Organisatie van de Verenigde Naties voor Onderwijs, Wetenschap en Cultuur

JOURNALISTIEK, ‘NEPNIEUWS’ & DESINFORMATIE

Handboek voor Journalistiek Onderwijs

UNESCO Series on Journalism Education

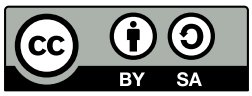
Unesco
Nederlandse Commissie

Universiteit Utrecht

Deze uitgave is financieel mede mogelijk gemaakt door het Instituut voor Cultuurwetenschappelijk Onderzoek (ICON), de Nederlandse Unesco Commissie en de Nationale Wetenschapsagenda (NWA).

Gepubliceerd in 2020 door de 'United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization', 7, place de Fontenoy, 75352 Parijs 07 SP, Frankrijk; Universiteit Utrecht, Bestuursgebouw, Heidelberglaan 8, 3584 CS Utrecht, Nederland; en de Nationale UNESCO Commissie Nederland, Kortenaerkade, 11, 2502 LT Den Haag, Nederland.

© UNESCO / Universiteit Utrecht / Nederlandse Unesco Commissie
ISBN: 9 789230 001209



Deze open-access publicatie is beschikbaar onder de Attribution-ShareAlike 3.0 IGO (CC-BY-SA 3.0 IGO) licentie (http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/igo/). Door gebruik te maken van de inhoud van deze publicatie, accepteren de gebruikers gebonden te zijn aan de gebruikersvoorwaarden van de UNESCO Open Access Repository (http://en.unesco.org/open-access/terms-use-ccbysa-en).

Originele titel: Journalism, "Fake news" & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training.
Oorspronkelijk gepubliceerd in 2018 door de 'United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization' (UNESCO), 7, place de Fontenoy, 75352 Parijs 07 SP, Frankrijk.

De gebruikte benamingen en de presentatie van het materiaal in deze publicatie impliceren geenszins de uiting van een mening van UNESCO wat betreft de wettelijke status van een land, grondgebied, stad of gebied of van de desbetreffende autoriteiten, of wat betreft de afbakening van de desbetreffende grenzen.

De ideeën en meningen die in deze publicatie geuit worden zijn van de auteurs; de ideeën en meningen komen niet noodzakelijkerwijs overeen met die van UNESCO en zijn niet aan de organisatie verbonden.

Redacteurs: Cherilyn Ireton and Julie Posetti

Auteurs: Julie Posetti, Cherilyn Ireton, Claire Wardle, Hossein Derakhshan, Alice Matthews, Magda Abu-Fadil, Tom Trewinnard, Fergus Bell, Alexios Mantzarlis
Aanvullend onderzoek: Tom Law
Vertalers Nederlandse editie: Berit Zandbelt en Koen Leurs

Grafische vormgeving: Mr. Clinton
Ontwerp voorpagina: Mr. Clinton
Grafische vormgeving Nederlandse editie: Miriam van de Ven
Illustraties: UNESCO, First Draft en Poynter

Zetwerk: UNESCO

Cherilyn Ireton
en Julie Posetti

Journalistiek, ‘Nepnieuws’ & desinformatie

Handboek voor Journalistiek Onderwijs

INHOUDSOPGAVE

De journalistiek moet in de tegenaanval voorwoord *door Yvonne Zonderop* 6

Journalisten waken over onze democratie voorwoord *door José van Dijck* 9

Noot van de vertalers *door Berit Zandbelt en Koen Leurs* 11

Voorwoord *door Guy Berger* 16

Introductie *door Cherilyn Ireton en Julie Posetti* **25**

Dit handboek als model voor onderwijsprogrammering *door Julie Posetti* **39**

MODULE 1: Het belang van waarheid, vertrouwen en journalistiek **46**

door Cherilyn Ireton

Samenvatting 47
Theoretisch kader 49
Doelstellingen van de module 57
Leerdoelen 57
Werkvorm van de module 58
Voorgestelde opdracht 58
Literatuur 59

MODULE 2: 'Informatiewanorde': vormen van misinformatie, desinformatie en malinformatie **60**

door Claire Wardle and Hossein Derakhshan

Samenvatting 61
Theoretisch kader 61
Doelstellingen van de module 69
Leerdoelen 70
Werkvorm van de module 70
Voorgestelde opdracht 72
Werkmateriaal 73
Literatuur 73

MODULE 3: Transformatie van de nieuwsindustrie: digitale technologie, sociale media platformen en de verspreiding van misinformatie en desinformatie **74**

door Julie Posetti

Samenvatting 75
Theoretisch kader 77
Doelstellingen van de module 87
Leerdoelen 88
Werkvorm van de module 88
Voorgestelde opdracht 90
Literatuur 90

MODULE 4: Het bestrijden van desinformatie en misinformatie door middel van Media- en Informatiegeletterdheid 92

door Magda Abu-Fadil

Samenvatting 93
Theoretisch kader 95
Doelstellingen van de module 99
Leerdoelen 100
Werkvorm van de module 100
Voorgestelde opdracht 103
Werkmateriaal 104
Literatuur 104

MODULE 5: 'Fact-checking' voor beginners 106

door Alexios Mantzarlis

Samenvatting 107
Theoretisch kader 107
Doelstellingen van de module 114
Leerdoelen 114
Werkvorm van de module 115
Voorgestelde opdracht 119
Literatuur 120

MODULE 6: Sociale media verificatie: het beoordelen van bronnen en visueel materiaal 123

door Tom Trewinnard en Fergus Bell

Theoretisch kader 125
Doelstellingen van de module 132
Leerdoelen 132
Werkvorm van de module 132
Voorgestelde opdracht 134
Werkmateriaal 134
Literatuur 135

MODULE 7: Het bestrijden van online misbruik: wanneer journalisten en hun bronnen het doelwit zijn 139

door Julie Posetti

Samenvatting 140
Theoretisch kader 141
Doelstellingen van de module 149
Leerdoelen 149
Werkvorm van de module 150
Voorgestelde opdracht 152
Literatuur 152

Auteurs 154
Bronvermelding foto's 154

ONLINE: Online toegang tot dit handboek

Voor betere toegang tot de voetnoten en links opgenomen in de Engelstalige, originele uitgave van dit handboek, zie: http://en.unesco.org/fightfakenews

DE JOURNALISTIEK MOET IN DE TEGENAANVAL

Door Yvonne Zonderop

Zoals kinderen ervan dromen om voetballer of beautyvlogger te worden, zo droomde ik als meisje van de journalistiek. Ik zag mijzelf op een vliegveld in een ver oord, op weg om een Belangrijk Verhaal op te tekenen. Journalistiek leek spannend, afwisselend en romantisch. Maar het leek mij ook een missie. Als aanstormend journalist, zo dacht ik, zou ik mensen wakker schudden met onomstotelijke feiten. Elke (beginnend) journalist herkent dit diepgevoelde verlangen, vermoed ik.

Maar tussen droom en daad staat een wereld van praktijk, zo leerde ik bij de krant. Journalistiek is inderdaad best spannend en afwisselend, maar mensen wakker schudden is moeilijker dan je denkt. Je kunt een misstand beschrijven - althans, in jouw ogen, en vervolgens blijft het behoorlijk stil. Terwijl je collega die berichtte over een verongelukt huisdier tientallen reacties krijgt. Mensen raken moedeloos van misstanden en onthullingen. Wat moeten ze ermee? Je kunt denken dat het om feiten draait, en die zijn weliswaar onontbeerlijk, maar ze zijn niet genoeg. Feiten krijgen betekenis als de journalist een bondje weet te smeden met de lezer, de kijker, de luisteraar. Zij moeten het gevoel hebben dat ze met de journalist een waardestelsel delen. Dat de journalist namens hun iets belangrijks hooghoudt.

Dit klinkt als een open deur, maar dat is het helaas niet. Het idee dat de journalistiek een essentiële functie vervult in het algemeen belang, spreekt al lang niet meer vanzelf. Kon ik als kind nog dromen van een heldenrol als verslaggeefster in een ver land; inmiddels moeten journalisten hun best doen om überhaupt geloofd te worden. Het onderscheid tussen journalistiek en media is vaag geworden. Sommige kranten en talkshows laten zich niet leiden door de vraag: ‘Wat gebeurt er?’, maar door de vraag: ‘Wat houdt ons publiek bezig?’. Amuseren en informeren lopen door elkaar heen. Zodat de vragen rijzen: zijn talkshows journalistiek of niet? Zijn reisreportages die vooral één kant van de zaak belichten journalistiek? Noemt iemand die haar of zijn land heeft verlaten vanwege haar of zijn seksuele geaardheid en ons via vlogs wil wijzen op de slechte dingen die er in haar of zijn land gebeuren, zich met recht een journalist? Het onderscheid tussen het NOS Journaal en Boer Zoekt vrouw is zonneklaar. Maar de vele tussenvormen dragen gemakkelijk bij aan het idee dat het allemaal één pot nat is, en dat alle bronnen evenveel waard zijn.

De griezelige opmars van misinformatie, desinformatie en malinformatie legt deze ontwikkeling pijnlijk bloot. Er is veel wantrouwen in de samenleving geslopen. Het is erg gemakkelijk geworden om te geloven in simpele complottheorieën.

Plaatsvervangend hoofdredacteur Giselle van Cann van de NOS zei het openlijk bij een debat georganiseerd door de Nederlandse Unesco Commissie in het najaar van 2019: activisten in gele hesjes vertrouwen journalisten niet langer toe dat die bepalen wat nieuws is en wat niet. Zij willen inspraak. Ze hebben niet langer het gevoel dat zij met de journalistiek in hetzelfde verhaal staan[1] .

Dit stelt (beginnend) journalisten voor een enorme uitdaging. Het gaat niet alleen om het maken van goede verhalen met juiste feiten en een serieuze, faire behandeling van alle betrokken partijen. We zijn er ook nog niet als we misinformatie en desinformatie onderkennen en weerspreken met feiten, hoe belangrijk dit ook is. Zoals dit mooie handboek overtuigend laat zien, moet de journalistiek werken aan haar legitimiteit. "Nepnieuws is het beste dat de journalistiek in vele tientallen jaren is overkomen", schrijft professor Charlie Beckett van de London School of Economics terecht in dit handboek. "Het geeft kwaliteitsjournalistiek de gelegenheid te laten zien hoe belangrijk expertise, beroepsethiek, betrokkenheid en ervaring zijn."

Laten we er geen doekjes om winden. De makers van desinformatie zijn erop uit verwarring te stichten, mensen tegen elkaar op te zetten en zondebokken aan te wijzen. Ze willen afbreken, niet opbouwen. Ze waarschuwen voor nepgevaren en proberen feitelijke risico's te ontkrachten. Dat maakt ze ontzettend bedreigend voor ons allemaal.

De journalistiek moet in de tegenaanval. Gelukkig hoeven we die strijd niet in ons eentje te voeren. Overal vragen denkers en schrijvers aandacht voor dit probleem. Want het is een probleem van ons allemaal. Gedragswetenschapper Will Tiemeijer schreef in zijn column: 'Eén van de grote uitdagingen voor de komende jaren is dat mensen – mijzelf inbegrepen – voldoende oog blijven houden voor de realiteit, hoe vervelend, ongezellig en verontrustend die soms ook is' [2]. De Maand van de Filosofie gaat dit jaar over 'nepnieuws' en waarheid[3]. Het bijbehorende essay van politiek wetenschapper Alicja Gescinska gaat over de vraag waarom het doelbewust verspreiden van onwaarheden een politiek probleem is geworden. Zelfs het bedrijf Twitter nam een ongekende stap: het besloot tot het plaatsen van de waarschuwing 'manipulated media' bij een tweet van president Donald Trump, de machtigste politicus van de VS, waarin deze net deed alsof zijn getoonde videobeelden van CNN afkomstig waren[4].

1 Van Cann, G. (2019). *Unesco debat: Het laatste nieuws* UNESCO, 12 september 2019. https://www.unesco.nl/nl/event/unesco-debat-het-laatste-nieuws [bezocht op 03/06/2020]

2 Tiemeijer, W. (2019). *Een vervelende, ongezellige en verontrustende column* Platform O. 10 Oktober 2019. https://platformoverheid.nl/artikel/een-vervelende-ongezellige-en-verontrustende-column/ [bezocht op 03/06/2020]

3 Maand van de Filosofie. (2019). *Thema 2020* Maand van de Filosofie. https://www.maandvandefilosofie.nl/thema. [bezocht op 03/06/2020]

4 Conger, K. (2020). *Twitter Labels Trump Tweet About 'Racist Baby' as Manipulated Media* The New York Times. 18 Juni 2020. Beschikbaar op: https://www.nytimes.com/2020/06/18/technology/trump-tweet-baby-manipulated.html?campaign_id=9&emc=edit_nn_20200619&instance_id=19532&nl=the-morning&regi_id=60468646&segment_id=31329&te=1&user_id=594b3321edef6a999877556c11b72fcea [bezocht op 19/06/2020]

Als we er niet meer op kunnen vertrouwen dat we wezenlijke waarheden delen, wordt alles een leugen of een toevalligheid. Alles dat zich niet kan verweren zal dan besmet raken.

Ik ben erg blij met het initiatief van Unesco Internationaal om dit handboek samen te stellen en met het besluit van de Universiteit Utrecht en de Unesco Commissie Nederland om hiervan een Nederlandse versie te maken. Hopelijk zal het jonge en aankomende journalisten inspireren om de herwaardering van de serieuze journalistiek tot hún romantische opdracht te maken.

Yvonne Zonderop *is zelfstandig journalist. Ze was onder meer adjunct-hoofdredacteur van de Volkskrant. Ze is lid van de Unesco Commissie Nederland.*

JOURNALISTEN WAKEN OVER ONZE DEMOCRATIE

Door José van Dijck

'We vechten niet alleen tegen een pandemie, maar ook tegen een infodemie', zei WHO Directeur-Generaal Tedros Adhanom Ghebreyesus vertegenwoordiger op 15 februari 2020[5], vlak na de grootschalige uitbraak van het Covid-19 virus in China. Misinformatie over wondermiddelen ter bestrijding van infectie begonnen zich razendsnel viraal te verspreiden, evenals de complottheorieën over de herkomst en oorzaak van het coronavirus. De ernstige bijwerkingen van deze infodemie bleven niet lang uit. Het foutieve bericht dat alcohol met een scheutje bleekmiddel het virus onschadelijk kan maken, kostte minstens 700 Iraniërs het leven[6]. De theorie dat 5G straling het coronavirus zou helpen verspreiden, leidde alleen al in Nederland tot het vernielen van minstens twintig zendmasten[7].

Het dieptepunt van de infodemie in april 2020 was ongetwijfeld de persconferentie waarin de president van de VS suggereerde dat chlorine en ultraviolet licht wel eens werkzame remedies zouden kunnen vormen tegen corona infecties[8]. Trumps aanbeveling leidde tot een stortvloed aan aanbiedingen op Facebook, Instagram en Twitter. Hoewel Twitter uiteindelijk wél waarschuwingslabels plaatste bij dubieuze oproepen van de Amerikaanse president, weigerde Facebook zijn uitspraken te fact-checken of te verwijderen, omdat Trumps uitlatingen vallen onder 'politieke berichten' die niet gecensureerd mogen worden[9].

Desinformatie en misinformatie in het tijdperk van digitale en sociale media heeft ernstige bijwerkingen die nog nauwelijks vermeld staan op de bijsluiter van de journalistiek. Persvrijheid en vrijheid van informatie komen met grote verantwoordelijkheden, en nieuwsorganisaties zijn zich hier zeer van bewust. Journalisten en de journalistiek worden dubbel getroffen door de infodemie: ze zijn de belangrijkste bestrijders van desinformatie en misinformatie, terwijl hun eigen geloofwaardigheid systematisch wordt ondermijnd. Door malafide trollenlegers in Rusland die desinformatie in omloop brengen. Door de verspreiding ervan via sociale medianetwerken die er maar niet in slagen hun kanalen te zuiveren. Door miljoenen

5 WHO. (2020). *Munich security conference* World Health Organization, 15 februari 2020. https://www.who.int/dg/speeches/detail/munich-security-conference. [bezocht op 12/06/2020].

6 Al Jazeera. (2020). *Iran: Over 700 dead after drinking alcohol to cure coronavirus* Al Jazeera, 27 april 2020. https://www.aljazeera.com/news/2020/04/iran-700-dead-drinking-alcohol-cure-coronavirus-200427163529629.html. [bezocht op 12/06/2020]

7 NOS. (2020). *Waarom worden door heel Nederland zendmasten in brand gestoken?* NOS 11 april 2020.: https://nos.nl/artikel/2330187-waarom-worden-door-heel-nederland-zendmasten-in-brand-gestoken.html. [bezocht op 12/06/2020]

8 BBC. (2020). *Coronavirus: Outcry after Trump suggests injecting disinfectant as treatment* BBC News, 24 april 2020. https://www.bbc.com/news/world-us-canada-52407177. [bezocht op 12/06/2020]

9 Dijck, J. van. (2020). *Rol van sociale mediaplatform als content-moderator blijft te vaag* Financieel Dagblad.: https://fd.nl/opinie/1347383/rol-van-sociale-mediaplatform-als-content-moderator-blijft-te-vaag. [bezocht op 12/06/2020]

naïeve gebruikers die desinformatie en misinformatie doorsturen zonder na te denken over de consequenties. Door onverantwoordelijke politici—niet alleen de Amerikaanse president—die zulke berichten legitimeren.

Tijdens de bestrijding van de Covid-19 pandemie gaven we terecht veel steun en lof aan de medische beroepsgroep. Journalistiek en journalisten verdienen minstens even veel support. Iedere dag opnieuw leveren heldhaftige kwaliteitsmedia de slag tegen de schadelijke effecten van deze infodemie. Ze proberen de plaag van misinformatie tegen te gaan door elke individuele infectiehaard te bestrijden met tegengif: feiten checken, bronnen controleren, sociale media bijsturen, lezers informeren en burgers bewust maken. Waar artsen en verplegers waken over onze gezondheid, waken journalisten over onze democratie door iedere dag weer het recht op accurate informatie te verdedigen. Dat is zwaar werk, want hoewel we de diagnose wel hebben gesteld, is er nog lang geen antiserum gevonden tegen desinformatie en misinformatie. Integendeel, soms dreigen fact-checking-afdelingen die verdachte nieuwsberichten circulerend op Facebook en Twitter onderzoeken, de intensive care van de journalistiek te worden. Maar de journalistiek is niet bedoeld als noodhulpverlening.

Met dit Unesco-Handboek willen de schrijvers ervoor zorgen dat 'externe post-publicatie "fact-checking" geen substituut wordt voor de interne processen van kwaliteitscontrole in de journalistiek,' zoals Guy Berger in het voorwoord zo mooi stelt. We willen niet dat de journalistiek permanent op de intensive care belandt. Daarom moeten we een vaccin ontwikkelen waarmee professionele journalisten immuniteit tegen vormen van desinformatie, misinformatie en malinformatie kunnen bevorderen in de hele samenleving. Een democratische samenleving vereist niet alleen een verantwoordelijke journalistiek die uitgevoerd wordt door bewuste en goed getrainde journalisten. Zij vereist bewuste en goed geïnformeerde burgers—burgers die voldoende mediawijs zijn om desinformatie, misinformatie en malinformatie te herkennen en te stoppen.

Dit handboek wil daarbij helpen en is daarom een prijzenswaardig hulpmiddel dat brede aandacht verdient. De journalistiek neemt haar verantwoordelijkheid als institutie; de samenleving dient verantwoordelijkheid te nemen jegens haar instituties die van vitaal belang zijn voor het beschermen van de democratie. Als er symptomen zijn dat die democratie in gevaar is, laten we dan alsjeblieft snel inzetten op vaccin-ontwikkeling en het bevorderen van groepsimmuniteit.

José van Dijck *is universiteitshoogleraar media en digitale samenleving aan de Universiteit Utrecht en oud-president van de KNAW.*

NOOT VAN DE VERTALERS

Door Berit Zandbelt en Koen Leurs

Journalistiek, 'Nepnieuws' & Desinformatie: Handboek voor Journalistiek Onderwijs is de Nederlandse vertaling van het in 2018 verschenen *Journalism, 'Fake News' & Disinformation: Handbook for Journalism Education & Training*. Wij, Berit Zandbelt en Koen Leurs, werkten van april tot juli 2020 aan deze vertaling in onze capaciteit als student-stagiair en universitair docent verbonden aan de Universiteit Utrecht. Dit was een turbulente periode met ingrijpende gebeurtenissen. De Covid-19 virus pandemie die wereldwijd het publieke leven tot stilstand bracht bleek volgens Peter Burger, universitair docent journalistiek (Universiteit Leiden), "de ideale voedingsbodem voor de verspreiding van hoaxen, broodje-aapverhalen en samenzweringstheorieën"[10]. Misinformatie en desinformatie met betrekking tot corona betrof onder andere anti-vaxxers die schadelijke foutieve berichtgeving over vaccins verspreidden, Bill Gates die besmette mensen met microchips wilde implanteren, verbanden die worden gelegd tussen 5g-netwerken en het corona virus, onjuiste berichten over de symptomen en behandeling van het virus en misleidende berichten over de positieve effecten van de lockdown op ons dierenrijk, met gefabriceerde beelden van dolfijnen die weer in de grachten van Venetië zouden zwemmen en herten die Parijse kerken zouden hebben bezocht. Om de consequenties van de informatiewanorde die ook in Nederland ontstond rondom 'Corona' te duiden, hebben wij Yvonne Zonderop en José van Dijck gevraagd een voorwoord te schrijven bij deze Nederlandstalige versie. Zonderop, onafhankelijk journalist en lid van de UNESCO Commissie Nederland, pleit ervoor om jonge en aankomende journalisten het tot "hún romantische opdracht" te maken in de "tegenaanval" te gaan tegen mis-, des- en malinformatie. Van Dijck, universiteitshoogleraar media en digitale samenleving aan de Universiteit Utrecht reflecteert aan de hand van de Covid-19 "infodemie" over het belang van kwaliteitsjournalistiek als hoeder van democratie.

In het huidige tijdsgewricht blijkt dit handboek dus niet aan urgentie te hebben ingeboet. Ethische standaarden en het geven van een zo volledig mogelijk en waarheidsgetrouw beeld van de situatie blijven erg belangrijk bij het creëren van kwaliteitsjournalistiek, des te meer in het huidige gedigitaliseerde tijdperk. Het handboek biedt aan de hand van vele voorbeelden, afkomstig uit alle werelddelen, een overzichtelijke beschrijving van vormen van onjuiste en misleidende informatie en praktische strategieën om misinformatie en desinformatie te herkennen en te bestrijden.

10 Vermanen, J. (2020). *Ruim 250 onbetrouwbare nieuwsberichten over COVID-19 verspreid via Twitter* Pointer KRO-NCRV, 29 april 2020 https://pointer.kro-ncrv.nl/artikelen/ruim-250-onbetrouwbare-nieuwsberichten-over-covid-19-verspreid-via-twitter [bezocht op 24/07/2020].

