

# Desinformatie in Nederland



## Bericht aan het Parlement

Een goede nieuwsvoorziening is essentieel voor de democratie. Digitalisering leidt tot veranderingen in het nieuwslandschap in Nederland en het nieuwsgedrag van Nederlanders. Het heeft daarmee mogelijk consequenties voor de Nederlandse democratie. Digitalisering kent positieve kanten: het nieuwsaanbod is enorm uitgebreid en de diversiteit is toegenomen. Tegelijkertijd zijn er zorgen over de toenemende online verspreiding van desinformatie voor commercieel of politiek gewin. Dit kan leiden tot polarisatie van het publieke debat.

De Nederlandse samenleving lijkt tot nu toe weerbaar tegen deze negatieve kant van digitalisering, blijkt uit ons onderzoek [Digitalisering van het nieuws](#) (2018). Niettemin kent het Nederlandse publieke debat ook polarisatie rond bepaalde maatschappelijke vraagstukken. Voorsnog draagt desinformatie daar weinig aan bij. Maar de technologie ontwikkelt zich snel en mediawijsheid in Nederland blijft achter. Waakzaamheid blijft nodig.

### **Aanbod en pluriformiteit van nieuws zijn toegenomen, distributie is veranderd**

Het aanbod van nieuws is enorm toegenomen door de digitalisering. Online zijn er meer nieuwsbronnen beschikbaar, niet alleen nationaal maar ook internationaal. En voor veel van die bronnen hoeven gebruikers niet te betalen. Het scala aan nieuwsaanbieders is pluriformer en de diversiteit aan nieuws is groter dan voorheen. Nieuwe online media zoeken een niche om een groter bereik te hebben. Dat levert naast meer verschillende vormen van berichtgeving ook meer diversiteit in (politieke) duiding van het nieuws op.

Ook de distributie van nieuws is veranderd. Online nieuws komt niet alleen rechtstreeks tot ons via websites van omroepen en kranten. Veel berichten bereiken hun publiek via sociale media, in Nederland vooral via Facebook, maar ook via Twitter, YouTube en andere kanalen. Ongeveer een derde van het Nederlandse publiek krijgt berichten (ook) langs deze weg binnen. Verder zoeken mensen naar actualiteiten via zoekmachines (in Nederland vooral via Google). De traditionele media zijn niet meer de enige poortwachter van de nieuwsvoorziening.

Dat zo veel verschillende online platforms nieuwsberichten verspreiden, wordt problematisch zodra niet duidelijk is welke kwaliteitsborging deze online kanalen hanteren. Er zijn zorgen dat ze zich opstellen als louter doorgeefluik van informatie, ongeacht de kwaliteit van de inhoud. Ze zouden berichten van alle aanbieders op dezelfde manier behandelen, of ze nu van traditionele nieuwsmedia afkomstig zijn, of van bronnen die minder ophebben met gangbare journalistieke normen.

Een consequentie is dat de oorspronkelijke bron van nieuwsberichten voor de gebruiker moeilijker te achterhalen is. Uit [onderzoek van Reuters](#) (2016) blijkt dat twee derde van de gebruikers wel de route van een nieuwsbericht onthoudt (gevonden via Facebook, Google, etcetera), maar dat minder dan de helft zich de oorspronkelijke oorsprong van het bericht, het nieuwsmerk, herinnert.

### **Zorgen om verspreiding desinformatie online**

Desinformatie is [volgens de Europese High Level Expert Group on Fake News and Online disinformation](#) 'onware, inaccurate of misleidende informatie die intentioneel wordt gecreëerd en verspreid omwille van economisch profijt of om een persoon, sociale groep, organisatie of land te schaden'. Het risico van schade betreft hier dus ook het schaden van democratische politieke processen en waarden. Er zijn inmiddels diverse onderzoeken die wijzen op Russische online inmenging in de Amerikaanse presidentsverkiezingen van 2016. Bovendien zijn er onderzoeken die wijzen op desinformatie en activiteiten van 'trollen' in het publieke online debat rondom Franse, Duitse en Zweedse verkiezingen en het Brexit referendum.

### **Verspreiding van desinformatie in Nederland lijkt mee te vallen**

Er is tot op heden naar de verspreiding van desinformatie in Nederland geen systematisch onderzoek gedaan dat publiek is gemaakt. Een verzoek voor een dergelijk onderzoek bij de aankomende provinciale en Europese verkiezingen is de regering

inmiddels wel gedaan middels een aangenomen [motie van de Kamerleden Middendorp \(VVD\) en Verhoeven \(D66\)](#). Uit verkennend onderzoek [door de NRC](#) en [de TU Delft](#) lijkt de verspreiding van desinformatie op sociale media in aanloop naar verkiezingen in Nederland tot op heden mee te vallen.

