke waarschuwingsboodschappen zoals “Houd er rekening mee dat de items niet door vakgenoten zijn beoordeeld, en dat de meningen en suggesties volledig die zijn van de vragenstellers en respondenten. De organisatie garandeert niet de juistheid van de besproken technische oplossingen”, wat uiteraard een duidelijke en eminente waarschuwing is voor degenen die actief zijn op deze platformen. Dat bericht kan misschien de vereniging of de uitgever tegen aansprakelijkheid beschermen, maar beschermt niet de aansprakelijkheid van de vragenstellers en de respondenten die op dergelijke platformen actief zijn!

Dus...

Bezint alvorens u op sociale media (of elders!) hersenspint! ■