Vanuit onze academische achtergrond binnen gender, postkoloniale en antiracistische theorie, willen wij in deze noot van de vertalers de wereldwijde mensenrechtenbeweging #BlackLivesMatter (BLM) erkennen. Deze beweging laat pijnlijk zien dat aanvullende strategieën geagendeerd dienen te worden binnen de journalistiek in de strijd tegen informatiewanorde. BLM groeide sterk nadat smartphone beelden van de moord op de zwarte arrestant George Floyd door een witte politieagent in de Verenigde Staten viraal gingen op sociale media platformen. Zoals 'corona', leidde #BlackLivesMatter ook tot een ongeëvenaarde circulatie van misinformatie en desinformatie. Om te waarborgen dat kwaliteitsjournalistiek een kritische houding blijft ontwikkelen ten opzichte van maatschappelijke ontwikkelingen en debatten willen wij graag het specifieke belang van diverse nieuwsredacties en een inclusieve, intersectionele werk- en schrijfwijze voor journalisten benadrukken.

Dit is urgent, zo laat de misleidende berichtgeving rondom #BlackLivesMatter zien. Neem bijvoorbeeld de BBC, die een steekpartij in Reading (Verenigd Koninkrijk) op 20 juni 2020 onjuist linkte aan het vreedzame #BlackLivesMatter protest, terwijl even later bleek dat deze gebeurtenis niets met het protest te maken had[11]. Of het geval in Manchester waarbij een foto die op Facebook werd geplaatst door een jongen die herstellende was van een hondenbeet werd hergebruikt in een misleidend bericht over een zogenaamde machete-aanval van BLM-demonstranten in Londen[12]. Vergelijkbare misinformatie en desinformatie circuleert ook in Nederland, en zijn er verschillende "misstappen" in de verslaggeving over BLM begaan[13].

Laten we een misleidende tweet van de Nederlandse politicus Thierry Baudet in reactie op de BLM beweging, die ook in Nederland leidde tot grote demonstraties, als voorbeeld nemen. Op 9 juni, tweette hij het volgende bericht: "Wie onze geschiedenis en identiteit niet respecteert heeft geen plaats in onze landen". Naast deze zinsnede zien we een foto geplaatst van een gedeelte van een gedenkteken, met daarop zichtbaar de jaartallen 1914-1918 en 1939-1945 die de duur van de Eerste en Tweede Wereldoorlog markeren. Op het gedenkteken staat verder een in roze graffiti letters gespoten leus 'Fuck White People'. Dit bericht is desinformatie: het getoonde beeld in de betreffende tweet bleek na fact checking door twitteraars niet genomen in Nederland, maar 4 jaar eerder tijdens #BlackLivesMatter protesten bij de University of Cape Town in Kaapstad,

11 Sivier, M. (2020). *Why did the BBC try to associate Reading terror killings with Black Lives Matter?* Vox Political, 21 juni 2020, https://voxpoliticalonline.com/2020/06/21/why-did-the-bbc-try-to-associate-reading-terror-killings-with-black-lives-matter/ [bezocht op 24/07/2020].

12 Wilkinson, D. (2020). *'My son wasn't attacked by Black Lives Matter protesters, he was bitten by our dog*': Mum sets record straight after fake Facebook posts Manchester Evening News, 17 juni 2020 https://www.manchestereveningnews.co.uk/news/greater-manchester-news/my-son-wasnt-attacked-black-18431289 [bezocht op 24/07/2020].

13 De Bruin, K. & Van der Nat, R. (2020). *Wanneer zijn we klaar? Black Lives Matter: framing en misstappen in de media* J-Lab 1 juli 2020, https://www.journalismlab.nl/diversiteit-in-de-journalistiek/ [bezocht op 24/07/2020].

Zuid-Afrika[14]. Het bewust uitgesneden beeld laat niet zien dat er tevens de leus "Fuck Black Exclusion" op het gedenkteken was gespoten. Het misleidende bericht laat zien hoe door problematisch hergebruik en bewerking van beeldmateriaal antiracisme activisten worden geportretteerd als on-Nederlands. Gesteund door aanhangers van extreemrechts gedachtengoed keren Baudet en zijn partij Forum voor Democratie (FvD) bewust de Nederlandse publieke en commerciële kwaliteitsjournalistiek de rug toe. In navolging van extreemrechtse groeperingen zoals FPÖ in Oostenrijk met zijn "best geoliede mediamachine van Europa" creëren zij in Nederland een eigen alternatieve media zuil (met onder andere een eigen 'FVD-Journaal') waarmee zij ongecontroleerd hun eigen boodschap kunnen verkondigen[15].

In Nederland krijgt dit soort misinformatie en desinformatie een platform via sociale media zoals *Twitter*, *Facebook* en *YouTube*, maar ook op websites zoals Café Weltschmerz. Café Weltschmerz claimt in eigen woorden "andersdenkenden" een platform te bieden om de "mainstreammedia" (MSM) aan de kaak te stellen. Kort samengevat, "Bij Café Weltschmerz ziet de wereld er heel anders uit"[16]: in de berichten op dit platform zien we hoe een verscheidenheid aan complottheorieën en aantoonbare onjuistheden worden geuit. Er zijn een veelvoud aan dergelijke Nederlandse initiatieven vindbaar op sociale mediaplatformen, waar naast onjuistheden onder andere racisme, seksisme en antisemitisme worden genormaliseerd.

Wij beseffen dat de vele uitdagingen, obstakels en strategieën van 'informatiewanorde' die in dit handboek worden besproken slechts het topje van de ijsberg zijn.[17] Graag bespreken wij een aantal aanvullende tactieken om de journalistieke strijd aan te gaan met uitdagingen als racisme, seksisme en aanverwante vormen van uitsluiting. Allereerst is een diverse nieuwsredactie een vereiste om journalisten vanuit verschillende achtergronden en perspectieven (waaronder perspectieven en onderwerpen die afwijken van dominante witte, eurocentrische of hetero normatieve perspectieven) nieuws te kunnen laten maken. Dit biedt ook een basis om een aanvullende kritische houding in te nemen in discussies, gebaseerd op expertises en stemmen vanuit betrokken gemeenschappen. Een diverse nieuwsredactie doorbreekt bubbels maar resulteert echter niet automatisch in een verscheidenheid

14 IOL (2016) *UCT chaos in pictures* Independent Online, 17 februari 2016 https://www.iol.co.za/news/uct-protest-chaos-in-pictures-1985755 [bezocht op 24/07/2020].

15 De Gruyter, C. (2020). *Radicaal-rechts heeft in Oostenrijk en Zwitserland al jaren een mediazuil à la Baudet* NRC Handelsblad, 21 juli 2020, https://www.nrc.nl/nieuws/2020/07/21/radicaal-rechts-heeft-in-oostenrijk-en-zwitserland-al-jaren-een-mediazuil-a-la-baudet-a4006556 [bezocht op 24/07/2020].

16 Vreeken, R. (2020). *Bij Café Weltschmerz ziet de wereld er heel anders uit* De Volkskrant, 3 juli 2020, https://www.volkskrant.nl/columns-opinie/bij-cafe-weltschmerz-ziet-de-wereld-er-heel-anders-uit~b8261bb4 [bezocht op 24/07/2020].

17 UNESCO, de initiatiefnemer van dit handboek, biedt verschillende bronnen aan die inclusieve journalistiek kunnen stimuleren. Het belang van 'community media' met oog op de behoeften en posities van verschillende gemeenschappen gerichte wordt bijvoorbeeld benadrukt binnen het aandachtsgebied 'Media Pluralism and Diversity' van UNESCO, zie https://en.unesco.org/themes/media-pluralism-and-diversity; het *Diversity Reporting Handbook* (http://www.unescochair-vs.edu.mk/attach/Diversity-Reporting-Handbook-fin.pdf) en *Setting the Gender Agenda for Communication Policy: New proposals from the Global Alliance on Media and Gender* (https://en.unesco.org/gamagandunitwin)

aan perspectieven en onderwerpen[18]. Om inclusiviteit na te kunnen streven dienen dominante redactieculturen van binnenuit te veranderen. Om in berichtgeving een zo volledig en betrouwbaar mogelijk beeld te kunnen schetsen van een situatie en deze vanuit verschillende perspectieven en onderwerpen te kunnen leveren, is een intersectionele benadering benodigd.

Het concept intersectionaliteit komt voort uit het zwart feministisch intellectuele gedachtegoed. Door middel van dit concept trachtten zwarte feministische denkers zoals Kimberlé Crenshaw oog te krijgen voor de complexe structuur van onderdrukking en privilege. Door middel van intersectionaliteit (ook wel 'kruispuntdenken' genoemd) is het mogelijk te doorgronden hoe verschillende aspecten van iemands identiteit elkaar wederzijds beïnvloeden en samen een specifieke machtspositie in de wereld creëren. Intersectionaliteit biedt een handvat om naar aanleiding van gesitueerde persoonlijke ervaringen onzichtbare en systematische vormen van onderdrukking bloot te leggen. Met het oog op de journalistiek heeft Sasha Costanza-Chock het concept aangegrepen om een 'Intersectional Media Equity Index' op te stellen[19]. De index bied aanknopingspunten om de werking van media te doorgronden, aan de hand van de volgende aandachtspunten: 1) macht en eigendom (van wie is de media, en welke belangen spelen er), 2) werkgelegenheid (wie werkt er in de media), 3) productie (wie maakt de media), 4) standpunt (wie mag er spreken en op welke doelgroep wordt er gericht), en 5) aandacht (naar wie wordt er geluisterd). Dit zijn belangrijke indicatoren die journalisten een handvat bieden om intersectionaliteit en diversiteit binnen hun journalistieke praktijk beter te waarborgen. Maar ook bieden deze vragen nieuws-consumenten een basis om berichtgeving kritisch te beoordelen. Voor journalistiek docenten en studenten biedt de website Who Makes The News? (http://whomakesthenews.org/) aanvullende methoden, zoals de 'Learning Resource Kit For Gender-ethical Journalism And Media House Policy'[20] of de '"Mission Possible": A Gender And Media Advocacy Training Toolkit'[21].

Naast de kennis, technieken en hulpmiddelen die dit handboek aanreikt voor het bestrijden en voorkomen van 'informatiewanorde', is het nodig oog te hebben voor specifieke informatie, nieuws en de mediabehoeften van specifieke gemarginaliseerde groepen om de verspreiding van misinformatie onder deze groepen te voorkomen. Grootschalige crisissituaties zoals Covid-19 of #BlackLivesMatter hebben namelijk een

18 McElroy, Kathleen. 2019. "Why don't newsroom diversity initiatives work? Blame Journalism Culture." *Poynter*. https://www.poynter.org/ethics-trust/2019/why-dont-newsroom-diversity-initiatives-work-blame-journalism-culture/. [Bezocht op 22-7-2020]

19 Costanza-Chock, S. (2018). *Media, communication, and intersectional analysis: ten comments for the International Panel* on Social Progress Global Media and Communication, 14(2), 201–209.

20 Macharia, S. & Morinière, P. (2012). *Resource Kit for Gender-Ethical Journalism and Media House Policy* Who Makes The News, http://whomakesthenews.org/journalism-kit [Bezocht op 22-7-2020]

21 WACC (geen datum). *"Mission Possible": A Gender and Media Advocacy Toolkit* Who Makes The News, http://whomakesthenews.org/advocacy [Bezocht op 22-7-2020]

specifieke impact op groepen zoals vluchtelingen, zwarte jongeren of leden van LHBTI gemeenschappen, die sowieso al veelvuldig een gebrek aan journalistieke erkenning en toegang tot geloofwaardige informatie ervaren. Vluchtelingen ervaren bijvoorbeeld een "precaire informatiepositie": "de instabiliteit die vluchtelingen ervaren bij het vergaren van nieuws en persoonlijke informatie, wat deze doelgroep mogelijk kwetsbaarder maakt voor misinformatie, stereotyperingen en geruchten die hun economische en sociale positie kunnen beïnvloeden"[22]. Binnen Nederland constateerden cultureel geografen Ilse van Liempt en Mieke Kox bijvoorbeeld dat asielzoekers tijdens de corona crisis veelvuldiger in contact zijn gekomen met 'nepnieuws' afkomstig uit hun eigen netwerken en nog sterker vastgelopen te zijn in de Nederlandse bureaucratie.[23] Diversiteit, inclusiviteit en intersectioneel denken kunnen dus van groot belang zijn in de strijd tegen informatiewanorde, allereerst om kritisch en constructief te werken aan een betere representatie van thematieken en verschillende doelgroepen, alsmede om de verspreiding van misleidende berichten binnen de bubbels van gemeenschappen tegen te gaan.

Tenslotte willen wij graag een aantal mensen en instanties bedanken die deze publicatie mogelijk hebben gemaakt: Shihao Feng, Sara Guglielmi en Rosa Maria Gonzales van UNESCO voor hun gestelde vertrouwen en betrokkenheid; Yvonne Zonderop en José van Dijck voor hun bijdragen; Sanne Sprenger voor haar begeleiding, Jeroen Sondervan voor zijn assistentie bij het open access publicatieproces; Myrthe Nauta, Flora Schulte Nordholt en Guusje Somer van Free Press Unlimited voor hun gedegen peer-review van onze vertaling, Miram van de Ven voor de vormgeving, Stephanie Rap en Jacques Leurs voor het proeflezen; de Nationale Wetenschapsagenda (NWA) – startimpuls Jongeren in een veerkrachtige samenleving, het Instituut voor Cultuurwetenschappelijk Onderzoek (ICON) en De Nederlandse Unesco Commissie voor hun financiële bijdragen.

22 Wall, M., Janbek, D., & Campbell, M.O (2019). *Syrian refugees and information precarity*. New Media & Society, 19(2), 240-254.

23 Van Liempt, I. & Kox, M. (2020). *Coronavirus: misinformation is leading to 'fake news' anxieties in Dutch refugee communities* The Conversation. 7 juli 2020, https://theconversation.com/coronavirus-misinformation-is-leading-to-fake-news-anxieties-in-dutch-refugee-communities-141830 [Bezocht op 22-7-2020]

VOORWOORD

Door Guy Berger

UNESCO streeft ernaar journalistiek onderwijs te versterken. Deze publicatie is de nieuwste toevoeging aan een lijn van geavanceerde kennishulpmiddelen.

Het is deel van het "Global Initiative for Excellence in Journalism Education", een initiatief dat een focus is van het 'International Programme for the Development of Communication' (IPDC) van UNESCO. Het initiatief streeft ernaar journalistiek te onderwijzen, uit te oefenen en te onderzoeken vanuit een mondiaal perspectief, en internationale goede praktijken te delen.

Als onderdeel tracht het huidige handboek te dienen als een model curriculum dat internationaal relevant is, open staat voor gebruik en aanpassingen, en reageert op opkomende wereldwijde problemen van desinformatie, waar de samenleving en specifiek de journalistiek mee geconfronteerd worden.

Het handboek vermijdt het eenvoudige gebruik van de term 'fake news', ofwel 'nepnieuws', zoals het doorgaans begrepen wordt.[1] Dit komt doordat 'nieuws' verifieerbare informatie van algemeen belang is. Informatie die niet aan deze voorwaarden voldoet, verdient niet als nieuws gezien te worden. In dit opzicht is 'nepnieuws' een oxymoron dat leidt tot het ondermijnen van de geloofwaardigheid van informatie die wel voldoet aan de voorwaarden van verifieerbaarheid en algemeen belang – ook wel echt nieuws.

Om gevallen van manipulatief gebruik van de taal en conventies van nieuwsgenres beter te begrijpen, behandelt deze publicatie deze gevallen van fraude als zodanig – een specifieke categorie van nepinformatie binnen een groep die bestaat uit steeds meer uiteenlopende vormen van desinformatie, waaronder vormen van amusement zoals visuele 'memes'.

In deze publicatie wordt de term desinformatie over het algemeen gebruikt om te verwijzen naar opzettelijke (en vaak georganiseerde) pogingen tot het verwarren of manipuleren van mensen, door middel van het geven van onoprechte informatie. Dit wordt vaak gecombineerd met parallelle en elkaar doorkruisende communicatiestrategieën en een reeks andere tactieken, zoals hacken of het verspreiden van compromitterende persoonlijke gegevens. De term misinformatie wordt vaak gebruikt om te verwijzen naar misleidende informatie, die gemaakt of

1 Zie Tandoc E; Wei Lim, Z and Ling, R. (2018). "Defining 'Fake News': A typology of scholarly definitions" in *Digital Journalism* (Taylor and Francis) Volume 6, 2018 - Nummer 2: 'Trust, Credibility, Fake News'.

verspreid is zonder manipulatieve of slechte bedoelingen. Zowel desinformatie als misinformatie vormen problemen voor de maatschappij, maar desinformatie is bijzonder gevaarlijk. Dit komt doordat het vaak georganiseerd en goed gefinancierd is, en versterkt wordt door geautomatiseerde technologie.

De leveranciers van desinformatie azen op de kwetsbaarheid of het potentieel tot partijdigheid van mogelijke ontvangers, en proberen deze ontvangers voor zich te winnen als versterkers van desinformatie. Ze buiten onze neiging tot het delen van informatie uit voor verschillende doeleinden, en proberen zo te zorgen dat de ontvangers zelf de verspreiders van desinformatie worden. Een specifiek gevaar is dat 'nepnieuws' meestal gratis beschikbaar is. Dit betekent dat mensen die zich niet kunnen veroorloven om te betalen voor kwaliteitsjournalistiek, of die geen toegang hebben tot onafhankelijke, openbare nieuwsmedia, bijzonder kwetsbaar zijn voor zowel desinformatie als misinformatie.

De verspreiding van desinformatie en misinformatie wordt grotendeels mogelijk gemaakt door sociale medianetwerken en bijvoorbeeld *WhatsApp*-groepen. Dit roept vragen op over de gewenste mate van regulering en zelfregulatie van de bedrijven die deze diensten verstrekken. Als platformen die niet zozeer informatie creëren maar voornamelijk informatie overbrengen, zijn deze bedrijven tot nu toe over het algemeen alleen onderworpen aan lichte regelgeving (behalve op het gebied van auteursrecht). In de context van de groeiende druk op deze platformen, evenals de mogelijke bedreiging van de vrijheid van meningsuiting als gevolg van overregulering, worden er in toenemende mate – hoewel fragmentarisch – stappen gemaakt in het kader van zelfregulatie.[2] In het jaarverslag van 2018 richtte de 'UN Special Rapporteur on Freedom of Expression and Opinion' zich op deze kwestie. In dit jaarverslag worden internetbedrijven aangespoord om te leren van zelfregulatievormen door nieuwsmedia, en om zich beter af te stemmen op de VN-verdragen over het recht van informatie geven, zoeken en ontvangen.[3] Binnen deze snel ontwikkelende ecologie van maatregelen die zowel door overheden als bedrijven genomen worden, is er een zeer belangrijke rol weggelegd voor journalisten en nieuwsmedia. Dit is dan ook de doelgroep waar deze publicatie voor geschreven is.

2 Manjoo, F. (2018). What Stays on Facebook and What Goes? The Social Network Cannot Answer. *New York Times*, 19 juli, 2018. https://www.nytimes.com/2018/07/19/technology/facebook-misinformation.html [bezocht op 20/07/2018]; https://www.rt.com/usa/432604- youtube-invests-reputable-news/ [bezocht op 15/07/2018]; https://youtube.googleblog.com/ [bezocht op 15/07/2018]; https://sputniknews.com/asia/201807111066253096-whatsapp-seeks-help-fake-news/ [bezocht op 15/07/2018]

3 Report of the Special Rapporteur on the promotion and protection of the right to freedom of opinion and expression. UN Human Rights Council 6 April 2018. A/HRC/38/35. https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/G18/096/72/PDF/G1809672.pdf?OpenElement [bezocht op 20/07/2018].

Het onderscheiden van verschillen

Desinformatie en misinformatie zijn beide verschillend van (kwaliteits-)journalistiek die voldoet aan professionele standaarden en ethische normen. Tegelijkertijd verschillen ze ook van gevallen van zwakke journalistiek die niet aan de kwaliteitseisen voldoen. Problematische journalistiek omvat bijvoorbeeld voortdurende (en niet-gecorrigeerde) fouten die voortkomen uit slecht onderzoek of slordige verificatie van informatie. Het omvat sensatiebeluste verslaggeving (waarbij overdreven wordt om een grotere indruk te maken) of een sterk partijdige selectie van feiten ten nadele van eerlijkheid.

Dit betekent niet dat er een journalistiek ideaal bestaat, dat op de een of andere manier alle diep-verankerde verhaallijnen en standpunten overstijgt, terwijl ondermaatse journalistiek gekleurd wordt door ideologie. Het geeft daarentegen aan dat alle journalistiek voortbouwt op bepaalde narratieve structuren. Het probleem met ondermaatse journalistiek is niet het bestaan van deze verhaallijnen, maar een beperkte mate van professionaliteit. Om deze reden is het belangrijk om zwakke journalistiek te onderscheiden van desinformatie of misinformatie.

Desalniettemin laat journalistiek van slechte kwaliteit soms toe dat desinformatie en misinformatie hun oorsprong vinden in of lekken naar het echte nieuwssysteem. Maar de oorzaken en oplossingen voor zwakke journalistiek zijn anders dan bij desinformatie en misinformatie. Tegelijkertijd is het duidelijk dat er een sterke ethische journalistiek nodig is, als alternatief en tegengif voor de vervuiling van de informatieomgeving en het overloopeffect van een bredere aantasting van het nieuws.

Vandaag de dag zijn journalisten niet alleen omstanders die staan te kijken naar een groeiende lawine van desinformatie en misinformatie. Ze bevinden zich zelf ook in het pad van haar verwoesting. [4] Dit betekent dat:

- journalistiek het risico loopt overstemd te worden door de kakofonie van stemmen die nieuws claimen te brengen;
- journalisten het risico lopen om gemanipuleerd te worden door actoren die voorbij gaan aan de ethische richtlijnen van public relations, door journalisten te misleiden en ze te verleiden tot het verspreiden van desinformatie[5];

4 Ondanks de dreiging ontbraken in de redactiekamers van een land systemen, budget, en getraind personeel dat zich toelegde op het bestrijden van desinformatie. Zie: Penplusbytes. 2018. *Media Perspectives on Fake News in Ghana*. http://penplusbytes.org/publications/4535/ [bezocht op 12/06/2018].

5 Butler, P. 2018. *How journalists can avoid being manipulated by trolls seeking to spread disinformation*. http://ijnet.org/en/blog/how-journalists-can-avoid-being-manipulated-trolls-seeking-spread-disinformation. Zie ook module drie van dit handboek.