Voor ons eigen rapport hebben we onderzoek naar de aard van desinformatie in Nederland gedaan, op basis van meldingen op twee zogenoemde factcheckwebsites: Hoaxmelding en Nieuwscheckers. Een beperkt deel van de desinformatie blijkt een polariserend karakter te hebben. We zien dat er veelal economische motieven achter deze desinformatie zitten. Zogenoemde clickbaitsites zetten 'klikaas' – sensationele berichten die veel emotie oproepen – op het internet en specifiek op sociale media. De sites verdienen aan mensen die dit klikaas aanklikken, liken of delen, omdat mensen zo worden doorgeleid naar websites met veel advertenties.

### **De Nederlandse samenleving is tot op heden weerbaar gebleken**

Er zijn maar weinig Nederlanders die hun nieuws alleen krijgen via sociale media of zoekmachines. De meesten gebruiken deze naast televisie, radio en krant. Het Nederlandse nieuwsmedialandschap is bovendien niet zo gepolariseerd als bijvoorbeeld dat van de Verenigde Staten. De meeste Nederlanders delen zichzelf dichtbij het politieke midden in en lezen veelal dezelfde online nieuwsbronnen. NU.nl heeft een maandelijks bereik van meer dan zeven miljoen Nederlanders; NOS en AD meer dan zes miljoen, en De Telegraaf ruim vijf miljoen. Bij belangrijke gebeurtenissen vormen grote groepen Nederlanders zich via deze media een gedeelde blik op de werkelijkheid. Bovendien hebben Nederlanders in vergelijking met mensen in veel andere landen veel vertrouwen in het nieuws van omroepen en krantenredacties. Ze hebben doorgaans minder vertrouwen in wat hen via sociale media of allerlei websites bereikt. De Eurobarometer laat zien dat slechts 44% van de Nederlanders het internet en 16% de informatie op sociale media betrouwbaar acht.

### **De technologie ontwikkelt zich snel**

Tegelijkertijd gaan de technologische ontwikkelingen snel en blijft de mediawijsheid in Nederland achter. De vitale functies van de nieuwsvoorziening voor de Nederlandse democratie kunnen daardoor onder druk komen te staan. Denk aan manipulatie van audio en video ('deep fake news'): Op audiogebied zijn er 'text to speech'-algoritmes, die in staat zijn op basis van slechts twintig minuten aan opnamen van iemands stemgeluid elke willekeurige tekst om te zetten in een natuurgetrouw audiofragment. Op videogebied is een soortgelijke trend waarneembaar. Technologie als [Face2Face](#) maakt real time-manipulatie van gezichtsuitdrukkingen en mondbewegingen mogelijk. Hiermee kunnen video's worden geproduceerd waarin het lijkt alsof iemand uitspraken doet die deze nooit gedaan heeft. Dit is zorgelijk omdat mensen er meestal niet op verdacht zijn dat beeld- en geluidsopnamen mogelijk niet kloppen. Bovendien is het technisch opsporen van dergelijke manipulatie ook steeds lastiger.

Ook automatische computeraccounts (social bots) worden steeds 'levensechter'. Deze bots delen en retweeten massaal informatie – inclusief desinformatie – om te forceren dat deze extra gewicht krijgt in algoritmische berekeningen en vervolgens door zoekmachines en mensen nog verder wordt verspreid. Schattingen van het door bots gegenereerde verkeer op sociale media en op het internet in het algemeen lopen uiteen van 10 tot zelfs meer dan 60 procent. Bots vertonen nu nog voorspelbare patronen, maar in de toekomst zullen bots veel onvoorspelbaarder zijn, omdat ze beter worden in het nabootsen van menselijk gedrag. Daardoor zal het lastiger zijn ze te ontmaskeren met behulp van algoritmes. Al deze technieken worden niet alleen beter, maar ook goedkoper, waardoor ze binnen bereik komen van meer mensen, organisaties en bedrijven met mogelijk kwade bedoelingen.

### **Mediawijsheid vraagt om meer aandacht**

Drie op de tien Nederlanders gaven in een onderzoek van I&O Research aan tegenwoordig vaak niet meer te weten welk nieuwsbericht waar is en welk onwaar (met overigens aanzienlijke verschillen tussen groepen qua opleidingsniveau, qua politieke voorkeur en qua leeftijd). Mediawijsheid is dus cruciaal, zeker met de verdere technologische verfijning van nepnieuws. Uit [recent onderzoek van Kantar Public](#) in opdracht van mediawijzer.nl blijkt echter dat de helft van de volwassen Nederlanders onvoldoende mediawijs is. Ook uit [de monitor Jeugd en Media 2017](#) blijkt dat de zelfinschatting van jongeren niet overeenkomt met de vaardigheden die zij in de praktijk laten zien. Bij het toetsen van vaardigheden als het verzamelen en beoordelen van informatie, constateren de onderzoekers dat deze bij veel jongeren ondermaats zijn.