- journalisten die in dienst van de waarheid, inclusief "ongemakkelijke waarheden" werken, kunnen merken dat ze het doelwit worden van leugens, geruchten en bedrog. Deze leugens, geruchten en bedrog zijn bedoeld om journalisten en hun journalistieke werk te intimideren en in diskrediet te brengen. Dit kan vooral gebeuren wanneer hun werk degenen die desinformatie creëren of opdracht geven tot de creatie van desinformatie, aan het licht dreigt te brengen.[6]

Hoewel sociale media de belangrijkste arena van desinformatie is, moeten journalisten bovendien erkennen dat machtige actoren tegenwoordig het label van 'nepnieuws' strategisch inzetten om de kwaliteitsnieuwsmedia aan te pakken. Nieuwe en strenge wetten maken alle nieuwsinstellingen tot zondebokken. Hierdoor worden nieuwsinstellingen behandeld alsof ze de initiatiefnemers van 'nepnieuws' zijn geweest. Of nieuwsinstellingen worden geschaard onder nieuwe regelgevingen die alle communicatie-platformen zonder onderscheid tracht te beperken. Dergelijke regelgeving sluit vaak ook onvoldoende aan bij de internationale richtlijnen en principes. Volgens deze principes moeten beperkingen op het gebied van meningsuiting in de juiste verhouding en voor legitieme doeleinden zijn, en moet de noodzaak voor deze beperkingen altijd duidelijk aantoonbaar zijn. Het gevolg van dit soort regelgeving, ook al is het niet altijd de bedoeling, is dat oprechte kwaliteitsjournalistiek onderworpen wordt aan een "ministerie van waarheid" die de macht heeft informatie te onderdrukken om louter politieke redenen.

In de huidige context van desinformatie en misinformatie is de ultieme bedreiging niet de ongerechtvaardigde regulering van de journalistiek, maar dat het publiek er toe gaat neigen alle media-uitingen te verwerpen - ook die van de journalistiek. In dit scenario kunnen mensen de media-inhoud die door hun sociale netwerken wordt gesteund en die overeenkomt met hun onderbuikgevoelens en diepgewortelde overtuigingen als geloofwaardig gaan beschouwen – in plaats van hun verstand te gebruiken. De negatieve effecten van zulke 'echo-chambers' die zogenaamd 'alternatieve' publieke overtuigingen over gezondheid, wetenschap en intercultureel begrip versterken en de status van authentieke expertise ondermijnen, zijn al te voorspellen.

Deze impact is ook bijzonder zorgwekkend met het oog op verkiezingen en het idee van democratie als mensenrecht. Wat desinformatie beoogt, vooral tijdens verkiezingen, is niet zozeer het publiek ervan te overtuigen dat een bepaalde gepropageerde inhoud waar is, maar het verkrijgen van invloed op de politieke agenda en de belangen van het volk. Het beoogt informatiekanalen te vertroebelen zodat rationale factoren tijdens

6 Zie module zeven

het maken van stemkeuzes verzwakt worden[7]. Eveneens kunnen kwesties van migratie, klimaatverandering en dergelijke zwaar beïnvloed worden door de onzekerheid die voortvloeit uit desinformatie en misinformatie.

Deze gevaren maken dat een frontale confrontatie met de opkomst van 'nepnieuws' noodzakelijk is voor journalistiek en journalistiek onderwijs. Tegelijkertijd vormen de bedreigingen ook een kans om nog vastberadener te zijn in het bewijzen van de waarde van nieuwsmedia. Ze bieden een kans om het unieke karakter en de waarde van de professionele praktijk, verifieerbare informatie en geïnformeerde opmerkingen in het algemeen belang te onderstrepen[8].

Wat de journalistiek moet doen

Gezien deze situatie is het tijd voor nieuwsmedia om professionele normen en ethiek uit te dragen en te agenderen, de publicatie van ongecontroleerde informatie te vermijden en afstand te nemen van informatie die eventueel interessant is voor een particulier deel van het publiek, maar het algemeen belang niet dient.

Deze publicatie herinnert er daarom ook aan dat alle nieuwsinstellingen en journalisten, ongeacht hun politieke inslag, onbedoelde en kritiekloze verspreiding van desinformatie en misinformatie moeten voorkomen. In veel hedendaagse nieuwsmedia heeft het schrappen van functies die interne feitencontroles uitvoeren er in zekere mate toe geleid dat deze functie nu wordt ingenomen door de "vijfde macht". Deze vijfde macht bestaat uit 'bloggers' en andere externe actoren die de door journalisten gemaakte fouten blootleggen – hoewel dit pas gebeurt nadat ze al zijn verspreid.

Dit opkomende fenomeen kan door nieuwsmedia worden verwelkomd als een versterking van de belangstelling van de samenleving in verifieerbare informatie. Journalisten moeten het werk van onafhankelijke groepen die feitencontroles uitvoeren verspreiden onder een groter publiek. Ze moeten zich daarbij wel beseffen dat wanneer externe actoren systematisch falen aantonen bij een bepaalde nieuwszender, dit op zijn minst vraagtekens zet bij het imago van de instelling als professionele of legitieme nieuwsbron. De media moeten er daarom op letten dat externe post-publicatie 'fact-checking' geen substituut wordt voor de interne processen van kwaliteitscontrole in de journalistiek. Journalisten moeten beter hun best doen om alleen geverifieerde informatie te verspreiden. Wanneer ze dit niet doen, verliezen ze de mogelijkheid om een samenleving met geloofwaardige media te hebben.

---

7 Lipson, D (2018) *Indonesia's 'buzzers' paid to spread propaganda as political elite wage war ahead of election*, ABC News: http://mobile.abc.net.au/news/2018-08-13/indonesian-buzzers-paid-to-spread-propaganda-ahead-of-election/9928870?pfmredir=sm [bezocht op 17/8/18].

8 Zie ook: Nordic Council of Ministers. 2018. *Fighting Fakes - the Nordic Way*. Copenhagen: Nordic Council of Ministers. http://www.nordicom.gu.se/en/latest/news/fighting-fakes-nordic-way [bezocht op 12/06/2018].

Kortom, in een spel met correcties die achteraf door externe waakhonden gemaakt worden, zal de journalistiek geen winnaar zijn. Journalisten kunnen het verifiëren van dubieuze claims die worden gepresenteerd door bronnen niet overlaten aan externe organisaties die feiten controleren (ongeacht of dergelijke claims gerapporteerd worden in de media, of dat ze de journalistiek omzeilen en rechtstreeks op sociale media verschijnen). Er is een verbetering nodig in het vermogen van journalisten om dergelijke journalistieke 'hij zegt, zij zegt' geloofwaardigheidsconflicten te overstijgen en de waarheidsgetrouwheid van de claims die gedekte personen maken te onderzoeken.

De journalistiek moet ook proactief zijn in het detecteren en blootleggen van nieuwe gevallen en vormen van desinformatie. Dit is essentieel voor nieuwsmedia en biedt een alternatief voor regelgevende benaderingen tot 'nepnieuws'. Als een onmiddellijke reactie op een brandend en schadelijk probleem, versterkt het middellangetermijnstrategieën, zoals media- en informatiegeletterdheid, die het publiek in staat stellen onderscheid te maken tussen legitiem nieuws van algemeen nut, desinformatie en misinformatie. Desinformatie verspreidt zich als een lopend vuur, en een sterke bestrijding zal de waarde van de journalistiek voor de samenleving versterken.

Dit handboek is dus een oproep tot actie. Daarnaast is het een aanmoediging voor journalisten om een maatschappelijke dialoog aan te gaan over hoe mensen over het algemeen beslissingen maken over geloofwaardigheid, en waarom sommigen van hen niet-geverifieerde informatie delen. Net als bij de nieuwsmedia is dit voor journalistiek opleidingen en hun studenten, samen met mediatrainers, coaches en hun leerlingen, een grote kans om een sterke maatschappelijke betrokkenheid bij het publiek te creëren. 'Crowdsourcing' (oftewel het raadplegen en betrekken van publiek in nieuwsgaring en controle) is bijvoorbeeld essentieel voor media, als zij onopgemerkte desinformatie die wordt verspreid via sociale media of e-mail willen ontdekken en rapporteren.

De rol van UNESCO

Gefinancierd door UNESCO's 'International Programme for the Development of Communication' (IPDC), biedt deze nieuwe uitgave een uniek en holistisch beeld van de verschillende dynamieken van desinformatiekwesties. Daarnaast biedt het een handreiking met praktische vaardigheden om de gepresenteerde kennis en het begrip hiervan aan te vullen.[9] Dit handboek draagt bij aan UNESCO's doelstelling journalisten optimaal te laten presteren door middel van het aanmoedigen van zelfregulatie van de sector, en biedt hiermee een belangrijk alternatief voor de risico's die staatsinterventie

9 Tijdens de 61-ste vergadering van het bureau van de IPDC in 2017 werd besloten om het 'Global Initiative for Excellence in Journalism Education' te steunen door een speciale toewijzing te doen om nieuwe syllabi te ontwikkelen over nieuwe, belangrijke onderwerpen voor journalistiek. Tijdens de 62-ste vergadering van het IPDC-bureau werd gerapporteerd over de voortgang en heeft het IPDC-bureau een extra bedrag toegewezen om dit curriculum te ondersteunen.

met zich meebrengt in het aanpakken van vermeende problemen op het gebied van vrijheid van meningsuiting.

Deze publicatie sluit aan op eerdere werken van UNESCO genaamd "Teaching Journalism for Sustainable Development: New Syllabi"[10] (2015), en "Model Curriculum for Journalism Education: A Compendium of New Syllabi" (2013). Deze publicaties bouwen voort op UNESCO's baanbrekende uitgave "Model Curriculum on Journalism Education[11]" dat in 2007 in negen talen werd gepubliceerd.

De volgende UNESCO publicaties zijn van blijvende waarde voor journalistiek onderwijs:

- Model course on the safety of journalists (2017)[12]
- Terrorism and the Media: a handbook for journalists (2017)[13]
- Climate Change in Africa: A Guidebook for Journalists (2013)[14]
- Global Casebook of Investigative Journalism (2012)[15]
- Story-Based Inquiry: A Manual for Investigative Journalists (2009)[16]
- Conflict-sensitive reporting: state of the art; a course for journalists and journalism educators (2009)[17]

Elk van deze publicaties is waardevol gebleken in tal van landen over de hele wereld, waar journalistieke onderwijzers, trainers en coaches, evenals studenten en werkende journalisten hun werkwijze op verschillende manieren hebben verbeterd. Op sommige plaatsen hebben ze de flexibiliteit gehad om volledige meerjarenprogramma's aan te passen op basis van de nieuw opgedane kennis en inspiratie; in andere gevallen was het een kwestie van het integreren van elementen uit de UNESCO-bronnen binnen bestaande cursussen. De kwaliteit en samenhang van deze nieuwe publicatie zullen naar verwachting dezelfde waarde hebben voor lezers.

Aangezien UNESCO een intergouvernementele organisatie is, kiest het geen partij in de geopolitiek van informatiepolemiek. Zoals bekend is, zijn er verschillende claims en tegenclaims

10 http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/teaching-journalism-for-sustainable-development/ [bezocht op 12/06/2018].

11 http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/model-curricula-for-journalism-education/ [bezocht op 12/06/2018].

12 https://en.unesco.org/news/unesco-releases-model-course-safety-journalists [bezocht op 12/06/2018].

13 https://en.unesco.org/news/terrorism-and-media-handbook-journalists [bezocht op 12/06/2018].

14 http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/climate-change-in-africa-a-guidebook-for-journalists/ [bezocht op 12/06/2018].

15 http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/the-global-investigative-journalism-casebook/ [bezocht op 12/06/2018].

16 http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001930/193078e.pdf [bezocht op 12/06/2018].

17 http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/conflict-sensitive-reporting-state-of-the-art-a-course-for-journalists-and-journalism-educators/ [bezocht op 12/06/2018].

over desinformatie. Dergelijke kennis dient de lezer van deze tekst te informeren en dient lezers te inspireren om verder bewijs te verzamelen over verschillende gevallen.

Om relativisme te vermijden, daarentegen, is het handboek verankerd in de volgende handelingscompetenties en onbetwistbare grondslagen:

1. Het inzicht dat nieuws – dat geverifieerd en door transparante actoren geproduceerd is – essentieel is voor democratie, ontwikkeling, wetenschap, gezondheid en menselijke vooruitgang;
2. De erkenning dat desinformatie geen bijzaak is, en dat de bestrijding ervan essentieel is voor het voortbestaan van nieuwsmedia;
3. De toewijding aan verbeterde professionele journalistieke vaardigheden is essentieel, zodat inclusieve en nauwkeurige journalistiek kan concurreren als een geloofwaardig alternatief voor 'nepnieuws'.

Andere krachtige, essentiële vaardigheden op het gebied van mediawijsheid die in deze publicatie worden behandeld en met name relevant zijn voor journalisten en nieuwsmedia, zijn onder meer:

1. Kennis en vaardigheden om redactiesystemen op te zetten voor systematisch toezicht op, onderzoek naar en rapportage over desinformatie;
2. Kennis van de waarde van samenwerking tussen media-instellingen, journalistieke opleidingen, ngo's, 'fact-checkers', gemeenschappen, internetbedrijven en regelgevers bij de bestrijding van 'informatiewanorde',
3. Kennis over de noodzaak van publieke betrokkenheid bij te koesteren, en het te beschermen tegen overweldiging door desinformatie of kwaadwillige actoren die desinformatiecampagnes tegen journalisten leiden.

In zijn algemeenheid zou deze publicatie moeten helpen bij het beter informeren van samenlevingen over het scala aan maatschappelijke reacties op desinformatieproblemen, waaronder die van regeringen, internationale organisaties, mensenrechtenverdedigers, internetbedrijven en voorstanders van media- en informatiegeletterdheid. Het benadrukt met name hetgeen dat journalisten en de mensen die hen opleiden, hiertegen kunnen doen.

We hopen dat dit handboek op haar bescheiden wijze de essentiële bijdrage die journalistiek kan leveren aan de samenleving kan versterken. Daarnaast hopen we dat het de ambitie voor "openbare toegang tot informatie en fundamentele vrijheden", een van de VN 'Sustainable Development Goals' (SDG's), kan bevorderen.

UNESCO bedankt de redactie en de auteurs voor het realiseren van deze publicatie. Om deze reden wordt deze publicatie aanbevolen aan u, de lezer, en we verwelkomen uw feedback.

Guy Berger

Directeur voor Vrijheid van Meningsuiting en Media Ontwikkeling, UNESCO Secretaris van IPDC

INTRODUCTIE

Cherilyn Ireton en Julie Posetti[1]

Dit handboek is bedoeld om als model voor onderwijsprogrammering te dienen, en biedt een kader voor de lessen van journalistiek docenten en studenten. Dit kader streeft ernaar om houvast te bieden bij het navigeren van de problemen die verband houden met 'nepnieuws'. Ook hopen we dat het een nuttige bron zal zijn voor journalisten die hun alledaagse praktijk willen aanscherpen.

Het handboek brengt de input van vooraanstaande internationale docenten, onderzoekers en denkers in de journalistiek samen. Zij helpen onze journalistieke methode en praktijk bij te werken, om zo het hoofd te kunnen bieden aan de uitdagingen van desinformatie en misinformatie. De lessen zijn contextueel ingebed, theoretisch georiënteerd en uiterst praktisch opgezet (bijvoorbeeld in het geval van online verificatie-benaderingen). Op zichzelf staand of in zijn geheel gebruikt als cursus, kunnen de lessen helpen bij het vernieuwen van bestaande lesmodules of het creëren van nieuwe cursussen. Na dit inleidende hoofdstuk geven we een voorbeeld over hoe dit handboek als een model voor onderwijsprogrammering gebruikt kan worden.

Er ontstond discussie over het gebruik van het woord 'nepnieuws' in de titel en lessen. 'Nepnieuws' is tegenwoordig zoveel meer dan een label voor onjuiste en misleidende informatie die wordt verpakt en verspreid als zijnde 'nieuws'. Het is een emotionele term die tot wapen wordt gemaakt om de journalistiek te ondermijnen en in diskrediet te brengen. Om die reden geven we de voorkeur aan de termen desinformatie, misinformatie en 'informatiewanorde', zoals Wardle en Derakhshan[2] die hebben voorgesteld[3] [4].

De gezamenlijke verklaring van de vrijheid van meningsuiting en 'nepnieuws', desinformatie en propaganda

Dit handboek is tot stand gekomen in een context van groeiende internationale bezorgdheid over een 'desinformatie-oorlog', waarin journalistiek en journalisten belangrijke doelwitten zijn. In begin 2017, toen dit project in opdracht van UNESCO werd uitgevoerd, werd een relevante gezamenlijke verklaring afgegeven door de Speciale Rapporteur voor

1 Alice Matthews van ABC Australia en Tom Law of the Ethical Journalism Network hebben met onderzoek, ideeën en bronnen bijgedragen aan deze introductie.

2 Zie Module twee

3 Het argument tegen het gebruik van de term 'nepnieuws' is door veel schrijvers en journalisten gemaakt, zo ook door Basson, A. (2016) *If it's fake, it's not news.* https://www.news24.com/Columnists/AdriaanBasson/lets-stop-talking-about-fake-news-20170706 [bezocht op 12/06/2018].

4 Wardle, C et al. (2018). "Information Disorder: the essential glossary". Shorenstein Center, Harvard University. Beschikbaar op: https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2018/07/infoDisorder_glossary.pdf?x25702 [bezocht op 21/07/2018].

Vrijheid van Meningsuiting van de VN, de Vertegenwoordiger van Vrijheid van de Media van de OSCE, de Speciale Rapporteur voor Vrijheid van Meningsuiting van de Organisatie van Amerikaanse Staten en de Speciale Rapporteur voor Vrijheid van Meningsuiting en Toegang tot Informatie van de Afrikaanse Commissie voor Mensen- en Volkenrechten.

In deze verklaring gaven de organisaties aan verontrust te zijn over de verspreiding van desinformatie en propaganda en de aanvallen op nieuwsmedia als 'nepnieuws'. De rapporteurs en vertegenwoordigers leggen hierbij nadruk op de gevolgen voor journalisten en journalistiek:

> *"(We zijn) verontrust over gevallen waarin overheidsinstanties de media denigreren, intimideren en bedreigen, onder meer door te stellen dat de media 'de tegenstander' is of 'liegt' en een verborgen politieke agenda heeft. Dit vergroot het risico op bedreigingen en geweld tegen journalisten, ondermijnt het vertrouwen van het publiek in de journalistiek als publieke waakhond, en kan het publiek misleiden door de scheidslijnen tussen desinformatie en media-uitingen met onafhankelijk verifieerbare feiten te vervagen."* [5]

Desinformatie is een oud fenomeen dat wordt gevoed door nieuwe technologie

Het mobiliseren en manipuleren van informatie was reeds een onderdeel van de geschiedenis lang voordat de moderne journalistiek standaarden vaststelde om nieuws te definiëren als een genre dat is gebaseerd op bepaalde integriteitsregels. Een historische bron uit Rome, daterend uit de Grieks-Romeinse Oudheid[6], laat zien dat in de tijd dat Antonius Cleopatra ontmoette, zijn politieke vijand Octavianus een lastercampagne tegen hem lanceerde met "korte, scherpe slogans geschreven op munten in de stijl van archaïsche Tweets"[7]. De dader werd vervolgens de allereerste Romeinse keizer en "nepnieuws had Octavianus in staat gesteld het republikeinse systeem voor eens en voor altijd te hacken".[8]

Maar in de 21e eeuw is het tot wapen maken van informatie uitgegroeid tot een ongekende schaal. Krachtige nieuwe technologie maakt de manipulatie en fabricage van informatie eenvoudig, en sociale netwerken versterken de leugens die worden verkocht door overheden, populistische politici, en oneerlijke rechtspersonen, doordat ze gedeeld worden door een onkritisch publiek.

---

5 UN/OSCE/OAS/ACHPR (2017). Joint Declaration on Freedom of Expression and "Fake News", Disinformation, Propaganda: https://www.osce.org/fom/302796?download=true [bezocht op 29/03/2017]. Zie ook: Kaye, D (2017) Statement to the UN General Assembly on October 24th, 2017: https://www.ohchr.org/en/NewsEvents/Pages/DisplayNews.aspx?NewsID=22300&LangID=E [bezocht op: 20/8/18].

6 Zie een tijdlijn waarin geselecteerde manifestaties van 'informatiewanorde worden uitgezet – van het tijdperk van Cleopatra tot de tegenwoordige tijd - in een gids die gepubliceerd is door 'the International Center for Journalists' (ICFJ) Posetti, J & Matthews, A (2018): https://www.icfj.org/news/short-guide-history-fake-news-and-disinformation-new-icfj-learning-module [bezocht op 23/07/2018].

7 Kaminska, I. (2017). *A lesson in fake news from the info-wars of ancient Rome*. Financial Times. https://www.ft.com/content/aaf2bb08-dca2-11e6-86ac-f253db7791c6 [bezocht op 28/03/2018].

8 ibid

De platformen zijn een vruchtbare bodem geworden voor computer gebaseerde vormen van propaganda[9], 'trolling'[10] en 'trollenlegers'[11]; 'sock-puppet networks'[12], en 'spoofing' (identiteitsfraude[13]. Daarnaast zien we recentelijk, met name in verkiezingstijd, ook de opkomst van 'trollenfabrieken'.[14]

Hoewel de tijden en technologieën verschillen, kan de geschiedenis ons inzicht geven in de oorzaken en gevolgen van het hedendaagse fenomeen van 'informatiewanorde' dat dit handboek probeert aan te pakken. Om een genuanceerde rapportage over deze crisis te kunnen garanderen, worden journalisten, docenten en coaches (samen met hun studenten) aangemoedigd om desinformatie, propaganda, hoaxen en satire te bestuderen als historische kenmerken van de huidige communicatie-ecologie.[15]

Het ontwikkelen van journalistieke strategieën om desinformatie te bestrijden, moet daarom ondernomen worden in de wetenschap dat informatiemanipulatie millennia teruggaat, terwijl de evolutie van journalistieke professionaliteit relatief recent is[16]. Naarmate de journalistiek geëvolueerd is en tegenwoordig een normatieve rol vervult in de hedendaagse samenleving, hebben de nieuwsmedia tot vrij recentelijk vooral los van de wereld van fabricage en geheime aanvallen kunnen opereren. Hierbij heeft de journalistiek zijn professionele normen van waarheidsvinding, verificatie, bronnen vergelijking en ethiek van algemeen belang kunnen inzetten als zijn afweermechanisme. De journalistiek heeft zelf vele fasen en verschijningsvormen doorgemaakt om zich te kunnen blijven onderscheiden van de rest. Tegenwoordig is het, zelfs met de grote verscheidenheid aan journalistieke vormen, nog steeds mogelijk om de diversiteit van verhalen in echte nieuwsberichten te herkennen als leden van een dezelfde familie, die gebruik maken van communicatiepraktijken die zijn gebaseerd op ethiek en ernaar streven om onafhankelijk te zijn van politieke en commerciële belangen. Dit onderscheidt deze verhalen uit dezelfde familie van vormen van desinformatie en misinformatie. Maar vóór de evolutie van dergelijke normen waren er weinig regels over de integriteit van informatie die in massacirculatie werd gebracht.

---

9 Zie: Oxford Internet Institute's Computational Propaganda Project: http://comprop.oii.ox.ac.uk/ [bezocht op 20/07/2018].

10 Zie module zeven van dit handboek voor casusonderzoeken die deze bedreigingen illustreren.

11 Rappler.com (2018) Fake News in the Philippines: Dissecting the Propaganda Machine https://rappler.com/video/fake-news-documentary-philippines-propaganda-machine [bezocht op 20/07/2018].

12 Gent, E. (2017). Sock puppet accounts unmasked by the way they write and post. https://www.newscientist.com/article/2127107-sock-puppet-accounts-unmasked-by-the-way-they-write-and-post/ [bezocht op 19/07/2018].

13 Le Roux, J. (2017). Hidden hand drives social media smears. https://mg.co.za/article/2017-01-27-00-hidden-hand-drives-social-media-smears [bezocht op 19/07/2018].

14 Silverman, C et al (2018) *American Conservatives Played a Role in the Macedonian Fake News Boom of 2016* Buzzfeed https://www.buzzfeednews.com/article/craigsilverman/american-conservatives-fake-news-macedonia-paris-wade-libert [bezocht op 20/07/2018].

15 Posetti, J and Matthews, A (2018) A short guide to the history of 'fake news': A learning module for journalists and journalism educators ICFJ https://www.icfj.org/news/short-guide-history-fake-news-and-disinformation-new-icfj-learning-module [bezocht op 23/07/2018].

16 Zie module drie van dit handboek

De verspreiding van de drukpers van Gutenberg vanaf het midden van de 15e eeuw was onmisbaar voor de opkomst van professionele journalistiek. Deze technologie maakte echter ook de versterking van propaganda en hoaxen mogelijk, waarbij media-instellingen soms als daders gezien werden.[17] Radio-uitzendingen creëerden nieuwe mogelijkheden voor propaganda, hoaxen (misleiding en oplichterij) en 'spoofs' (parodieën), zoals de radio-uitzendingen van het beruchte oorlogsdrama van de 'War of the Worlds' lieten zien in 1938.[18] De opkomst van internationaal georiënteerde media-uitzendingen zorgden ervoor dat informatie die voorbij ging aan de grenzen van professioneel en onafhankelijk nieuws ook vaker werd verspreid, hoewel puur verzonnen verhalen en directe vervalsingen over het algemeen meer een uitzondering dan de regel waren in de eerste internationale vertellingen van internationale mediaspelers.

We kunnen ook iets leren van de lange geschiedenis van mensen die beetgenomen werden door 1-aprilgrappen – waaronder enkele journalisten[19]. Zelfs vandaag de dag is het vaak het geval dat nieuwssatire – die altijd een belangrijke rol heeft gespeeld voor de verantwoordelijke journalistiek[20] – verkeerd wordt begrepen door gebruikers van sociale media die dergelijke berichten verspreiden alsof het echt nieuws is.[21] [22] In sommige gevallen, in navolging van historische uitingen, zijn er zogenaamde 'satirische sites' die deel uitmaken van een breder netwerk. Dergelijke netwerken zijn ontwikkeld om winst te maken doordat goedgelovige consumenten op deze reclame-berichten klikken en deze verder verspreiden. Dit heeft niet alleen gevolgen voor 'bedrieglijke' inhoud, maar ook voor de geloofwaardigheid van nieuws[23]. Dit is des te meer reden waarom journalisten vastberaden moeten zijn om te allen tijde bovenal nauwkeurig en correct verslag te doen. Het is ook een sterk argument voor samenlevingen om het publiek vaardigheden van media- en informatiewijsheid bij te brengen[24], zodat mensen een duidelijk en kritisch begrip hebben van de dynamisch ontwikkelende genres en conventies van nieuwsmedia, reclame, amusement en sociale media.

---

17 Zie bijvoorbeeld wat er gezegd wordt over de eerste grootschalige nieuws hoax – 'The Great Moon Hoax' in 1835. Informatie hierover is te vinden op: Thornton, B. (2000). *The Moon Hoax: Debates About Ethics in 1835 New York Newspapers*, Journal of Mass Media Ethics 15(2), pp. 89-100. http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1207/S15327728JMME1502_3 [bezocht op 28/03/2018].

18 Schwartz, A.B. (2015). *The Infamous "War of The Worlds" Radio Broadcast Was a Magnificent Fluke*, The Smithsonian. http://www.smithsonianmag.com/history/infamous-war-worlds-radio-broadcast-was-magnificent-fluke-180955180/#h2FAexeJmuCHJfSt.99 [bezocht op 28/03/2018].

19 Laskowski, A. (2009). *How a BU Prof April-Fooled the Country: When the joke was on the Associated Press*, BU Today. https://www.bu.edu/today/2009/how-a-bu-prof-april-fooled-the-country/ [bezocht op 01/04/2018].

20 Baym, G (2006) The Daily Show: Discursive Integration and the Reinvention of Political Journalism in Political Communication Taylor and Francis Volume 22, 2005 - Issue 3 pp 259-276 https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10584600591006492 [bezocht op 20/07/2018].

21 Woolf, N. (2016) *As fake news takes over Facebook feeds, many are taking satire as fact*, The Guardian. https://www.theguardian.com/media/2016/nov/17/facebook-fake-news-satire [bezocht op 01/04/2018].

22 Abad-Santos, A. (2012). *The Onion Convinces Actual Chinese Communists that Kim Jong-Un is Actually the Sexiest Man Alive*, The Atlantic. https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2012/11/onion-convinces-actual-chinese-communists-kim-jong-un-actually-sexiest-man-alive/321126/ [bezocht op 28/03/2018].

23 Zie module drie van dit handboek voor meer informatie over dit thema

24 Zie module vier

Het verleden heeft ons ook geleerd dat mensen die desinformatie creëren, niet per se verwachten dat ze journalisten of een breder publiek kunnen overtuigen van de waarheid van deze valse beweringen. In plaats daarvan willen ze dat het publiek de geloofwaardigheid en status van verifieerbare informatie die geproduceerd is door professionele nieuwsproducenten, in twijfel gaat trekken. Door deze verwarring voelen veel nieuwsconsumenten zich steeds meer gerechtigd om hun eigen 'feiten' te kiezen of creëren. In sommige gevallen worden ze hierbij geholpen door politici die willen voorkomen dat ze legitieme kritiek krijgen op hun werkelijke prestaties.

Vandaag de dag zien we een snelle toename en ontwikkeling van krachtige nieuwe technologische hulpmiddelen. Sociale media en berichten-apps, die slechts beperkte controle- en kwaliteitsstandaarden hebben om te bepalen wat nieuws is, vergemakkelijken het vervalsen en imiteren van legitieme nieuwsmedia. Hierdoor zijn fraudeurs moeilijk of niet te onderscheiden van legitieme nieuwsmedia. Het is ook in toenemende mate mogelijk om audiobestanden en videobeelden te bewerken op een manier die voorbij gaat aan legitieme manieren en normen van het bewerken van nieuws. In zogenaamde 'deep fake' berichten wordt de indruk gewekt dat een bepaald persoon op een bepaalde plek was, iets zei of iets deed, en wordt dit onterecht gepresenteerd als waarheid[25].

Tegenwoordig omvatten sociale media veel verschillende soorten berichten, met een inhoud die varieert van persoonlijk tot politiek. Er zijn veel berichten die openlijk of heimelijk geproduceerd worden door regeringen en/of e PR sector met bepaalde politieke of commerciële doelstellingen. Dit heeft als resultaat dat talloze 'bloggers', Instagram- 'influencers' en YouTube-sterren producten en politici promoten, zonder dat ze vermelden dat ze hiervoor betaald worden. Er worden ook geheime betalingen gedaan aan commentatoren die (vaak onder valse identiteit) proberen op online fora bepaalde berichten te bevestigen of in diskrediet te brengen, of mensen te intimideren. Als gevolg van deze praktijken krijgt de journalistiek niet alleen gepaste kritiek, maar wordt het hele bestaan van de journalistiek bedreigd.

De ontwikkeling van een 'wapenwedloop' van nationale en internationale desinformatie, die wordt verspreid via partijdige 'nieuws'-organisaties en sociale mediakanalen, is een groot gevaar voor de journalistiek. In deze wapenwedloop van desinformatie wordt de informatieomgeving voor alle partijen vervuild, zodat het uiteindelijk zelfs voor de initiatiefnemers negatieve gevolgen kan hebben.[26] Waar in het verleden desinformatiecampagnes aan het licht zijn gekomen, hebben de betrokken actoren – zowel de uitvoerende organisaties als hun politieke

25 Solon, O (2017) The future of fake news: *Don't believe everything you see, hear or read in The Guardian*: https://www.theguardian.com/technology/2017/jul/26/fake-news-obama-video-trump-face2face-doctored-content [bezocht op 20/07/2018].

26 Winseck, D (2008). Information Operations 'Blowback': Communication, Propaganda and Surveillance in the Global War on Terrorism. *International Communication Gazette* 70 (6), 419-441

klanten – grote schade geleden (neem bijvoorbeeld de recente gevallen van Bell-Pottinger[27] [28] [29] [30] en Cambridge Analytica[31] [32]).

Het gevolg is dat de rol van journalistiek, in een context van polarisatie, wordt afgetakeld door digitale desinformatie. Sterker nog, zelfs journalistiek die gebaseerd is op verifieerbare informatie en in het algemeen belang gedeeld wordt - een recente historische prestatie die in geen geval gegarandeerd is - kan in diskrediet raken wanneer er geen voorzorgsmaatregelen worden genomen om manipulatie te voorkomen. Wanneer journalistiek een drager van desinformatie wordt, vermindert dit het publieke vertrouwen in journalistiek. Daarnaast versterkt het de cynische visie dat er geen onderscheid is tussen de verschillende narratieve structuren binnen de journalistiek, en de narratieve structuren van desinformatie. Daarom zijn de geschiedenis rond het betwiste gebruik van informatie en de verschillende vormen ervan leerzaam. Het onderkennen van de veelzijdige evolutie van de 'informatiewanorde' van de 21e eeuw zal de oorzaken en gevolgen van de ongekende wereldwijde dreiging verduidelijken. Deze dreiging bestaat uit door de staat gesteunde 'trollenlegers' die journalisten intimideren, tot het manipuleren van verkiezingen, het toebrengen van schade aan de volksgezondheid en het niet onderkennen van de risico's van klimaatverandering.

Een handboek om de desinformatiecrisis tegen te gaan

Dit handboek bestaat uit twee verschillende delen: de eerste drie modules contextualiseren het desinformatie-probleem; de laatste vier zijn gericht op reacties op en gevolgen van 'informatiewanorde'.

Module één, *Het belang van waarheid, vertrouwen en journalistiek*[33] zal reflectie over de bredere betekenis en gevolgen van desinformatie en misinformatie aanmoedigen. Daarnaast verkent het de manieren waarop desinformatie en misinformatie de vertrouwenscrisis in de journalistiek voeden.

De tweede module, *'Informatiewanorde': vormen van misinformatie, desinformatie en*

27 The African Network of Centers for Investigative Journalism, (2017).*The Guptas, Bell Pottinger and the fake news propaganda machine*, TimeLive. https://www.timeslive.co.za/news/south-africa/2017-09-04-the-guptas-bell-pottinger-and-the-fake-news-propaganda-machine/ [bezocht op 29/03/2018].

28 Cameron, J. (2017) *Dummy's guide: Bell Pottinger – Gupta London* agency, creator of WMC, BizNews https://www.biznews.com/global-citizen/2017/08/07/dummys-guide-bell-pottinger-gupta-wmc [bezocht op 29/03/2018] en Segal, D. (2018) *How Bell Pottinger, P.R. Firm for Despots and Rogues, Met Its End in South Africa.* New York Times, 4 Feb 2018. https://www.nytimes.com/2018/02/04/business/bell-pottinger-guptas-zuma-south-africa.html [bezocht op 29/03/2018].

29 Haffajee, F. (2017). *Ferial Haffajee: The Gupta fake news factory and me*. HuffPost South Africa. [online] Beschikbaar op: https://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/ [bezocht op 06/04/2018].

30 Zie module zeven

31 Lee, G. (2018). Q&A on *Cambridge Analytica: The allegations so far, explained*, FactCheck, Channel 4 News. https://www.channel4.com/news/factcheck/cambridge-analytica-the-allegations-so-far [bezocht op 29/03/2018].

32 Cassidy, J. (2018). *Cambridge Analytica Whistleblower claims that cheating swung the Brexit vote*, The New Yorker. https://www.newyorker.com/news/our-columnists/a-cambridge-analytica-whistleblower-claims-that-cheating-swung-the-brexit-vote [bezocht op 29/03/18].

33 Zie module één

malinformatie[34] beschrijft het probleem van 'informatiewanorde' en biedt een kader om de dimensies van het probleem beter te begrijpen.

In de 21e eeuw nam in de meeste delen van de wereld het vertrouwen in de media (dat al kwetsbaar was) af. Dit gebeurde zelfs al voordat sociale mediaplatformen de nieuwsarena betraden en het publiek de plek en hulpmiddelen boden om informatie te delen.[35] De redenen daarvoor zijn divers en complex. Door de online wereld die elk uur van de dag actief is, ontwikkelde zich een onverzadigbare vraag naar nieuws. Deze ontwikkeling ontstond in tijden van grote bezuinigingen en veranderde de journalistiek. Deze situatie wordt geschetst in module drie, *Transformatie van de nieuwsindustrie: digitale technologie, sociale media platformen en de verspreiding van misinformatie en desinformatie*.[36] De enorme schaal, de impact en het grote bereik van frauduleus nieuws dat online wordt gedeeld, hebben geleidt tot een nieuwe crisis voor de journalistiek – een crisis met implicaties voor journalisten, media en de samenleving.[37]

Dus, hoe moeten degenen die journalistiek promoten, inclusief docenten, coaches, journalisten en mediabeleidsmakers, reageren? *Het bestrijden van desinformatie en misinformatie door middel van Media- en Informatiegeletterdheid*[38] is het onderwerp van module vier.

Uiteindelijk is het de verificatiediscipline die de professionele journalistiek onderscheidt van de rest[39] en dat is dan ook de focus van module vijf, *'Fact-checking' voor beginners*[40]. Module zes, *Sociale media verificatie: het beoordelen van bronnen en visueel materiaal*[41] is zeer praktisch opgezet. De module behandelt de uitdagingen van verificatie en 'evidence-based' journalistiek, die worden versterkt door digitale technologieën en sociale media.

Door sociale media te gebruiken kan tegenwoordig iedereen deel uitmaken van het nieuwsproces. Dit heeft geleid tot het verlies van gecentraliseerde poortwachters die de kwaliteit van nieuws waarborgen.[42] De journalistiek voelt de gevolgen van dit verlies, maar het beoordelen en meten van de gevolgen van de door technologie aangestuurde verstoring, en het formuleren van reacties hierop, kosten tijd. Er zal ongetwijfeld een

34 Zie module twee

35 Edelman. (2017). *2017 Edelman Trust Barometer-Global Results*. Beschikbaar op: https://www.edelman.com/global-results/ [bezocht op 03/04/2018].

36 Zie module drie

37 Viner, K. (2017). *A mission for journalism in a time of crisis.* [*online*] The Guardian. Beschikbaar op: https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis [bezocht op 03/04/2018].

38 Zie module vier

39 Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2014). The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect. New York: Crown Publishers.

40 Zie module vijf

41 Zie module zes

42 Colón, A. (2017). *You are the new gatekeeper of the news.* [*online*] *The Conversation*. Beschikbaar op: https://theconversation.com/you-are-the-new-gatekeeper-of-the-news-71862 [bezocht op 03/04/2018].

inhaalperiode nodig zijn, voordat onderzoek en concrete, algemeen geaccepteerde en na te streven werkwijzen naar voren komen.

Desinformatie is een wereldwijd probleem, dat zich tot buiten de politieke sfeer uitstrekt en voorkomt in alle soorten informatie, inclusief klimaatverandering, amusement, enzovoorts. Tot op heden komen echter veel van de gedocumenteerde casuïstiek, initiële reacties en financiering voor onderzoek en hulpmiddelen uit de VS. Hier hebben de wereldwijde techreuzen hun hoofdkantoor, en hebben de beschuldigingen van de Amerikaanse president Donald Trump – waarin hij claimt dat media-instellingen en journalisten voorstanders zijn van 'nepnieuws' – tot actie en financiering geleid.

Door de reacties van de individuele staten van de VS verandert het algemene wereldbeeld over nieuws en 'nepnieuws' dagelijks. Veel van deze staten overwegen regelgeving en wetgeving om het probleem van desinformatie en misinformatie aan te pakken. Ook de techreuzen hebben meer inspanning geleverd in hun pogingen om desinformatie en misinformatie op hun platformen te elimineren.

Terwijl deze publicatie in ontwikkeling was, en te midden van de bezorgdheid over de schadelijkheid van desinformatie en misinformatie voor de hele samenleving, heeft de Europese Commissie op basis van een onderzoek een rapport opgesteld[43, 44, 45]. Politici en overheidsinstanties van verschillende individuele landen, zoals Australië, de Filipijnen, Canada, Frankrijk, het Verenigd Koninkrijk, Brazilië, India en Indonesië, hebben zich beraadslaagd over hun reactie op desinformatie en misinformatie.[46] Duitsland creëerde hiervoor als eerste wetgeving. Digitale platformen die 'illegale inhoud', waaronder 'nepnieuws' en het aanzetten tot haat, niet verwijderden binnen 24 uur na een melding, riskeren volgens deze wetgeving zware boetes.[47] Het Maleisische parlement heeft in april 2018 ook een wetsvoorstel tegen nepnieuws aangenomen, maar dit werd in augustus weer ingetrokken.[48] De organisatie 'Poynter' houdt een up-to-date lijst met wereldwijde overheidsreacties bij.[49]

---

43 European Commission (2018). Final report of the High-Level Expert Group on Fake News and Online Disinformation. http://ec.europa.eu/newsroom/dae/document.cfm?doc_id=50271 [bezocht op 03/04/2018].

44 European Commission (2017). *Next steps against fake news: Commission sets up High-Level Expert Group and launches public consultation.* [*online*] Beschikbaar op: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-4481_en.htm [bezocht op 03/04/2018].

45 Ansip, A. (2017). *Hate speech, populism and fake news on social media – towards an EU response.* Beschikbaar op: https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2014-2019/ansip/announcements/statement-vice-president-ansip-european-parliament-strasbourg-plenary-debate-hate-speech-populism_en [bezocht op 03/04/2018].

46 Malloy, D. (2017). *How the world's governments are fighting fake news.* [*online*] *ozy.com*. Beschikbaar op: http://www.ozy.com/politics-and-power/how-the-worlds-governments-are-fighting-fake-news/80671 [bezocht op 03/04/2018].

47 Federal Ministry of Justice and Consumer Protection. (2017). *Act to Improve Enforcement of the Law in Social Networks* (*Network Enforcement Act, netzdg*). [*online*]. Beschikbaar op: http://www.bmjv.de/DE/Themen/fokusthemen/netzdg /_documents/netzdg_englisch.html [bezocht op 03/04/2018].

48 Malaysia scraps 'fake news' law used to stifle free speech. The Guardian. https://www.theguardian.com/world/2018/aug /17/malaysia-scraps-fake-news-law-used-to-stifle-free-speech [bezocht op 18/08/2018].

49 Funke, D. (2018). *A guide to anti-misinformation actions around the world* (Poynter). Beschikbaar op: https://www.poynter.org/news/guide-anti-misinformation-actions-around-world [bezocht op 13/07/2018].

Voorstanders van vrijheid van meningsuiting zijn bang dat de democratisering van informatie en meningen die plaatsvond door de ontwikkeling van nieuwe technologieën, aangetast zal worden door wetgeving. In sommige landen kan zulke wetgeving gebruikt worden om kritische media de mond te snoeren.[50]

Er zijn veel journalisten die sterk in de vrijheid van meningsuiting geloven en die vinden dat zij als journalisten essentiële steun geven aan de democratische samenleving[51]. Hoe zij met 'informatiewanorde' om kunnen gaan is een complexe kwestie. Het is daarnaast ook een persoonlijke kwestie: online aanvallen op met name vrouwelijke journalisten komen maar al te vaak voor. In veel gevallen vormen deze online aanvallen gevaar voor zowel de fysieke als psychische gezondheid van de journalisten. Dit wordt besproken in module zeven; *Bestrijden van online misbruik: wanneer journalisten en hun bronnen het doelwit zijn*.[52]

Desinformatie en misinformatie gaan verder dan het bedreigen van alleen de reputatie en veiligheid van journalisten. Ze trekken ook het doel en de effectiviteit van de journalistiek in twijfel en versterken daarmee de achteruitgang van de journalistiek. Dit heeft negatieve gevolgen voor het maatschappelijke debat.

Het verbeteren van journalistieke standaarden en maatschappelijke relevantie is van belang voor alle toekomstige journalisten, en voor de samenleving als geheel. Dit handboek moet onderzoekers, studenten en journalisten uitdagen om na te denken en te discussiëren over hoe journalistiek open samenlevingen en democratieën beter kan dienen in de huidige context van desinformatie en misinformatie, omdat:

"Een functionerende pers en democratie vereisen kritiek, transparantie en gevolgen voor journalistieke fouten. Ze vereisen ook dat het publiek de pers en democratie kunnen onderscheiden van leugens en bedrog. Anders ... wordt echte informatie als nep afgeschilderd, en gefabriceerde informatie (ofwel onzin) als waarheid gepresenteerd." - Craig Silverman[53]

Een opmerking over ethische standaarden en zelfregulatie

Professionele standaarden voor ethische en verantwoordelijke journalistiek vormen een belangrijke bescherming tegen desinformatie en misinformatie. Journalistieke normen en waarden zijn in de loop der jaren ontwikkeld en geven de journalistiek haar kenmerkende missie en werkwijze. Deze missie en werkwijze ondersteunen de productie van verifieerbare

50 50 Nossel, S. (2017). *FAKING NEWS: Fraudulent News and the Fight for Truth.* [ebook] PEN America Beschikbaar op: https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf [bezocht op 03/04/2018].

51 McNair, B. (2009). Journalism and Democracy. In: K. Wahl-Jorgensen en T. Hanitzsch, ed., Handbook of Journalism Studies, 6e ed. [online] New York: Routledge.

52 Zie module zeven

53 Silverman, C. (2018). I Helped Popularize The Term "Fake News" And Now I Cringe Every Time I Hear It. BuzzFeed. Beschikbaar op: https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/i-helped-popularize-the-term-fake-news-and-now-i-cringe [bezocht op 03/04/2018].

informatie en geïnformeerde kritiek die in het algemeen belang gepubliceerd wordt. Deze factoren liggen ten grondslag aan de geloofwaardigheid van journalistiek. Als zodanig zijn deze factoren dan ook door de stof van dit handboek verweven.

Charlie Beckett, professor aan de London School of Economics vat de mogelijke waarde van de 'nepnieuws'-crisis voor journalistiek samen als;

"... Nepnieuws is het beste dat de journalistiek in vele tientallen jaren is overkomen. Het geeft kwaliteitsjournalistiek de gelegenheid te laten zien hoe belangrijk expertise, beroepsethiek, betrokkenheid en ervaring zijn. Het is een 'wake-up call' om transparanter en relevanter te zijn en het leven van mensen waardevoller te maken. Naar aanleiding van nepnieuws kan er een nieuw bedrijfsmodel worden ontwikkeld, zodat feiten gecontroleerd worden, mythes doorbroken worden en journalistiek een beter alternatief kan vormen voor nepnieuws." [54]

Ondanks dat journalisten ernaar streven 'de waarheid' te vertellen, kunnen zij geen eenduidige 'waarheid' garanderen. Toch zijn het streven naar feiten en het produceren van verhalen die de feiten nauwkeurig reflecteren de fundamentele principes van de journalistiek. Maar hoe ziet ethische en verantwoordelijke journalistiek er in het digitale tijdperk uit?