### **Politieke aandachtspunten**

- **Investeren in 'technologisch burgerschap' en mediawijsheid.** Dat houdt in dat Nederlanders meer inzicht krijgen in hoe technologie werkt, dat ze er kritisch over kunnen nadenken en begrijpen wat de betekenis ervan is voor leefwereld en maatschappij. Nieuwsconsumenten zelf zijn de belangrijkste bestrijders van desinformatie. Zij moeten beter toegerust worden om kritisch te kunnen kijken naar bronnen en achtergronden van online berichten. Factchecktechnologie kan hen ook helpen, mits ontwikkeld door onafhankelijke partij. Denk aan technologie zoals het [MediFor-systeem van DARPA](#), dat een integriteitsscore berekent op basis van drie criteria, zoals het vinden van sporen van manipulatie in beeld- en videomateriaal. Verder is het van belang dat burgers de businessmodellen achter nieuwsverspreiders doorzien. Dit geen opgave die zonder meer bij burgers neergelegd kan worden. Zij moeten hierin gesteund worden door bedrijven die hun zorgplicht serieus nemen en door de overheid die de juiste randvoorwaarden creëert.
- **Bedrijven moeten hun verantwoordelijkheid nemen. Professionele mediabedrijven** moeten als belangrijkste bronnen van nieuwsberichten blijven zorgen voor een nieuwsvoorziening van hoge betrouwbaarheid en kwaliteit, door gangbare journalistieke en redactionele codes in ere te houden. Ze moeten

transparant zijn over hun kwaliteitsnormen en hoe ze die toepassen.

**Platformbedrijven** achter sociale media en zoekmachines moeten meer verantwoordelijkheid nemen voor wat ze aan nieuwsberichten doorgeven. De [recent ingestelde gedragscode](#) op Europees niveau voor bedrijven als Twitter, Facebook en Google (en Europese brancheorganisaties uit de advertentiewereld) noopt hen ertoe meer openheid te geven over waar de informatie op hun platforms vandaan komt, waarom gebruikers deze krijgen voorgeschoteld en welke geldstromen achter advertenties zitten. De bedrijven hebben ook toegezegd dat ze nepaccounts snel zullen verwijderen, transparant zullen zijn over politieke advertenties, gebruikers beter in staat zullen stellen desinformatie te rapporteren en de zicht- en vindbaarheid van ‘gezaghebbende content’ te verbeteren. Bovendien is afgesproken dat de bedrijven meewerken aan het delen van hun data met wetenschappelijke onderzoekers: een belangrijke voorwaarde voor verdere kennisontwikkeling. De eerste zelfrapportages van januari 2019 [laten zien](#) dat er nog steeds ruimte voor verbetering is. De Europese Commissie roept online platforms op [een tandje bij te zetten](#) in de aanloop van de aanstaande Europese verkiezingen.

- **De overheid heeft ook zijn verantwoordelijkheid.** De overheid kan burgers en bedrijven langs verschillende lijnen ondersteunen om technologisch burgerschap verder vorm te geven.
  - Dit kan langs de weg van het **onderwijs**, via programma’s voor volwassenen die de schoolleeftijd voorbij zijn, en het verder aanjagen van de maatschappelijke dialoog.
  - De overheid moet ook de ontwikkelingen op het gebied van nieuwsmanipulatie scherp blijven **monitoren**, zoals ze nu ook gaat doen tijdens de komende verkiezingen.
  - Daarnaast kan de overheid onafhankelijke instellingen zoals factcheck-organisaties **faciliteren** die de nieuwsvoorziening monitoren en kwaadwillige (buiten- en binnenlandse) nieuwsmanipulatie kunnen signaleren.
  - Tot slot kan de overheid de **randvoorwaarden** in stand houden voor een vitaal en geschakeerd medialandschap. Een voorwaarde daarbij is diversiteit – die bijvoorbeeld onder druk kan komen te staan bij verdere consolidatie van online platformen. Daarbij is het van belang dat de overheid een visie ontwikkelt op hoe het publieke belang van een onafhankelijke, pluriforme en kwalitatief goede nieuwsvoorziening gewaarborgd blijft, ook in het online medialandschap met verschillende nieuwe nieuwsaanbieders.

Meer lezen Publicaties Rathenau Instituut

- [Digitalisering van het nieuws – Online nieuwsgedrag, desinformatie en personalisatie in Nederland](#)
- [Desinformatie: zo werken bots in Nederland](#)
- [Desinformatie: zo werken clickbaitsites in Nederland](#)