Ethische journalistiek die transparantie en verantwoordelijkheid bevordert, is een essentieel onderdeel van de verdediging van feiten en waarheid in de strijd tegen 'informatiewanorde'. Nieuwsjournalisten moeten onafhankelijk zijn, en mogen geen informele of formele belangen behartigen. Dit betekent ook dat, in het belang van transparantie, publiekelijke verantwoording moet worden afgelegd over alles dat een belangenverstrengeling kan vormen. Emily Bell, professor van het 'Tow Center for Digital Journalism' van Columbia University, legt uit dat kernwaarden van professionele journalistiek gaan over:

"Ervoor zorgen dat nieuws juist is, verantwoordelijkheid nemen als het niet juist is, transparant zijn over de bron van verhalen en informatie, uzelf verzetten tegen regeringen, belangengroepen, commerciële belangen, en de politie, als ze u intimideren, bedreigen of censureren. Uw informanten beschermen tegen arrestatie en openbaarmaking. Weten wanneer het algemeen belang sterk genoeg is om de wet te overtreden en bereid zijn om naar de gevangenis te gaan om uw verhaal en informanten te verdedigen. Weten wanneer het onethisch is om iets te publiceren. Individuele rechten op privacy in evenwicht brengen met het bredere recht van algemeen belang." [55]

54 Beckett, C. (2017). 'Fake news': *The best thing that's happened to Journalism at Polis.* http://blogs.lse.ac.uk/polis/2017/03/11/fake-news-the-best-thing-thats-happened-to-journalism/ [bezocht op 04/03/2018].

55 Bell, E. (2015). *Hugh Cudlipp Lecture* (Volledige tekst), The Guardian https://www.theguardian.com/media/2015/jan/28/emily-bells-2015-hugh-cudlipp-lecture-full-text [bezocht op 01/04/2018].

Ondanks gewetenloze politiek, de crisis van 'informatiewanorde', uitingen van online haat, verspreiding van 'content marketing', reclame en het eigenbelang van public relations, moeten nieuwsorganisaties en journalisten ethische journalistiek nog steeds op waarde schatten als de basis van een duurzame uitvoeringspraktijk - zelfs in tijden van financiële en vertrouwenscrisissen. Ook democratieën zouden een rol moeten spelen bij de verdediging van de journalistiek. Ze zouden journalisten en hun bronnen moeten beschermen wanneer zij het algemeen belang dienen.

Ethische codes[56] die ontworpen zijn om het verzamelen en verifiëren van informatie van algemeen nut te ondersteunen, onderscheiden journalistiek en nieuwsreportages van andere vormen van communicatie. Omdat het digitale tijdperk niet alleen zorgde voor de democratisering van communicatie, maar ook zorgde voor de ontwikkeling van een constante stroom van desinformatie, misinformatie, leugens en misbruik, is dit onderscheid van extra groot belang. Als referentiekader voor journalistieke modellen die voorkeur geven aan vertrouwen, verantwoordelijkheid en betekenisvolle, betrokken relaties met het publiek, is ethische journalistiek in deze context nog belangrijker.

Het vertrouwen in nauwkeurige, verantwoordelijke en onafhankelijke nieuwsrapportages is essentieel om het publiek te overtuigen en een gemeenschappelijke publieke sfeer te creëren waarin op basis van gedeelde feiten kan worden gedebatteerd. Een geïnformeerd publiek dat zich bezighoudt met geloofwaardige informatie en deze informatie deelt, is een essentieel tegengif voor de verspreiding van desinformatie en misinformatie.

Om deze kernwaarden te integreren en toe te passen in een veranderende mediaomgeving, nemen redacties en mediaorganisaties gedragscodes aan. Ze passen deze gedragscodes aan en creëren mechanismen die het publiek kan gebruiken om ze ter verantwoording te roepen. Persraden, redactionele richtlijnen en interne ombudsmannen zijn onderdelen van deze zelfreguleringsstructuren. Dergelijke structuren maken het mogelijk om via professionele collegiale-toetsingen fouten te identificeren. Het publiek kan door deze structuren makkelijker fouten en benodigde correcties aanwijzen. Daarnaast bevorderen ze de toepassing van het professionele principe dat informatie van algemeen belang behoort te zijn. Zelfreguleringsstructuren worden vaak bestempeld als 'tandeloze tijgers' door critici die voorstanders zijn van externe regulering van de nieuwsmedia. Toch spelen ze een belangrijke rol in de desinformatiecrisis: ze vergroten de professionele verantwoordelijkheid en transparantie, en kunnen daarmee het publieke vertrouwen in de journalistiek versterken. Daarnaast benadrukken deze structuren het onderscheid tussen journalistiek

56 Zie bijvoorbeeld de "Australian Media, Entertainment and Arts Alliance's 'Journalist Code of Ethics'". Beschikbaar op: https://www.meaa.org/meaa-media/code-of-ethics/ [bezocht op 04/03/2018].

en desinformatie, propaganda, reclame en public relations. Ze doen dit door nadruk te leggen op de specifieke journalistieke methodiek van verificatie, die zorgt voor nauwkeurigheid en betrouwbaarheid.

Van 'journalist' naar journalistiek

De dagen dat journalistieke ethiek beperkt was tot een specifieke carrière of een specifiek beroep of vak, zijn verleden tijd. Dit wordt algemeen erkend, zo ook door de Verenigde Naties, bijvoorbeeld in het rapport van de secretaris-generaal uit 2017 over de Veiligheid van Journalisten A/72/290[57], dat luidt:

"De term 'journalist' omvat journalisten en andere mediamedewerkers. In het document CCPR/C/GC/34, para. 44, wordt journalistiek gedefinieerd als 'een functie die wordt gedeeld door een breed scala van actoren, waaronder professionele fulltime verslaggevers en analisten, evenals 'bloggers' en anderen die zich bezighouden met vormen van zelfpublicatie in gedrukte vorm, op het internet of elders." [58]

In dezelfde geest verwijst de algemene conferentie van UNESCO naar "journalisten, mediamedewerkers en producenten van sociale media die een aanzienlijke hoeveelheid journalistiek genereren, zowel online als offline" (Resolutie 39, november 2017)[59].

'The UN Plan of Action on the Safety of Journalists and the Issue of Impunity', het actieplan dat in 2012 is onderschreven door het algemeen bestuur van de VN, zegt hierover:

"de bescherming van journalisten mag niet worden beperkt tot degenen die formeel als journalisten worden erkend, maar moet ook gelden voor anderen, waaronder medewerkers van gemeenschapsmedia, burgerjournalisten en anderen die nieuwe media gebruiken om hun publiek te bereiken".[60]

In dit opzicht kan journalistiek gezien worden als een activiteit, die de ethische standaarden van verifieerbare informatie die in het algemeen belang wordt gedeeld als leidraad neemt.

Degenen die beweren journalistiek te beoefenen, zijn niet per se beroepsmatige journalisten. Tegelijkertijd kunnen mensen die een aanstelling hebben of zich identificeren als journalist af en toe, of zelfs systematisch, tekortschieten bij het

57 Zie ook de VN-documenten A/HRC/20/17, paras. 3-5, A/HRC/20/22 en Corr.1, para. 26, A/HRC/24/23, para. 9, A/HRC/27/35, para. 9, A/69/268, para. 4, en A/HRC/16/44 en Corr.1, para. 47.

58 Records of the General Conference. 39e sessie. Paris, 30 Oktober – 14 November 2017. http://unesdoc.unesco.org/images/0026/002608/260889e.pdf [bezocht op 02/07/2018].

59 Zie ook de VN-documenten A/HRC/20/17, paras. 3-5, A/HRC/20/22 en Corr.1, para. 26, A/HRC/24/23, para. 9, A/HRC/27/35, para. 9, A/69/268, para. 4, en A/HRC/16/44 en Corr.1, para. 47.

60 UN Plan of Action on the Safety of Journalists and the Issue of Impunity. 1CI-12/CONF.202/6 https://en.unesco.org/sites/default/files/un-plan-on-safety-journalists_en.pdf [bezocht op 03/11/2017].

produceren van inhoud of informatie die nauwkeurig, ethisch, professioneel, onafhankelijk en van algemeen belang is. Het is dus niet de officiële of geclaimde status als journalist die belangrijk is, maar de soort inhoud die geproduceerd wordt.

Hoewel journalistiek gebaseerd is op de uitoefening van het universele recht op vrijheid van meningsuiting, is het een gespecialiseerde beoefening die zich houdt aan specifieke standaarden die haar onderscheiden van andere vormen van meningsuiting (bijv. poëzie, public relations, reclame, desinformatie, enz.). Deze standaarden zijn nauw verbonden met de ethiek van de professionele journalistieke praktijk.

Is transparantie de nieuwe objectiviteit?

Objectiviteit kan verschillende dingen betekenen. Wanneer het opgevat wordt als 'niet subjectief' is het een omstreden onderwerp in de professionele journalistiek. Men kan streven naar objectiviteit, maar het bereiken ervan is zelden mogelijk en misschien niet altijd wenselijk, bijvoorbeeld in het geval van wreedheid en onmenselijkheid. Eerlijke en onafhankelijke rapportage zou bijvoorbeeld niet dezelfde morele zwaarte en geloofwaardigheid geven aan de beweringen van mensen die veroordeeld zijn voor oorlogsmisdaden, als aan de mensen die deze oorlogsmisdaden hebben overleefd – al moet zelfs de waarachtigheid van hun verhalen onderzocht worden. Maar rechtvaardigheid, onafhankelijkheid, nauwkeurigheid, contextgevoeligheid, transparantie, bescherming van vertrouwelijke bronnen en scherpzinnigheid[61] in rapportages, zorgen voor vertrouwen en geloofwaardigheid.

"Transparantie is de nieuwe objectiviteit"[62], verklaarde Dr. David Weinberger (onderzoeker aan 'Harvard University') in 2009. In hetzelfde jaar legde Richard Sambrook (de voormalige directeur van de 'Global News Division' van de BBC) uit dat niet objectiviteit maar transparantie zorgt voor vertrouwen in het 'nieuwe mediatijdperk':

"...het nieuws van vandaag de dag moet nog steeds nauwkeurig en eerlijk zijn, maar het is belangrijk dat de lezers, luisteraars en kijkers kunnen zien hoe nieuws wordt geproduceerd. Ze moeten zien waar informatie vandaan komt en hoe het werkt. De creatie van nieuws is net zo belangrijk als het nieuws zelf." [63]

Verschillen

De kernprincipes van de professionele journalistieke praktijk die hierboven genoemd zijn, betekenen niet dat er maar één vorm van journalistiek is. Deze kernprincipes

61 Zie 'kernprincipes' in het volgende hoofdstuk

62 Weinberger, D. (2009). *Transparency is the new objectivity.* http://www.hyperorg.com/blogger/2009/07/19/transparency-is-the-new-objectivity/ [bezocht op 28/03/2018].

63 Bunz, M. (2009). *How Social Networking is Changing Journalism.* https://www.theguardian.com/media/pda/2009/sep/18/oxford-social-media-convention-2009-journalism-blogs [bezocht op 28/03/2018].

kunnen behaald worden door middel van verschillende journalistieke stijlen en verhaalvormen. Deze bestaan allemaal uit verschillende narratieve structuren, die gebaseerd zijn op verschillende perspectieven en waarden van eerlijkheid, contextgevoeligheid, relevante feiten, enzovoorts. Mediakanalen kunnen bijvoorbeeld verschillende perspectieven hebben op een bepaald nieuwsbericht (sommigen zullen het misschien zelfs helemaal niet behandelen), zonder dat zij desinformatie en misinformatie creëren (zie het volgende hoofdstuk Het gebruik van dit handboek als model voor onderwijsprogrammering en modules 1, 2 en 3). Wanneer een bericht afwijkt van de journalistieke principes – vooral wanneer het nog wel gepresenteerd wordt als nieuws – hebben we niet langer te maken met journalistiek, maar met een bepaalde vorm van desinformatie.

In deze introductie zijn de verschillende kwesties binnen het debat over 'nepnieuws' benadrukt. Deze kwesties vormen de context voor de uitleg-, analyse- en leermodules die in de rest van het handboek zullen volgen.

DIT HANDBOEK ALS MODEL VOOR ONDERWIJSPROGRAMMERING

Julie Posetti

Deze cursus is gebaseerd op een heuristisch pedagogisch model[1]. Dit betekent dat gebruikers aangemoedigd worden om hun eigen ervaringen mee te nemen in het leerproces. De lessen zijn niet bedoeld als vaststaande, prescriptieve programma's; het wordt aangemoedigd om de lessen aan te passen aan de specifieke nationale, culturele, institutionele en industriële contexten van de leer- en onderwijsomgeving. Hoewel de programma's zijn gecreëerd om voor een zo groot mogelijk publiek relevant en aantrekkelijk te zijn, is het door beperkingen onvermijdelijk dat dit niet in elk geval zo zal zijn. De auteurs moedigen docenten, coaches en studenten aan om de casestudy's, voorbeelden en bronnen in dit handboek aan te vullen met voorbeelden van ervaringen uit de eigen regio en in de eigen taal.

Met dit in het achterhoofd zijn er meerdere manieren om dit handboek te gebruiken;

- Als een uitgebreide cursus of een uitgebreid vak, die is toegevoegd aan een bestaande hbo-opleiding, universitaire opleiding of major in Journalistiek, Communicatie, Digitale Media of Mediastudies. Het kan binnen cursussen over politiek en sociologie ook worden aangeboden als keuzevak dat zich bezighoudt met media- en communicatiekwesties.
- Als aanvulling op een bestaande cursus of een bestaand vak (zoals bijvoorbeeld Mediageschiedenis; Media-Ethiek; het verzamelen en verifiëren van nieuws; Digitale Media; Burgerjournalistiek). Veel van de casestudy's, het lesmateriaal en de voorgestelde literatuur kunnen opgenomen worden in bestaande cursussen of vakken, zodat deze aangepast kunnen worden aan de snelgroeiende desinformatiecrisis.
- Als afzonderlijke vakken of uitgebreide cursus die door nieuwsorganisaties, NGO's, of mediabedrijven worden aangeboden aan journalisten, mensenrechtenverdedigers en andere beoefenaars van journalistiek.

1 Banda, F (Ed) 2015 Teaching Journalism for Sustainable Development: New Syllabi (UNESCO, Paris http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002338/233878e.pdf) [bezocht op: 28/03/2018].

- Als een handleiding voor journalistieke coaches en trainers die deze modules eventueel willen aanpassen voor eigen doeleinden en de voorgestelde literatuur en casestudy's willen gebruiken als toevoeging aan een verzameling van specialistische hulpmiddelen gericht op bepaalde groepen journalisten.
- Als inspiratie voor een reeks van 'blogposts' over het delen van kennis, door journalistieke organisaties, mediakanalen of mediabedrijven.
- Als literatuur voor de intellectuele verrijking en professionele ontwikkeling van journalisten in het werkveld. Veel van de technieken die worden onderzocht, kunnen door middel van zelfstudie bijvoorbeeld toegepast worden bij rapportagetaken. Sommige casestudy's kunnen ook inspireren tot verdere verfijning van de verslaggeving. Hierbij zal plaatselijk/regionaal nieuws verrijkt kunnen worden met een complexere contextuele onderbouwing. (Denk hierbij bijvoorbeeld aan een nieuwsverhaal over een hoax waarbij lokale journalisten voor de gek werden gehouden, dat behandeld kan worden in de context van de geschiedenis van internationale hoaxen, met een nadruk op recente ontwikkelingen in de grootschalige verspreiding van desinformatie en misinformatie via sociale media.)
- Als de basis van een collectie van literatuur, bronnen en hulpmiddelen, die zal groeien naarmate de hoeveelheid onderzoek en praktijkervaring in dit opkomende veld toeneemt.

Kernprincipes

Vandaag de dag heeft de journalistiek een specifieke rol, die berust op het verduidelijken en opbouwen van vertrouwen in geverifieerde informatie. Een transparant nieuwsproces en het expliciet toepassen van ethische standaarden helpen hierbij. De volgende zeven principes, die in verschillende mate betrekking hebben op ethiek, dienen als leidraad voor de uitvoering van oefeningen, discussies en beoordelingen binnen deze modules[2]:

- Nauwkeurigheid: Journalisten kunnen 'de waarheid' niet altijd garanderen, maar nauwkeurigheid en het presenteren van bewezen feiten blijft een van de belangrijkste principes binnen de journalistiek.

2 Let op, vijf van deze zeven principes zijn gebaseerd op de 'Five Core Principles of Journalism' van 'the Ethical Journalism Network' http://ethicaljournalismnetwork.org/who-we-are/5-principles-of-journalism [bezocht op 22/4/2018]. In dit handboek wordt rechtvaardigheid verkozen boven 'onpartijdigheid', omdat onpartijdigheid vaak aan objectiviteit gelijk wordt gesteld. Mensen denken hierbij ten onrechte dat er even zwaar gewogen moet worden aan alle bronnen en feiten. Het zijn dezelfde redenen die 'objectiviteit' binnen de journalistiek een omstreden concept maken.

- Onafhankelijkheid: Journalisten moeten onafhankelijk zijn, en mogen in hun handelen geen formele of informele belangen behartigen. Dit betekent ook dat alles dat een belangenverstrengeling kan vormen, in het belang van transparantie publiekelijk erkend moet worden.

- Rechtvaardigheid: Rechtvaardige verslaggeving van informatie, gebeurtenissen, bronnen en hun verhalen omvat het afwegen, selecteren en evalueren van informatie op een ruimdenkende en scherpzinnige manier. Het geven van context en het presenteren van verschillende concurrerende perspectieven bevorderen het vertrouwen in de journalistiek.

- Vertrouwelijkheid: Een van de basisprincipes van onderzoeksjournalistiek is de bescherming van vertrouwelijke bronnen (en er zijn hierop maar zeer geringe uitzonderingen mogelijk). Dit is essentieel voor het behouden van het vertrouwen van de informatiebronnen (waaronder klokkenluiders) en is in sommige gevallen zelfs essentieel voor de veiligheid van deze bronnen.[3]

- Medemenselijkheid: Het is soms noodzakelijk dat journalistiek bepaalde mensen schaadt of kwetst (bijvoorbeeld in het geval dat door goede onderzoeksjournalistiek een corrupte politicus ontmaskerd en daardoor mogelijk vernederd wordt). Toch is het belangrijk dat de impact op het leven van anderen goed overwogen wordt. Hierbij is het algemeen belang de meest belangrijke overweging.[4] Het overwegen van de problemen van benadeelde groepen valt ook onder het principe van medemenselijkheid. Dit betekent niet per se dat alle vormen van journalistiek gericht zijn op sociale rechtvaardigheid.

- Verantwoordelijkheid: Verantwoordelijkheid is een duidelijk kenmerk van ethische en professionele journalistiek[5]. Dit principe houdt in dat fouten direct duidelijk en oprecht gecorrigeerd worden, er geluisterd wordt naar zorgen en bedenkingen van het publiek[6] en hier gehoor aan gegeven wordt. Deze werkwijze kan teruggevonden worden in de gedragscodes van nieuwsorganisaties en in zelfregulerende instanties die de journalistiek op basis van professionele en vrijwillige gedragscodes ter verantwoording roepen.

---

3 Posetti, J. (2017). *Protecting Journalism Sources in the Digital Age* (UNESCO) http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002480/248054E.pdf [bezocht op 28/03/2018].

4 Voor een nieuw ethisch model dat gebruik maakt van empathie in het digitale tijdperk zie: Shelton, A. G., Pearson, M. & Sugath, S. (2017) *Mindful Journalism and News Ethics in the Digital Era: A Buddhist Approach*. Routledge, London. https://www.crcpress.com/Mindful-Journalism-and-News-Ethics-in-the-Digital-Era-A-Buddhist-Approach/Gunaratne-Pearson-Senarath/p/book/9781138306066 [bezocht op 01/04/2018].

5 Zie: http://ethicaljournalismnetwork.org/what-we-do/accountable-journalism [bezocht op 22/4/2018].

6 Locker, K. & Kang, A. (2018). *Focused listening can help address journalism's trust problem*, American Press Institute. https://www.americanpressinstitute.org/publications/focused-listening-trust/ [bezocht op 28/03/2018].

- Transparantie: Transparantie bij het uitoefenen van journalistiek bevordert de zojuist genoemde verantwoordelijkheid van de journalistiek. Daarnaast zorgt het voor de ontwikkeling en het onderhoud van het vertrouwen in de journalistiek.[7]

Naast de onafhankelijkheid van de journalistiek, zijn ook de kwesties van persvrijheid en pluralisme in de context van deze principes van groot belang. Een verscheidenheid aan instellingen, diversiteit in het personeelsbestand en diversiteit van bronnen en onderzoeksmateriaal zijn essentieel als de journalistiek in zijn geheel een bijdrage wil leveren aan democratie en het voortbestaan van open samenlevingen. Media waarbij participatie mogelijk is, zoals bij lokale radiostations en sociale media, zijn ook belangrijk om ervoor te zorgen dat de stemmen van ondervertegenwoordigde of benadeelde groepen in het maken van nieuws vertegenwoordigd worden. Pluralisme betekent ook dat binnen ethische journalistiek verschillende narratieve structuren of invalshoeken als 'waarheid' kunnen gelden. Deze narratieve structuren en invalshoeken verschillen van desinformatie, propaganda en andere soorten informatie die niet aan de professionele journalistieke standaarden voldoen. (Zie modules 1, 2 en 3)

Vragen ter overweging

De volgende vragen kunnen bijdragen aan discussies over het beoefenen van ethische journalistiek in een wereld van desinformatie, misinformatie en propaganda:

- Wat betekent journalistiek in het digitale tijdperk? (Deze vraag maakt het mogelijk om een genuanceerd begrip te krijgen van hedendaagse journalistiek, en zal ervoor zorgen dat het gesprek verder gaat dan de vraag 'wie is een journalist?')
- Wat is het verschil tussen journalistiek en de bredere creatie en publicatie van uitingen en informatie (waaronder reclame, marketing, public relations, desinformatie en misinformatie), zowel online als offline?
- Wiens belangen moet een beoefenaar van journalistiek dienen?
- Zouden mensen die journalistiek beoefenen verantwoordelijk gehouden moeten worden voor de uitingen die ze produceren en publiceren? Zo ja, waarom en door wie? Zo nee, waarom niet?
- Hebben journalisten ethische verplichtingen tegenover hun bronnen, de (groepen) mensen die het onderwerp van hun berichtgeving zijn, of hun publiek? Zo ja, welke?

7 Aronson-Rath, R. (2017). *Transparency is the antidote to fake news op* NiemanLab, December 2017 http://www.niemanlab.org/2017/12/transparency-is-the-antidote-to-fake-news/ [bezocht op 15/06/2018].

- Welke nieuwe ethische dilemma's moeten in de context van 'informatiewanorde' door de journalistiek overwogen worden?

Beoordelingscriteria

Het overkoepelende doel van deze publicatie is het aanmoedigen van kritisch denken en het versterken van de verdediging van studentjournalisten, professionele journalisten en anderen die journalistieke handelingen uitvoeren. Nauwkeurigheids- en verificatie-standaarden, samen met de naleving van ethische kernwaarden, diepgaand onderzoek en kritische analyse, dienen als de belangrijkste beoordelingscriteria gezien te worden.

Voorgestelde beoordelingscriteria voor theoretische opdrachten zijn:

- Nauwkeurigheid en verificatie (zijn de bronnen bijvoorbeeld goed geciteerd, en zijn er goede verificatiemethoden gebruikt?)
- De kwaliteit van het onderzoek (in hoeverre zijn er sterke, relevante gegevens/bronnen gebruikt voor het onderbouwen van de argumenten en bevindingen?)
- De kwaliteit van de argumenten en analyse (zijn de argumenten en analyse origineel en genuanceerd?)
- Schriftelijke vaardigheden (spelling, grammatica, opbouw, punctuatie)
- In welke mate worden de beoogde leerdoelen van de module gedemonstreerd in de afsluitende opdracht?

Voorgestelde beoordelingscriteria voor praktische/journalistieke opdrachten:

- Nauwkeurigheid en verificatie (zijn de bronnen bijvoorbeeld goed geciteerd, en zijn er goede verificatiemethoden gebruikt?)
- De kwaliteit van het onderzoek (in hoeverre zijn er sterke, relevante gegevens/bronnen gebruikt voor het onderbouwen van de argumenten en bevindingen?)
- Kritische analyse (hoe zorgvuldig worden de belangrijkste onderwerpen ondervraagd en onderzocht?)
- Originaliteit
- Kracht van de narratieve structuur (bijvoorbeeld: wat is de impact van het verhaal op de lezers, kijkers of luisteraars?)
- Kwaliteit van de productie (de kracht van de bewerkte audio/video en multimedia elementen)

- Schriftelijke vaardigheden (spelling, grammatica, opbouw, punctuatie)
- Het navolgen van de ethische kernwaardes die genoemd zijn in de professionele (gedrags-)codes

Manier van onderwijzen

Deze modules zijn ontworpen voor zowel 'face-to-face' als online onderwijs. Bij veel van deze lessen zal een collaboratieve leeromgeving een positieve invloed hebben op de deelnemers en hun leerresultaten. Dit geldt zowel voor vormen van online onderwijs (bijvoorbeeld via leerplatformen zoals *Moodle* of *Facebook Groups*) als voor 'face-to-face' onderwijs.

De meeste lessen volgen een opzet bestaande uit twee delen; een theoretisch gedeelte (waar bijvoorbeeld gebruik gemaakt wordt van colleges, leesmateriaal of lezingen) dat wordt aangevuld door een gedeelte met praktische oefeningen (bijvoorbeeld door werkgroepen bronnenonderzoek-oefeningen te laten doen). Over het algemeen zal het theoretische deel ongeveer een uur tot anderhalf uur duren. De werkgroep zal vaak ongeveer anderhalf tot twee uur duren. Het is mogelijk om deze sessies uit te breiden, korter te maken, op te delen en/of te verspreiden over meerdere dagen. Deze mogelijkheden zullen afhankelijk zijn van de onderwijs- en leeromgeving van de desbetreffende instantie. In elke module wordt er een opdracht voorgesteld.

Docenten, instructeurs en coaches worden aangemoedigd om journalisten en experts te betrekken bij interactieve lezingen, en hedendaagse casestudy's, kwesties en debatten te verwerken in het onderwijsprogramma. Bovendien worden ze door de makers van deze module aangemoedigd om plaatselijke, regionale en cultureel relevante voorbeelden en materialen te verwerken in de lessen.

Materiaal en hulpmiddelen

Voor deze lessen zullen docenten en deelnemers toegang tot het internet nodig hebben. Daarnaast is het voordelig als zij ook toegang hebben tot academische databases en/of 'Google Scholar'.

'First Draft News' is een website die gebruikt kan worden om aanvullende leermiddelen te vinden over het toepassen van de leerdoelen in de praktijk.[8]

Let op: bij het gebruik van de inhoud en bronnen van dit handboek moet correct verwezen worden naar de desbetreffende auteurs, redacteurs en vertalers.

8 https://firstdraftnews.com/ [bezocht op 28/03/2018].

Pedagogische benadering

Dit gespecialiseerde model voor onderwijsprogrammering volgt een reeks van eerdere publicaties over model curricula voor journalistiek onderwijs[9] door UNESCO, te beginnen in 2007. De pedagogische benadering is gebaseerd op de publicaties *'Media and Information Literacy Curriculum for Teachers'*[10] en de '*Model Course on Safety of Journalists*'[11], waarin instructeurs het volgende aanmoedigen en implementeren:

- Probleem-Onderzoekende Benadering
- Probleemgericht Leren (PBL)
- Wetenschappelijk Onderzoek
- Casestudy's
- Coöperatief Leren
- Tekstuele Analyse
- Contextuele Analyse
- Vertalingen
- Simulaties
- Productie

Bovendien worden docenten, instructeurs en coaches die dit onderwijsprogramma gebruiken, aangemoedigd om het concept van 'projectgericht leren'[12] te verkennen. Dit is een benadering die de leerdoelen behaalt door journalistieke vaardigheden toe te passen en te testen tijdens het proces van het creëren van journalistieke berichten. Studenten en leerlingen moeten zich bewust zijn van de mogelijkheid om desinformatie op een snelle, felle en virale manier te weerleggen en moeten de mogelijkheid krijgen om deze methode in praktijk te brengen.[13]

9 UNESCO's Model Curricula for Journalism Education (2007). http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001512/151209E.pdf [bezocht op 28/03/2018]. Zie ook: 'UNESCO's Model Curricula For Journalism Education: a compendium of new syllabi' (2013). [bezocht op 28/03/2018: http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002211/221199E.pdf; en 'Teaching Journalism for Sustainable Development: new syllabi' (2015). http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002338/233878e.pdf [bezocht op 28/03/2018].

10 Wilson, C., Grizzle, A., Tuazon, R., Akyempong, K. and Cheung, C. (2011). Media and Information Literacy Curriculum for Teachers. [ebook] Paris: UNESCO. http://unesdoc.unesco.org/images/0019/001929/192971e.pdf [bezocht op 28/03/2018].

11 UNESCO (2017) Model Course on Safety of Journalists: A guide for journalism teachers in the Arab States.: http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002482/248297e.pdf [bezocht op 28/03/2018].

12 Posetti, J & McHugh, S (2017) *Transforming legacy print journalism into a successful podcast format: An ethnographic study of The Age's Phoebe's Fall*. Peer reviewed conference paper presented at the International Association of Media and Communications Researchers conference in Cartagena, Colombia 18/07/2017

13 Een interessant voorbeeld is deze clip van 'hashtag our stories': https://www.facebook.com/hashtagoursa/videos/679504652440492/ [bezocht op 15/06/2018].

HET BELANG VAN WAARHEID, VERTROUWEN EN JOURNALISTIEK

door Cherilyn Ireton

MODULE 1

Samenvatting

In veel delen van de wereld verminderde het vertrouwen in media en journalistiek al lang voor de opkomst van sociale media.[1] Deze trend staat in verband met het verminderde vertrouwen in instituties - een ontwikkeling die in veel samenlevingen voorkomt. De enorme hoeveelheid en het grote bereik van desinformatie, misinformatie en nepnieuws dat verspreid wordt via social media dreigt de reputatieschade van de journalistiek te vergroten. Dit heeft implicaties voor journalisten, nieuwsmedia, burgers en open samenlevingen[2].

Iedereen kan informatie publiceren en bijdragen aan de gratis toegankelijke hogesnelheid-informatiestroom van sociale media en het internet. Als gevolg hiervan is het voor burgers moeilijk om te weten wat echte en onechte informatie is, en heerst er veel cynisme en wantrouwen. Extreme overtuigingen, complottheorieën en populisme gedijen en ooit-geaccepteerde waarheden en instituties worden in twijfel getrokken. In deze wereld strijden nieuwsredacties om hun historische rol als poortwachters[3] te claimen en uit te oefenen, zodat de waarheid vastgesteld kan blijven worden. Tegelijkertijd is de groeiende markt van "strategische communicatie" en "informatieve oorlogsvoering", waaronder actieve desinformatie en malinformatie, een groot onderdeel van het informatie-ecosysteem geworden.[4]

> *"Terwijl de schaal en gevolgen van 'informatiewanorde' voor de samenleving duidelijk worden, beginnen zelfs de makers van sociale media ongerust te worden. Facebook's 'Product Manager Civic Engagement', Samidh Chakrabarti zei hierover: 'Als er één fundamentele waarheid over de invloed van sociale media op de democratie is, dan is het wel dat het zowel de goede als slechte bedoelingen van mensen versterkt. Aan de ene kant stellen sociale media ons in staat onszelf te uiten en actie te ondernemen, maar aan de andere kant maken sociale media het mogelijk voor mensen om misinformatie te verspreiden en de democratie aan te tasten'".*[5]

1 Edelman. (2017). Edelman Trust Barometer - Global Results. [online]. Beschikbaar op: https://www.edelman.com/global-results/ [bezocht op 03/04/2018]

2 Viner, K. (2017). A mission for journalism in a time of crisis. [online] the Guardian. Beschikbaar op: https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis [bezocht op 03/04/2018].

3 Singer, J. (2013). User-generated visibility: Secondary gatekeeping in a shared media space. *New Media & Society*, [online] 16(1), pp.55-73. Beschikbaar op: https://pdfs.semanticscholar.org/0d59/6a002c26a74cd45e15fbc20e64173cf2f912.pdf [bezocht op 03/04/2018].

4 Zie bijvoorbeeld de gevallen die beschreven worden in Gu, L; Kropotov, V and Yarochkin, F. (nd). *The Fake News Machine How Propagandists Abuse the Internet and Manipulate the Public*. https://documents.trendmicro.com/assets/white_papers/wp-fake-news-machine-how-propagandists-abuse-the-internet.pdf [bezocht op 16/06/2018]. Another study is published by the Data & Society Research Institute, New York (2017) Media Manipulation and Disinformation Online, https://datasociety.net/output/media-manipulation-and-disinfo-online/ [bezocht op 15/06/2018]

5 Chakrabarti, S. (2018). *Hard Questions: What Effect Does Social Media Have on Democracy?* Facebook Newsroom. [online] Newsroom.fb.com. Beschikbaar op: https://newsroom.fb.com/news/2018/01/effect-social-media-democracy/ [bezocht op 03/04/2018].

Het is duidelijk geworden dat er zowel grote als kleine interventies nodig zijn om het probleem aan te kunnen pakken. Het is verleidelijk om het probleem op te lossen door regelgeving, en veel landen kiezen voor deze optie[6]. Toch waarschuwen voorstanders van vrijheid van meningsuiting voor de negatieve gevolgen voor de openheid en de belangrijke vormen van participatie die door de nieuwe technologieën mogelijk zijn gemaakt[7]. Vooral als autoritaire leiders aan de macht komen, zullen ze een krachtig en paraat juridisch wapen bij de hand hebben om te bepalen welke kritiek op hun prestaties "nep" is, en welke "echt".

Een tweede mogelijke oplossing voor het probleem wordt aangereikt door maatschappelijke organisaties en bedrijfsinitiatieven. Zij proberen het publiek verstandiger met media om te leren gaan, door hen hulpmiddelen te bieden die ze kunnen gebruiken bij het interpreteren en beoordelen van informatie die ze ontvangen. Hier zijn veel voorbeelden van, zie bijvoorbeeld de volgende initiatieven uit Zuid Afrika[8] en Mexico[9]. De hoeveelheid organisaties die feiten checken nemen snel toe (zoals eerder in dit handboek is uitgelegd).

In de context van het huidige medialandschap is het belangrijk dat journalisten en journalisten in opleiding zich bewust zijn van dergelijke initiatieven en de aanvullende rol die ze hier zelf in kunnen spelen. Dit handboek is bedoeld te helpen bij de ontwikkeling van dit bewustzijn.

Journalisten hebben zichzelf lange tijd als essentieel beschouwd voor het ondersteunen van democratische, open samenlevingen. Desinformatie en misinformatie bedreigen niet alleen de reputatie van journalisten. 'Informatiewanorde' zorgt ervoor dat hun doel en effectiviteit in twijfel getrokken wordt. Dit benadrukt het fundamentele belang van onafhankelijkheid en hoge professionele standaarden voor de journalistiek. Dit betekent niet dat er binnen de journalistiek geen dominante ideologie of vooroordelen zijn op basis van gender, seksualiteit, etniciteit, linguïstische groep, klasse, enzovoorts, of op basis van de achtergrond van hen die journalistiek produceren. Het betekent ook niet dat de systematische problemen van de invloed van institutionele eigendomsregels, bedrijfsmodellen, publieksinteresses, het nieuws dat wordt gedomineerd door voorspelbare public relations en bureaucratische bronnen, enzovoorts, genegeerd

6 Funke, D. (2018) *A guide to anti-misinformation actions around the world* Poynter https://www.poynter.org/ifcn/anti-misinformation-actions/ [bezocht op 22/05/2018].

7 Nossel, S. (2017). *Faking News: Fraudulent News and the Fight for Truth*. [ebook] PEN America. Beschikbaar op: https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf [bezocht op 03/04/2018].

8 "#KnowNews" is een webbrowser extensie die ontwikkeld is door 'Media Monitoring Africa NGO' uit Zuid Afrika. Dit is een organisatie die het publiek helpt bij het identificeren van geloofwaardig nieuws op websites: https://chrome.google.com/webstore/search/KnowNews [bezocht op 15/06/2018].

9 Zie de website https://verificado.mx/ waarin een verbond tussen 60 media instituties, maatschappelijke organisaties en universiteiten weergegeven wordt, die zich allen richtten op het verifiëren van twijfelachtige informatie tijdens de Mexicaanse verkiezingen in 2018. [bezocht op 15/06/2018]; https://knightcenter.utexas.edu/blog/00-19906-media-collaboration-and-citizen-input-fueled-verificado-2018-fact-checking-mexican-ele [bezocht op 04/07.2018].

worden. De journalistiek moet daarentegen het belang van redactionele ethiek verdedigen, zodat het richting kan blijven geven aan verslaggeving, en moet ervoor zorgen dat journalisten blijven reflecteren op hun wereldbeeld en context.

Dit laat zien dat visies binnen journalistiek niet uit het niets komen, maar dat journalistiek een praktijk is waarbij transparantie benodigd is. Deze transparantie is nodig zodat het publiek erop kan vertrouwen dat de brede standaarden van verifieerbaarheid en algemeen belang nageleefd worden, ongeacht welke onderwerpen of perspectieven behandeld worden.[10]

In deze les worden docenten en instructeurs uitgenodigd om de deelnemers kritisch te laten overwegen hoe journalistiek de samenleving en democratie kan dienen. De deelnemers moeten aangemoedigd worden kritisch na te denken over hoe de democratie en open samenlevingen beïnvloed worden door 'informatiewanorde' en hoe het de journalistiek in de toekomst dreigt te beïnvloeden. Ze moeten aangemoedigd worden om kritisch na te denken over wat er verbeterd kan worden en hoe de journalistiek het vertrouwen in haar onderscheidende methoden en standaarden van verifieerbare informatie en algemeen belang weer terug kan winnen. Dit gaat niet over blind vertrouwen op de standaard leveranciers van journalistiek, maar over het erkennen van haar onderscheidende karakter, haar streven naar standaarden van verifieerbare informatie en algemeen belang, en de beoordeling van journalisten gebaseerd op deze standaarden. Daarnaast omvat dit het erkennen van de waarde van scepticisme in plaats van cynisme, en het belang dat het publiek onderscheid kan maken tussen mensen die zich voordoen als beoefenaars van journalistiek en mensen die daadwerkelijk proberen journalistiek te beoefenen (en de benodigde transparantie, zelfregulerende verantwoordelijkheid en kwaliteitsreputatie die hierbij horen, verwezenlijken). Voor journalisten en journalisten in opleiding is het belangrijk om de veranderende informatieomgeving te begrijpen en te weten hoe ze op deze veranderingen kunnen reageren.

Theoretisch kader

Om te kunnen begrijpen welke gevolgen de 'informatiewanorde' voor journalisten heeft, is het belangrijk dat deelnemers overwegen hoe de snelle ontwikkeling van digitale technologie en persoonlijke, mobiele apparaten met internet een grote verandering op structureel, cultureel en normatief niveau veroorzaakte voor de journalistiek en het traditionele medialandschap. De relatie tussen het probleem van het verminderde vertrouwen in journalistiek en de toename in het gebruik van sociale media is hier het belangrijkst.[11]

10 Zie Rosen, J. (2010). The View from Nowhere: Questions and Answers. *PressThink*. http://pressthink.org/2010/11/the-view-from-nowhere-questions-and-answers/ [bezocht op 15/06/2018].

11 Zie module drie

We kunnen niet alleen sociale media de schuld geven van de tegenspoed die de journalistiek ondervindt. Vertrouwen is direct gelinkt aan de kwaliteit van de journalistiek – en er is ook een correlatie met het algeheel verminderde vertrouwen in overheden, bedrijven en instituties in veel delen van de wereld.[12]

De structurele veranderingen in de manier waarop nieuws wordt verzameld en verspreid, en de teloorgang van het achterhaalde bedrijfsmodel van traditionele nieuwsbedrijven, hebben ervoor gezorgd dat nieuwsredacties een kleinere journalistieke capaciteit hebben gekregen. Dit heeft de diepte, breedte en kwaliteit van berichtgeving aangetast.[13] De verminderde financiële steun voor nieuwsredacties binnen het publieke bestel en de voortdurende overheidscontrole van een groot deel van deze sector hebben het nieuwsaanbod ook verzwakt.

De digitale transformatie bracht nieuwe manieren van het vertellen van verhalen en zorgde voor een grotere publieke betrokkenheid bij het nieuwsproces. Het bracht echter ook grote uitdagingen voor de al verzwakte traditionele nieuwsproducenten.

Nieuwsorganisaties die volledig toegespitst zijn op digitaal nieuws, hebben over het algemeen niet voldoende kritische massa ontwikkeld om de degradatie van journalistiek tegen te kunnen gaan.[14]

Voor zowel mensen die betrokken zijn bij journalistiek als voor het geheel van de samenleving, blijkt het in het meer divers wordende en gedemocratiseerde informatie-ecosysteem een uitdaging te zijn om de schadelijke effecten van desinformatie en misinformatie te voorkomen.[15]

Vóór het digitale tijdperk baseerden journalistieke praktijken en methodes zich op professionaliteitsstandaarden. Zo bestonden er vaak meerdere lagen van gecentraliseerde controles om de nauwkeurigheid, kwaliteit en eerlijkheid van het nieuws te kunnen waarborgen. Gestationeerde correspondenten werden ondersteund door een redactieteam die de informatie en inhoud verifieerde voordat het gepubliceerd werd. Dit 'poortwachter'-model wekte een besef van professionaliteit op in journalisten.[16]

Onderzoek, commentaar, analyses, en verslaggeving van overheidsaangelegenheden en gemeenschappelijke kwesties, vormden belangrijke hulpmiddelen bij het ter

12 Edelman. (2017) op cit

13 Zie module drie

14 Greenspon, E. (2017). *The Shattered Mirror: News, Democracy and Trust in the Digital Age*. [ebook] Ottowa: Public Policy Forum, Canada. Beschikbaar op: https://shatteredmirror.ca/download-report/ [bezocht op 03/04/2018]

15 Ansip, A. (2017). *Hate speech, populism and fake news on social media – towards an EU response*. https://ec.europa.eu/commission/commissioners/2014-2019/ansip/announcements/statement-vice-president-ansip-european-parliament-strasbourg-plenary-debate-hate-speech-populism [bezocht op 03/04/2018].

16 Kovach, B. and Rosenstiel, T. (2010). *Blur: How To Know What's True In The Age of Information Overload*. 1e ed. New York: Bloomsbury, pp.171-184.

verantwoording roepen van politici en ambtenaren. Ze hielpen burgers met het maken van keuzes over hoe ze bestuurd wilden worden. Ongetwijfeld zullen sommige nieuwsmedia niet aan de idealen en standaarden van de journalistiek hebben voldaan, maar in het algemeen waren de bedrijven gericht op echt nieuws. Hoewel dit nieuws geselecteerd en gepresenteerd werd door middel van een bepaalde narratieve structuur waar ze zelf belang bij hadden, bestond het niet uit onechte 'feiten' die waren verzonnen voor vermaak, politieke of commerciële doeleinden.

Doordat het mogelijk werd voor andere actoren om nieuws op sociale mediakanalen te bekijken, op te nemen, te becommentariëren en te publiceren, veranderde op cultureel niveau niet alleen het gecentraliseerde model – maar ook openbare debatten.[17] Het openbare en publieke debat vindt tegenwoordig in belangrijke mate plaats op sociale mediaplatformen. Er kan gesteld worden dat dit heeft geleid tot een 'democratisch tekort' binnen democratieën en open samenlevingen.[18]

Door te benadrukken dat ze geen nieuwsuitgevers zijn, hebben de technologiebedrijven en sociale platformen de normatieve verplichtingen waaraan journalisten en uitgevers moeten voldoen, kunnen omzeilen.[19] Hoewel deze actoren geen journalisten in dienst hebben om nieuws te produceren, zorgen hun curatorschap en redactionele bijdrage ervoor dat ze in steeds mindere mate 'slechts dragers van informatie' of enkel tussenpersonen zijn.

Veel van de desinformatie en misinformatie, of "rommel" zoals de 'Oxford Institute for Computational Science' het noemt, wordt veroorzaakt door sociale media platformen en de algoritmes van online zoekmachines. Door gebruik te maken van het netwerk van vrienden en familieleden van gebruikers, bieden ze een fundament voor en legitimatie van desinformatie en misinformatie.[20]

De opzettelijk misleidende uitingen die verspreid worden op deze platformen, beïnvloeden dus het begrip dat burgers hebben van de werkelijkheid[21]. Daarnaast ondermijnen ze vormen van participatie, het voeren van discussies gebaseerd op feiten, streven naar consensus, vorming van een gedeeld begrip van de realiteit, en vertrouwen in bredere zin.[22] Andere redenen die aangedragen worden wanneer gesteld wordt dat sociale media de democratie ondermijnen, zijn:

17 Nossel, S. (2017). *Faking News: Fraudulent News and the Fight for Truth*. [ebook] PEN America. Beschikbaar op: https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf [bezocht op 03/04/2018].

18 Howard, P. (2017) Ibid

19 Howard, P. (2017) Ibid. Zie ook module drie

20 Pariser, E. (2011). *The filter bubble: what the Internet is hiding from you. London*, Viking/Penguin Press.

21 European Commission (2017). Next steps against fake news: Commission sets up High-Level Expert Group and launches public consultation. [online] Beschikbaar op: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-17-4481_en.htm [bezocht op 13/06/2018].

22 Deb, A., Donohue, S. & Glaisyer, T. (2017). *Is Social Media A Threat To Democracy?* [ebook] Omidyar Group. Beschikbaar op: https://www.omidyargroup.com/wp-content/uploads/2017/10/Social-Media-and-Democracy-October-5-2017.pdf [bezocht op 03/04/2018].

- Het creëren van "echo chambers" (waarin alleen eigen overtuigingen en meningen herhaald en dus bevestigd worden), polarisatie en sterke partijdigheid;
- Het omzetten van populariteit in 'legitimiteit';
- Het accepteren van manipulatie door populistische leiders, overheden en alternatieve en perifere stemmen;
- De toenemende mate van opslag van persoonlijke gegevens, micro-marketing van specifieke doelgroepen, en reclame maken zonder dat mensen het doorhebben[23];
- Het verstoren van het publieke debat.[24]

Dit hoeft niet per se allemaal het geval te zijn. Sociale media kan een belangrijk platform zijn om de samenleving te betrekken bij journalistiek. Het kan het publieke debat, maatschappelijke waarden en democratische deelname in een omgeving die mensenrechten, culturele diversiteit, wetenschap, kennis en rationele besluitvorming versterkt, aanmoedigen. Om dit te kunnen doen moet journalistiek (ongeacht het soort platform) bijvoorbeeld in staat zijn verslag te doen van complexe kwesties zonder wetenschappelijke nauwkeurigheid te verliezen of de context te versimpelen waardoor het publiek mogelijk misleid wordt. Er bestaan vandaag de dag meerdere uitdagingen voor journalisten, zeker in het veld van geavanceerde medische behandelingen (zoals bijvoorbeeld klonen) en nieuwe wetenschappelijke vooruitgangen (zoals kunstmatige intelligentie). Onder deze uitdagingen vallen het bevestigen van nauwkeurigheid, het vermijden van sensatiebeluste verslaggeving, voorzichtig zijn met het voorspellen van toekomstige gevolgen, en het verwerken en balanceren van verschillende perspectieven of vindingen van geloofwaardige experts.

Er zijn echter ook veel manieren waarop de journalistiek direct kan reageren op desinformatie en misinformatie. Journalisten kunnen zichzelf bijvoorbeeld verzetten tegen manipulatie door desinformatiecampagnes te onderzoeken en te onthullen. Maar deze reacties op desinformatie moeten gepaard gaan met substantiële inspanningen om de algehele journalistiek te verbeteren (zie hieronder).

Maatschappelijke reacties op 'informatiewanorde' en de uitdagingen die sociale mediaplatformen creëren, zijn gevarieerd en gelaagd. Veel van de oplossingen die (in sommige gevallen erg snel) ontwikkeld worden, komen uit de VS, waar sociale mediabedrijven en

23 Cadwalladr, C. and Graham-Harrison, E. (2018). How Cambridge Analytica turned Facebook 'likes' into a lucrative political tool. The Guardian. [online] Beschikbaar op: https://www.theguardian.com/technology/2018/mar/2017/facebook-cambridge-analytica-kogan-data-algorithm [bezocht op 03/04/2018].

24 Deb, A., Donohue, S. & Glaisyer, T. (2017) Ibid

bedrijven als 'Google' en 'Alphabet' hun hoofdkantoor hebben. Recente tech-gerelateerde initiatieven die zich richten op misinformatie, omvatten bijvoorbeeld:

- Een inspanning van bedrijven om frauduleus nieuws uit de zoekresultaten en 'nieuwsfeeds' te filteren (dit is niet zonder controverse).[25] [26] [27]
- Zorgen dat verstrekkers van desinformatie geen inkomsten genereren door 'klikaas-advertenties' (dit zijn advertenties die mensen door middel van sensationele titels verleiden om op bepaalde links te klikken, ook wel 'clickbait' genoemd).[28]
- Werken aan op technologie gebaseerde oplossingen voor het verifiëren van digitale uitingen en afbeeldingen.[29]
- Financiering van initiatieven die ontwikkelingen ondersteunen op het grensvlak van journalistiek, technologische innovatie en academisch onderzoek.[30]
- De ontwikkeling en het gebruik van technische standaarden of betrouwbaarheidskeurmerken die consumenten (en algoritmes) helpen om nieuws te herkennen dat afkomstig is van geloofwaardige aanbieders.[31]

Tijdens het schrijfproces in begin 2018 was 'The Trust Project' een van de belangrijkste initiatieven voor technische standaarden voor nieuwsorganisaties. 'The Trust Project' is een consortium dat samenwerkt met de grootste zoekmachines, sociale mediaplatformen en meer dan 70 media bedrijven uit de hele wereld. Dit gezamenlijk initiatief streeft ernaar de herkenbaarheid van "nauwkeurig, verantwoordelijk en ethisch geproduceerd" nieuws te vergroten door middel van een keurmerk. Hiervoor hebben ze aanvankelijk acht technische standaarden[32] gecreëerd, waaraan een nieuwsleverancier moet voldoen en die gemakkelijk herkenbaar moeten zijn op de nieuwswebsite. Wanneer ze voldoen aan deze voorwaarden kunnen ze gezien worden als betrouwbare

25 Ling, J. (2017). *Eric Schmidt Says Google News Will 'Engineer' Russian Propaganda Out of the Feed*. Motherboard Vice.com. [online] Beschikbaar op: https://motherboard.vice.com/en_us/article/pa39vv/eric-schmidt-says-google-news-will-delist-rt-sputnik-russia-fake-news?utm_ campaign=buffer&utm_content=buffer41cba&utm_medium=social&utm_source=facebook.com+Motherboard [bezocht op 03/04/2018]; https://www.rt.com/news/411081-google-russia-answer-rt/

26 Mosseri, A. (2018). *Helping ensure news on Facebook is from trusted sources*. Facebook. https://newsroom.fb.com/news/2018/01/trusted-sources/ [bezocht op 03/04/2018].

27 Stamos, A. (2018) *Authenticity matters: Why IRA has no place on Facebook*. Facebook. https://newsroom.fb.com/news/2018/04/authenticity-matters/ [bezocht op 03/04/2018].

28 Love, J. & Cooke, C. (2017). Google, Facebook move to restrict ads on fake news sites. Reuters. [online] Beschikbaar op: https://www.reuters.com/article/us-alphabet-advertising /google-facebook-move-to-restrict-ads-on-fake-news-sites-idUSKBN1392MM [bezocht op 15/06/2018].

29 Zie module zes. Een voorbeeld hiervan is: http://www.truly.media/ [bezocht op 15/06/2018].

30 Zie module vijf

31 The Trust Project (2017). *The Trust Project – News with Integrity.* [online] Beschikbaar op: https://thetrustproject.org/?nr=0 [bezocht op 03/04/2018].

32 The Trust Project (2017). Ibid

nieuwsaanbieders. De acht betrouwbaarheidsindicatoren[33] van 'The Trust Project' zijn:

- **Best bewezen werkwijze:**
  - > Wat zijn uw standaarden?
  - > Wie financiert de nieuwsmaker?
  - > Wat is de missie van de nieuwsmaker?
  - > Toewijding aan ethiek, diverse perspectieven, nauwkeurigheid, het maken van correcties en andere standaarden.
- **Expertise van de auteur/verslaggever:** Wie heeft het gemaakt? Informatie over de journalist, waaronder zijn of haar expertise en eerdere werk.
- **Soort werk:** Wat voor een type uiting is het? Categorieën om opiniestukken, analyses en advertenties (of gesponsorde uitingen) te onderscheiden van nieuwsberichten.
- **Citaten en referenties:** Voor gedetailleerde achtergrondverhalen of onderzoeksjournalistiek is het openbaren van geraadpleegde bronnen van de beschreven feiten en beweringen belangrijk.
- **Methodes:** Het bespreken van de redenen waarom een verslaggever een bepaald verhaal wil belichten, en hoe het onderzoeksproces eruit zag – dit vergroot de transparantie.
- **Lokale bronnen?** Dit geeft een indicatie over of een verhaal lokaal ontstaan is, met lokale expertise. Werd de verslaggeving ter plaatse gedaan en met diepgaande kennis over de lokale situatie of gemeenschap?
- **Diverse perspectieven:** De inspanning en toewijding van een nieuwsredactie om een verscheidenheid aan perspectieven aan te bieden. Lezers, kijkers of luisteraars hebben het door als bepaalde perspectieven, etniciteiten of politieke overtuigingen ontbreken.
- **Bruikbare feedback:** De inspanning van een nieuwsredactie om het publiek te betrekken bij de prioritering van nieuwsonderwerpen, het rapportageproces, het waarborgen van nauwkeurigheid en andere gebieden. Lezers, kijkers of luisteraars willen deelnemen en feedback geven om zo mogelijkerwijs een nieuwsverhaal uit te diepen of aan te passen.

Vertrouwen in journalistiek werk vergroot de hoeveelheid, diversiteit en de kwaliteit van bronnen die beschikbaar zijn voor journalisten, hetgeen vervolgens een indirect, positief effect kan hebben op het publiek.

33 The Trust Project (2017). Ibid

De reacties van overheden, NGO's, de samenleving en het onderwijs zijn voornamelijk gericht op het vergroten van de media- en informatiewijsheid van het publiek. In een latere les worden deze reacties behandeld[34].

De hierboven genoemde indicatoren werden in 2017 ook opgenomen door 'the World Editors Forum'. De president, Marcelo Rech, stelde voor dat redacteurs over de hele wereld de volgende vijf principes omarmen om journalistiek naar een hoger niveau te tillen[35]:

- *Geloofwaardigheid, onafhankelijkheid, nauwkeurigheid, professionele ethische waarden, transparantie en pluralisme* zijn de **waarden** die de **vertrouwensrelatie** met het publiek zullen bevorderen in een wereld van hyperinformatie.
- Kwaliteitsjournalistiek is te onderscheiden van andere uitingen doordat het materiaal dat rondgaat op sociale media bevraagt en verifieert. Het erkent sociale media als een mogelijke bron voor informatie die nog verder gecontroleerd moet worden op feitelijkheid, en als een platform voor doelgroepgerichte (her)publicatie van professionele berichtgeving.
- De **missie** van kwaliteitsjournalistiek is het **dienen van de samenleving** door geverifieerde informatie van hoge kwaliteit te leveren en gecertificeerde nieuwsmerken te erkennen als betrouwbare informatiebronnen.
- Een **vereiste** voor kwaliteitsjournalistiek is dat het **verder gaat dan verslaggeving van algemene feiten.** Het moet analyse, het uiten van onderbouwde meningen en contextgevoelige en op onderzoek gebaseerde verslaggeving mogelijk maken en aanmoedigen. Hiermee zijn ze niet alleen leveranciers van nieuws, maar ook van kennis die mensen daadwerkelijk helpt.
- Kwaliteitsjournalistiek behoort te streven naar vertrouwen en de leidende **principes van het algemeen belang, oprechte betrokkenheid en geloofwaardigheid**.

Voor journalisten en nieuwsredacties worden de volgende mogelijkheden voor kwaliteitsverbetering aangedragen:

- Toewijding aan een ethische journalistieke werkwijze die verantwoording aflegt en is gebaseerd op feiten en bronnen.[36]

34 Zie module vier

35 Ireton, C. (2016). *World Editors Forum asks editors to embrace 5 principles to build trust* https://blog.wan-ifra.org/2016/06/14/world-editors-forum-asks-editors-to-embrace-5-principles-to-build-trust [bezocht op 15/06/2018].

36 Wales, J. (2017). *What do we mean by evidence-based journalism?* Wikitribune. https://medium.com/wikitribune/what-do-we-mean-by-evidence-based-journalism-3fd7113102d3 [bezocht op 03/04/2018]

- Het controleren van feiten en de confrontatie aangaan met desinformatie en misinformatie.[37]
- Verificatie van gegevens, bronnen en digitale afbeeldingen.[38]
- Communicatie en samenwerking met de gemeenschappen waar journalisten zich mee bezig houden, en ervoor zorgen dat maatschappelijke belangen meegenomen worden in het vaststellen van de nieuwsagenda en in het nieuwsproces zelf.[39]

Het belang van dit laatste punt is pijnlijk duidelijk geworden tijdens de stemming in het Verenigd Koninkrijk over het verlaten van de Europese Unie, Brexit, en de verkiezingen van de Verenigde Staten in 2016. Toen werd duidelijk dat er een kloof tussen de 'mainstream" media en bepaalde doelgroepen was gegroeid. De kracht van sociale mediacommunicatie is de mogelijkheid tot directe interactie. Docenten moeten verkennen hoe media beter in dienst kan staan van het publiek, zodat vertrouwen opgebouwd kan worden. Hierdoor kunnen maatschappelijke verhoudingen en de relatie tussen media en hun doelgroepen versterkt worden.

"*Six or Seven Things News Can Do for Democracy*"[40] van Schudson, biedt een goed kader voor verdere discussie over deze thematieken:

1. Informatie: verstrek eerlijke en volledige informatie, zodat burgers zelf weloverwogen politieke keuzes kunnen maken;
2. Onderzoek: doe onderzoek naar geconcentreerde machtsbronnen, met name de macht van overheden;
3. Analyse: bied coherente interpretatiekaders aan, die burgers kunnen helpen bij het vergroten van hun begrip van onze complexe wereld;
4. Sociale empathie: informeer mensen over de werelden van andere mensen binnen en buiten hun samenleving. Hierdoor kunnen zij de levens en perspectieven van andere mensen, vooral degenen die minder bevoorrecht zijn, beter begrijpen;

37 Zie module vijf

38 Bell, F. (2018). In het tijdperk van gegevens-journalistiek wordt verificatie telksens ingewikkelder. In het geval van grote hoeveelheden gegevens is het niet alleen aannemelijk dat veel van deze informatie onjuist is, maar is het ook goed mogelijk dat hier opzettelijk gecreerde desinformatie in opgenomen is. Zie ook module zes van dit handboek.

39 Batsell, J. (2015). Engaged journalism: connecting with digitally empowered news audiences. New York. Columbia University Press.

40 Schudson, M. (2008). *Why Democracies Need an Unlovable Press*. Polity. Hoofdstuk twee: Six or Seven Things News Can Do For Democracy. Beschikbaar op: https://books.google.co.uk/books?id=hmYGMe9ecKUC&printsec=frontcover&dq=schduson+michael+6+or+seven+ways&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwju_ZGI6ozZAhWELsAKHcovBlUQ6AEIKTAA - v=onepage&q&f=false [bezocht op 03/04/2018].

5. Openbaar forum: bied een forum aan, zodat burgers een dialoog aan kunnen gaan, waardoor kwesties met een pluralistische en interdisciplinaire benadering behandeld kunnen worden. Dit forum kan functioneren als een gemeenschappelijk platform waar plek is voor de verscheidenheid van perspectieven van de diverse groepen in de samenleving;

6. Mobilisatie: wees (wanneer dit gewenst is) voorvechter van bepaalde politieke programma's en perspectieven, en beweeg mensen zodat ze deze programma's gaan steunen. Ook hierbij dienen ten alle tijden de standaarden van gedegen bronnenonderzoek en -controle, en algemeen belang nageleefd worden.

Doelstellingen van de module

- Deelnemers aanmoedigen om kritisch na te denken over journalistiek en sociale media;
- Deelnemers aanmoedigen om hun plek en aandeel in het ecosysteem van de 'informatiewanorde' te beoordelen;
- Deelnemers kritisch na te laten denken over de impact van de 'informatiewanorde' op de samenleving.

Leerdoelen

Aan het einde van deze module zullen deelnemers:

1. Een grondig en kritisch begrip hebben ontwikkeld van hoe journalistiek de democratie en open samenlevingen beter kan dienen binnen de context van het enorm uitgedijde medialandschap, en met oog voor de mogelijke gevaren van 'informatiewanorde' voor de democratie;
2. Kennis hebben over de factoren die publiek vertrouwen in journalistiek kunnen aanjagen, vergroten en behouden;
3. In staat zijn aan anderen duidelijk te maken wat het belang van journalistiek is.

Werkvorm van de module

De informatie in het deel 'theoretisch kader' van deze module kan gebruikt worden als basis voor een hoorcollege van 30 minuten, in combinatie met een werkcollege van 30 minuten gebaseerd op een klassikale discussie over waarom journalistiek belangrijk is en hoe het de samenleving kan helpen. Door middel van een gestructureerd gesprek kan in een praktijkopdracht van 90 minuten verkend worden hoe sceptici die geen vertrouwen hebben in journalistiek ervan overtuigd kunnen worden dat niet alle informatie onbetrouwbaar is. De vraag is: wat kan een nieuwsmedium doen om doelgroepen te bewijzen en overtuigen dat het betrouwbaar en geloofwaardig is, binnen ons huidige sociale medialandschap waarin alle informatie gelijkwaardig lijkt te zijn?

De verbinding tussen het lesplan en de leerdoelen

A. Het theoretische gedeelte

Module Plan	Aantal uren	Leerdoelen
Hoorcollege en interactieve discussie over waarheid en vertrouwen	30 min	1, 2
Klassikale discussie over waarom journalistiek belangrijk is en hoe het de samenleving dient	30 min	1, 2, 3

B. Het praktische gedeelte

Module Plan	Aantal uren	Leerdoelen
Praktische opdracht	90 min	3

Voorgestelde opdracht

Deze opdracht heeft drie onderdelen en is in tweetallen of kleine groepjes uit te voeren:

- Vraag de deelnemers (die in tweetallen of kleine groepjes werken) om een nieuwsconsument te interviewen, en laat de deelnemers aan deze nieuwsconsument vragen welke bronnen zij als het meest betrouwbaar beschouwen voor politieke informatie, en regionaal of nationaal nieuws. Met het model van "Six or Seven Things News Can Do for Democracy" van Schudson als kader, bestuderen ze dan één editie van een publicatie van de genoemde media, om te onderzoeken in hoeverre deze journalistieke uitingen de gemeenschap dienen. De technieken van 'content analysis'

(inhoudsanalyse) vormen hierbij een goede methodologische basis. Het tweede onderdeel bestaat uit het identificeren van welke van de acht vertrouwensindicatoren van 'the Trust Project' te herkennen zijn in de uitgekozen tekst. Tijdens het derde onderdeel worden de bevindingen gebruikt als basis voor een nieuwsrapport of een redactioneel artikel, waarin duidelijk gemaakt wordt waarom journalistiek belangrijk is. Dit eindproduct kan de vorm aannemen van een geschreven stuk, maar ook van een kort filmpje of audioverhaal.

Leesmateriaal

Deb, A., Donohue, S. & Glaisyer, T. (2017). *Is Social Media A Threat To Democracy?* [ebook] Omidyar Group. Beschikbaar op: https://www.omidyargroup.com/wp-content/uploads/2017/10/Social-Media-and-Democracy-October-5-2017.pdf

Edelman. (2017). *2017 Edelman TRUST BAROMETER - Global Results*. [online] Beschikbaar op: https://www.edelman.com/global-results/

Howard, P. (2017) *Is social media killing democracy?* Oxford. Beschikbaar op: https://www.oii.ox.ac.uk/videos/is-social-media-killing-democracy-computational-propaganda-algorithms-automation-and-public-life/

Nossel, S. (2017). *FAKING NEWS: Fraudulent News and the Fight for Truth*. [ebook] PEN America. Beschikbaar op: https://pen.org/wp-content/uploads/2017/10/PEN-America_Faking-News-Report_10-17.pdf

Schudson, M. (2008). *Why Democracies Need an Unlovable Press*. Polity. Chapter 5: Six or Seven Things News can do for Democracies, Beschikbaar op: https://books.google.co.uk/books?id=hmYGMe9ecKUC&printsec=frontcover&dq=schduson+michael+6+or+sev-en+ways&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwju_ZGI6ozZAhWELsAKHcovBlUQ6AEIKTAA - v=onepage&q&f=false

Viner, K. (2017). *A mission for journalism in a time of crisis*. [online] the Guardian. Beschikbaar op: https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis

‘INFORMATIEWANORDE’: MISINFORMATIE, DESINFORMATIE EN MALINFORMATIE

Claire Wardle en Hossein Derakhshan

MODULE 2

Samenvatting

De termen 'nepnieuws' en zelfs 'nepmedia' worden vaak gebruikt om nieuwsberichten aan te duiden waar de kijker, lezer of luisteraar het niet mee eens is. Een overzicht van 'Google Trends' laat zien dat mensen de term zeer veel zijn gaan gebruiken vanaf de tweede helft van het jaar 2016.[1] *In deze module zullen deelnemers leren waarom deze term a) niet geschikt is om de omvang van informatiewanorde uit te leggen, en b) zo problematisch is geworden dat we hem beter niet kunnen gebruiken.*

Helaas is het makkelijk om de term 'nepnieuws' te politiseren en te gebruiken als een wapen tegen de nieuwsindustrie. Door het gebruik van deze term kunnen mensen in machtsposities de verslaggeving die hen niet bevalt ondermijnen. In plaats hiervan raden wij aan gebruik te maken van de termen misinformatie en desinformatie. In deze module worden de verschillende soorten hiervan onderzocht. Daarnaast wordt gekeken op welke plek binnen de 'informatiewanorde'-schaal deze soorten zich bevinden.

Misinformatie en desinformatie verwijzen naar een grote verscheidenheid aan verschijningsvormen, zoals: satire; parodieën; 'clickbait' nieuwskoppen; misleidend gebruik van ondertiteling, visueel materiaal of statistieken; maar ook uit 'echte' nieuwsberichten die uit hun originele context gehaald zijn en met een ander doel gedeeld worden, vermomde berichten (waarbij de naam van een journalist of een logo van een nieuwsredactie wordt gebruikt door mensen die hier niet aan verbonden zijn), en gemanipuleerde en verzonnen berichten. Dit alles laat zien dat de crisis veel complexer is dan dat de term 'nepnieuws' ons doet vermoeden.

Deze soorten informatie vervuilen onze sociale mediakanalen en komen terecht in de kanalen van de traditionele media. Om deze problemen op te kunnen lossen moeten we veel zorgvuldiger over het probleem nadenken. We moeten nadenken over wie dit soort informatie creëert en waarom zij dit doen. Welke soorten media-uitingen produceren zij en hoe worden deze soorten media-uitingen ontvangen? Waarom delen lezers, kijkers of luisteraars deze berichten? De kwestie bestaat uit veel verschillende aspecten, en in het merendeel van de huidige discussies wordt de complexiteit van al deze aspecten niet in ogenschouw genomen. Aan het einde van deze module is het de bedoeling dat de deelnemers de begrippen die het meest bruikbaar zijn voor het discussiëren over de problemen van 'informatiewanorde' begrijpen en toe kunnen passen.

Theoretisch kader

Dit handboek maakt gebruik van de termen 'desinformatie' en 'misinformatie' om onderscheid te kunnen maken tussen informatie die verifieerbaar en van algemeen nut

1 Google Trend Map of the term *Fake News* https://trends.google.com/trends/explore?q=fake%20news [Bezocht op: 06/04/2018].

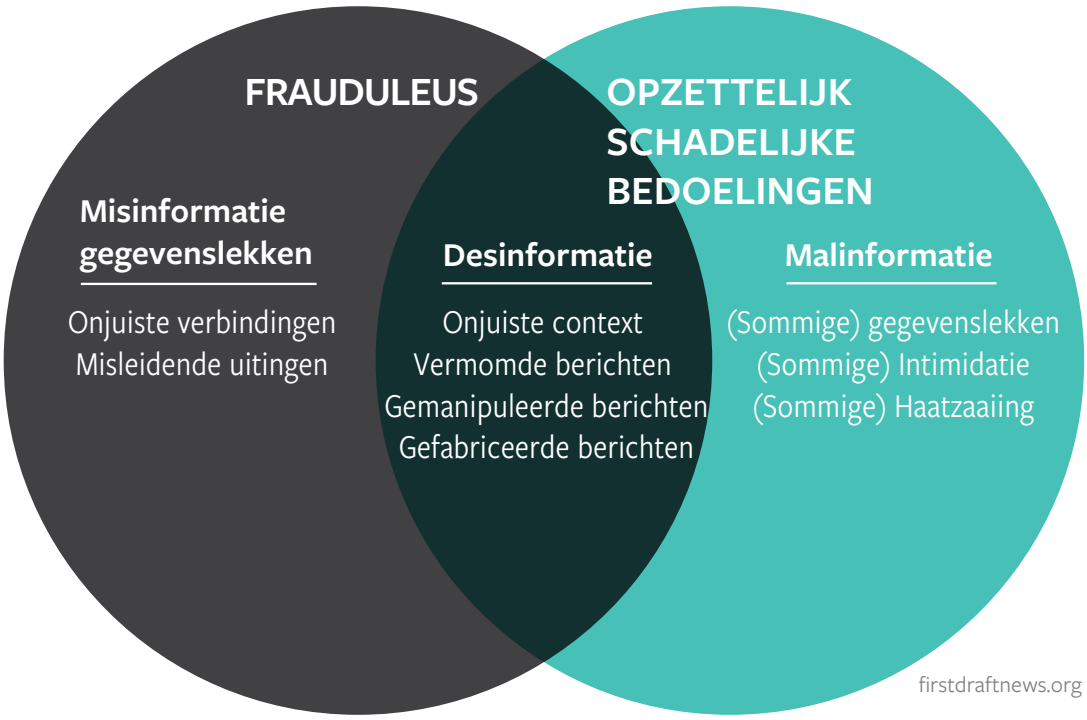
is (het doel van journalistiek), en informatie die hier niet aan voldoet. Deze module richt zich op de specifieke kenmerken van desinformatie.

Binnen veel van de debatten over 'nepnieuws' worden de twee concepten van misinformatie en desinformatie met elkaar verward of worden deze concepten gezien als één. Toch kan het behulpzaam zijn om deze twee concepten van elkaar te onderscheiden. Misinformatie kan gezien worden als informatie die onjuist is, maar die door de verspreider als waarheid gezien wordt. Desinformatie betreft informatie die onjuist is, waarbij de verspreider zich hier bewust van is. Desinformatie omvat dus de verspreiding van opzettelijke leugens door bepaalde actoren met slechte bedoelingen, waardoor mensen verkeerd geïnformeerd worden.[2]

Een derde categorie is malinformatie; informatie die gebaseerd is op de realiteit, maar gebruikt wordt om een persoon, organisatie of land te schaden. Een voorbeeld hiervan is het onthullen van iemands seksuele geaardheid, zonder dat dit van algemeen belang is. Het is belangrijk om echte berichten te onderscheiden van frauduleuze berichten, maar het is ook belangrijk om ze te onderscheiden van (deels) echte berichten die gemaakt, geproduceerd of verspreid zijn met als doel iets of iemand te schaden in plaats van dat ze het algemeen nut dienen. Malinformatie – zoals bijvoorbeeld echte informatie die de privacy van een persoon schaadt zonder dat dit gerechtvaardigd kan worden door algemeen belang – druist tegen de journalistieke standaarden en ethiek in.

Hoewel er dus duidelijk onderscheid gemaakt kan worden tussen de verschillende soorten frauduleus en schadelijk nieuws, zijn de gevolgen voor de informatieomgeving en de samenleving vergelijkbaar (denk bijvoorbeeld aan de aantasting van de integriteit van het democratische proces of een verminderde inentingsgraad). Daarnaast kan het zo zijn dat sommige uitingen combinaties van deze drie conceptualisaties vertonen. Het is bewezen dat individuele gevallen van misinformatie, desinformatie of malinformatie vaak onderdeel zijn van een bredere informatie-strategie van bepaalde actoren, en dus gaan individuele gevallen vaak gepaard met andere uitingsvormen van misinformatie, desinformatie en malinformatie (bijvoorbeeld op andere platformen of in verschillende berichten). Toch is het belangrijk om dit onderscheid te maken, omdat de oplossingen voor en de oorzaken en technieken van dergelijke informatie, verschillend kunnen zijn.

2 Verder inzicht in de definities kan gevonden worden in het onderzoek van Karlova and Fisher (2012).



Figuur 1: 'Informatiewanorde'

De Franse presidentsverkiezingen van 2017 leverden verschillende voorbeelden van deze drie soorten 'informatiewanorde' op.

1. Voorbeelden van desinformatie:

Een van de pogingen tot een hoax (bedrog) tijdens de Franse verkiezingen, was de creatie van een geavanceerde namaakversie van de Belgische krant *'Le Soir'* [3]. Hierin stond een hoax artikel waarin geclaimd werd dat presidentskandidaat Emmanuel Macron financieel gesteund werd door Saoedi-Arabië. Een tweede voorbeeld is de online verspreiding van documenten waarin geclaimd werd dat hij een buitenlandse bankrekening had geopend in de Bahama's[4]. Daarnaast werd er desinformatie verspreid door zogenaamde 'Twitter-aanvallen', waarbij verschillende netwerken van individuen die los met elkaar verbonden zijn, tegelijkertijd dezelfde berichten plaatsten en hashtags gebruikten. Met deze berichten en hashtags verspreidden ze geruchten over het privéleven van de presidentskandidaat.

2. Voorbeelden van misinformatie:

Zoals vaak het geval is bij groot nieuws, veroorzaakte de terreuraanslag op de Champs-Élysées in Parijs op 20 april 2017 veel misinformatie[5]. Verschillende individuen publiceerden onbewust meerdere roddels op sociale media, waaronder bijvoorbeeld een onjuist bericht over de moord op een tweede politieagent. Mensen die dit soort

3 CrossCheck, 2017. *Was Macron's campaign for French Presidency financed by Saudi Arabia?*: Beschikbaar op: https://crosscheck.firstdraftnews.org/checked-french/macrons-campaign-french-presidency-financed-saudi-arabia/ [bezocht op 03/04/2018].

4 CrossCheck, 2017. *Did Emmanuel Macron Open an Offshore Account?* CrossCheck, Beschikbaar op: https://crosscheck.firstdraftnews.org/checked-french/emmanuel-macron-open-offshore-account/ [bezocht op 03/04/2018].

5 Een voorbeeld is het gerucht dat moslims in het Verenigd Koninkrijk de aanval vierden. Dit gerucht werd ontkracht door 'the CrossCheck Project: CrossCheck, (April 22, 2017) *Did London Muslims 'celebrate' a terrorist attack on the Champs-Elysees?* CrossCheck, Beschikbaar op: https://crosscheck. firstdraftnews.com/checked-french/london-muslims-celebrate-terrorist-attack-champs-elysees / [bezocht op 03/04/2018].

berichten delen doen dit zelden met slechte bedoelingen. Ze worden meegesleept in het moment, en proberen behulpzaam te zijn door rondgaande berichten verder te verspreiden, maar vergeten de bronnen voldoende te verifiëren.

3. Voorbeelden van malinformatie:

Een opvallend voorbeeld van malinformatie gebeurde toen de e-mails van Emmanuel Macron net voor de tweede ronde van de presidentsverkiezingen op 7 mei 2017 gelekt werden. Deze e-mails werden als waar beschouwd door het algemene publiek. In Frankrijk geldt er een verbod op berichtgeving vlak voordat de verkiezingen beginnen, en slechts enkele minuten voor dit verbod werd de privéinformatie openbaar gemaakt. Dit gegevenslek was dus bedoelt om maximale schade aan te richten aan de campagne van Macron.

De term propaganda is niet synoniem met desinformatie, al kan desinformatie propaganda wel ondersteunen. Propaganda is echter vaak meer openlijk manipulatief dan desinformatie, omdat het voornamelijk emotionele berichtgeving in plaats van informatieve berichtgeving betreft.[6]

In deze module zullen we ons op misinformatie en met name desinformatie richten. Ook zullen we voorbeelden geven van andere soorten informatie.

De hierboven uiteengezette categorieën van desinformatie, misinformatie en malinformatie mogen niet verward worden met de verschillende narratieve structuren die gehanteerd worden binnen kwaliteitsjournalistiek.

Laten we dit verduidelijken met een voorbeeld. Een bepaalde journalist kan schrijven: 'hoewel het schandaal niet zo grootschalig is als dat van Bernie Madoff, heeft de vermeende fraude in deze nieuwe zaak kleine investeerders hard geraakt'. Een andere journalist kan dit precies andersom noemen: 'De vermeende fraude in deze nieuwe zaak heeft kleine investeerders hard geraakt, hoewel het schandaal niet zo grootschalig is als dat van Bernie Madoff. De tweede uitspraak legt minder nadruk op de vergelijking van de nieuwe zaak met het schandaal van Bernie Madoff. Deze verschillende nadrukken betekenen niet per se dat dit nieuwsbericht misinformatie of desinformatie is. Het kunnen twee rechtmatige manieren zijn om een situatie te interpreteren.

Het gaat er hier om dat er altijd bepaalde verhaallijnen of narratieve structuren in kwaliteitsnieuws worden gebruikt, hetgeen ook geldt voor desinformatie, misinformatie en malinformatie. De feiten die worden geselecteerd als belangrijk (of welke feiten in slechte berichtgeving verzonnen worden, of uit de context worden gehaald) duiden een bepaalde verankerde narratieve structuur aan. In een nieuwsbericht over criminaliteit (dat niet onder een van de categorieën van misinformatie, desinformatie of malinformatie valt) kan het noemen van het veronderstelde 'ras' of de nationaliteit van

6 Neale, S. (1977). Propaganda. *Screen* 18-3, pp 9-40

de dader of het slachtoffer als relevant gezien worden. Het kan zo zijn dat de dader een man met een migratie-achtergrond is, en dat het slachtoffer een vrouwelijke staatsburger is - maar of die details relevant en belangrijk zijn voor het verhaal, wordt bepaald door de kwaliteit van het onderzoek van de journalist, en de onbewuste of bewuste invloed van zijn of haar ideologie, perspectief en narratieve structuur waarin bepaalde informatie als belangrijk gezien wordt en bepaalde verbanden worden gelegd tussen oorzaak en gevolg. Dit is een van de redenen waarom het goed kan zijn om naast het controleren van feiten ook de gebruikte narratieve structuur te bevragen. Dit houdt in dat de structuren van betekenisgeving die ervoor zorgen dat bepaalde feiten en niet-feiten ingezet worden voor bepaalde doelen, onderzocht worden. Binnen 'echte' journalistiek kunnen er verschillende narratieve structuren zijn, maar het bestaan van deze narratieve structuren betekent niet dat de journalistiek hetzelfde is als andere vormen van communicatie die ook bepaalde narratieve structuren hebben. De volgende zeven soorten uitingen zijn voorbeelden van andere vormen van communicatie die ook gebruik maken van narratieve structuren:

1. Satire en parodieën

Het is misschien verassend dat satire wordt opgenomen in een typologie van desinformatie en misinformatie. Satire en parodieën kunnen gezien worden als kunstvorm. In een wereld waar mensen steeds vaker informatie ontvangen via sociale media, kunnen mensen echter verward worden – ze hebben soms niet door dat een bepaalde website satirisch is. Een voorbeeld hiervan is '*The Khabaristan Times*', een satirische rubriek en website die deel was van de nieuwswebsite *'Pakistan Today'*.[7] In januari van 2017 werd de website geblokkeerd in Pakistan en zijn ze gestopt met publiceren.[8]

2. Foute verbanden

Wanneer nieuwskoppen, beelden of bijschriften niet overeenkomen met de inhoud van het nieuwsbericht spreken we van een foutief gemaakt verband. Het meest voorkomende voorbeeld van dit soort gevallen is het gebruik van *'clickbait'-koppen*. Omdat er steeds meer moeite gedaan moet worden om de aandacht van het publiek te trekken, voelen redacteurs zich genoodzaakt om koppen te gebruiken waarop mensen sneller klikken, zelfs als de mensen zich bij het lezen van het artikel om de tuin geleid voelen. Een duidelijk voorbeeld van een dergelijke kop is bijvoorbeeld "First time voter waited 92 years to meet Trump... what happened next is AMAZING!" die gevonden kan worden op de website van *The Political Insider*[9]. Dit kan ook gebeuren wanneer beelden of bijschriften

7 Pakistan Today (2018). *Anthropologists make contact with remote cut-off tribe still thanking Raheel Sharif.* [online] .Khabaristan Today. Beschikbaar op : https://www.pakistantoday.com.pk/2017/01/11/anthropologists-make-contact-with-remote-cut-off-tribe-still-thanking-raheel-sharif/ [bezocht op: 06/04/2018].

8 Posetti, J. and Mathews, A. (2018) A Short Guide to the History of 'Fake News' and Disinformation [online] International Centre for Journalists. Beschikbaar op: https://www.icfj.org/news/short-guide-history-fake-news-and-disinformation-new-icfj-learning-module [bezocht op 17/08/2020].

9 The Political Insider (2015). *First time voter waited 92 years to meet Trump... what happened next is AMAZING!* [online] Beschikbaar op: https://thepoliticalinsider.com/first-time-voter-waited-92-years-to-meet-trump-what-happened-next-is-amazing/ [bezocht op 06/04/2018].

zijn gebruikt, bijvoorbeeld op websites als *Facebook*, om een bepaalde indruk te wekken die niet ondersteund wordt door het artikel zelf. Wanneer sociale media gebruikers door hun sociale media 'feeds' scrollen zonder dat ze doorklikken op de artikelen (wat vaak gebeurt), kunnen misleidende afbeeldingen of bijschriften erg veel impact hebben.

3. Misleidende berichten

Dit soort berichten ontstaan wanneer informatie op een misleidende manier gebruikt wordt, om bepaalde kwesties of individuen op een bepaalde manier af te schilderen. Dit gebeurt vaak door het bijsnijden van foto's en het selectief kiezen van citaten of statistieken, hetgeen we kunnen bevragen door middel van *"framing theory"* [10]. Er worden verschillende voorbeelden gegeven op de website *Rappler.com*.[11] Vooral visuele uitingen zijn een krachtig middel voor de verspreiding van misleidende informatie, omdat het brein minder kritisch is op beeldmateriaal.[12] Betaalde uitingen en reclames die zich voordoen als niet-commerciële berichten horen ook bij deze categorie wanneer zij niet (goed genoeg) aangeven dat zij gesponsord zijn.[13]

4. Foute context

Een van de redenen dat de term 'nepnieuws' niet toereikend genoeg is, is dat 'echt' materiaal vaak opnieuw verspreid wordt buiten de originele context. Een voorbeeld hiervan is een foto genomen in Vietnam in 2007. Deze afbeelding werd zeven jaar later weer verspreid binnen berichtgeving over de gevolgen van de aardbeving in Nepal in 2015.[14]

5. Vermomde berichten

Het gebruik van de namen van journalisten in artikelen die ze niet hebben geschreven, of het gebruik van logo's van organisaties in video's of afbeeldingen die zij niet hebben geproduceerd is een serieus probleem. Voorafgaand aan de Keniaanse verkiezingen in 2017 ontdekte '*BBC Africa*' bijvoorbeeld dat iemand een video had gemaakt, waarin het logo en de slogan van de BBC waren gefotoshopt. Dit beeldmateriaal verspreidde zich via *WhatsApp*.[15] Hierdoor voelde de nieuwszender zich genoodzaakt een filmpje te produceren en te delen waarin ze mensen waarschuwden en vertelden dat ze zich niet voor de gek moesten laten houden door het gefabriceerde bericht.

10 Entman, R., Matthes, J. and Pellicano, L. (2009). Nature, sources, and effects of news framing. In: K. Wahl-Jorgensen en T. Hanitzsch (Contributor), ed., *Handbook of Journalism studies.* [online] New York: Routledge, pp.196-211. Beschikbaar op: https://centreforjournalism.co.uk/ sites/default/files/richardpendry/Handbook%20of%20Journalism%20Studies.pdf [bezocht op 03/04/ 2018].

11 Punongbayan, J. (2017). *Has change really come? Misleading graphs and how to spot them*. Rappler.com. [online] Beschikbaar op: https://www.rappler.com/thought-leaders/20177731-duterte-change-fake-news-graphs-spot [bezocht op 06/04/2018].

12 Zie het artikel door Hannah Guy in het onderdeel 'literatuur' van deze module.

13 Zie module drie

14 Pham, N. (2018). *Haunting 'Nepal quake victims photo' from Vietnam*. BBC. [online] Beschikbaar op: http://www.bbc.co.uk/news/world-asia-32579598 https://www.rappler.com/thought-leaders/20177731-duterte-change-fake-news-graphs-spot [bezocht op 06/04/2018].

15 BBC (2017). *Kenya election: Fake CNN and BBC news reports circulate*. [Online] Beschikbaar op: http://www.bbc.co.uk/news/world-africa-407627966 [bezocht op 06/04/2018].

6. Gemanipuleerd materiaal

Wanneer 'echte' informatie of 'echt' beeldmateriaal gemanipuleerd worden om mensen te misleiden, spreekt men van gemanipuleerd materiaal. Een voorbeeld hiervan zijn de gemanipuleerde afbeeldingen van de redacteur Ferial Haffajee uit Zuid-Afrika – in een van deze afbeeldingen zit hij op de schoot van zakenman Johan Rupert en wordt een persoonlijke relatie tussen beiden geïnsinueerd.[16]

7. Gefabriceerd materiaal

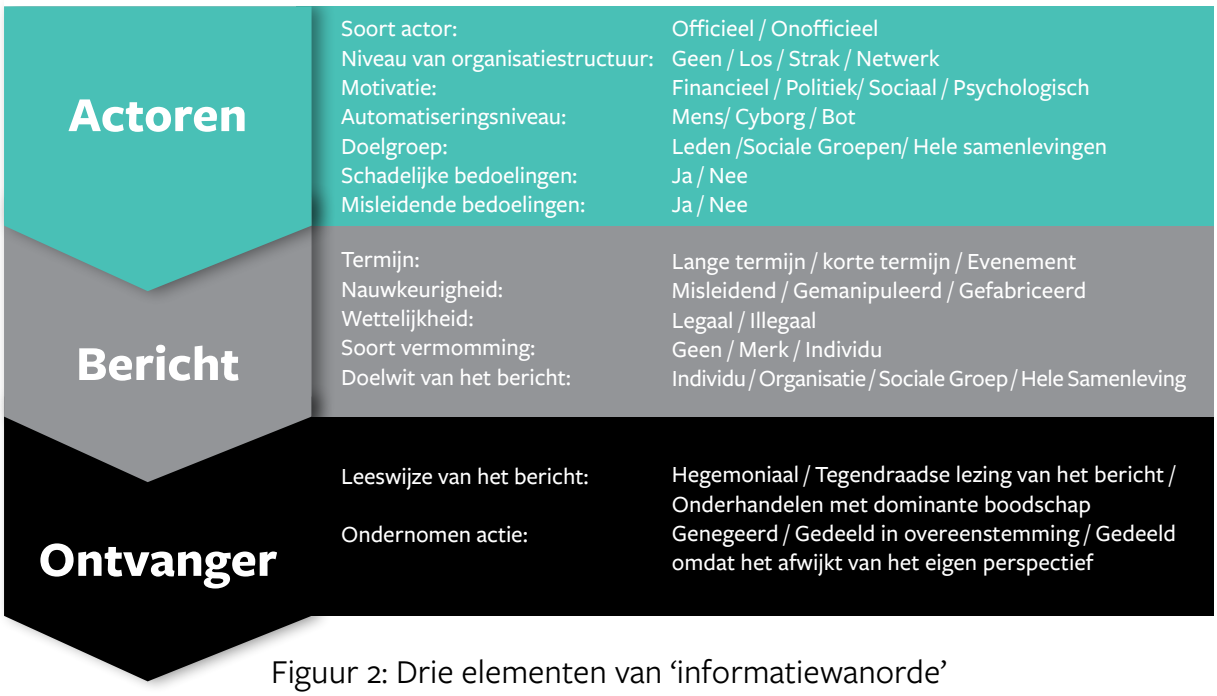
Dit soort materiaal kan bestaan uit tekst, zoals compleet gefabriceerde nieuws websites. Een voorbeeld hiervan is 'WTOE5 News', de zelfbenoemde fantasienieuwssite die een artikel publiceerde waarin ze claimden dat de Paus het presidentschap van Donald Trump had gesteund. Het kan hiernaast ook gaan om visueel materiaal, zoals bijvoorbeeld het geval was tijdens de Amerikaanse verkiezingen, toen gefabriceerde afbeeldingen circuleerden waarin ten onrechte stond dat men via sms op Hillary Clinton kon stemmen[17]. Deze afbeeldingen werden via sociale netwerken verspreid en richtten zich specifiek op minderheidsgroeperingen.

Het publiek, en specifiek journalisten, moeten de verschillende 'elementen' van 'informatiewanorde' afzonderlijk van elkaar onderzoeken. Deze elementen zijn: de actor(en), de inhoud van de berichten, en de mensen die de berichten interpreteren (de lezers, kijkers of luisteraars). Binnen dit model kunnen er vragen gehanteerd worden om elk van deze elementen te onderzoeken. Degene die een bericht verzint, kan een ander persoon zijn dan degene die het bericht schrijft, en degene die het bericht in eerste instantie deelt, kan weer een andere persoon of instantie zijn. Het is belangrijk om te begrijpen wie deze 'actoren' zijn en wat ze motiveert. Daarnaast moeten we goed begrijpen welke verschillende soorten berichten ze verspreiden, zodat we beter begrijpen op welke schaal de berichten gemaakt worden en hoe we het probleem aan kunnen pakken. (Tot op heden is het debat zeer sterk gericht op gefabriceerde nieuwswebsites met tekst. Visueel materiaal, op bijvoorbeeld *Instagram*, *WhatsApp* of *Snapchat*, is echter net zo wijdverspreid als tekstueel materiaal – en het is veel moeilijker om visuele vormen van 'informatiewanorde' te identificeren en te onthullen.)

Ten slotte zijn er drie verschillende 'fases' van 'informatiewanorde' die overwogen moeten worden: creatie, productie en distributie (zie figuur 2). Het is belangrijk om deze verschillende fases én de hierboven genoemde elementen in ogenschouw te nemen bij het onderzoeken van gevallen van 'informatiewanorde'. Dit is belangrijk omdat de 'actoren' die berichten verzinnen, vaak afzonderlijk van de producenten en verspreiders opereren.

16 Haffajee, F. (2017). *Ferial Haffajee: The Gupta fake news factory and me*. HuffPost South Africa. [online] Beschikbaar op: https://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/ [bezocht op; 06/04/2018].

17 Haltiwanger, J. (2016). Trump Trolls Tell Hillary Clinton Supporters They Can Vote Via Text. Elite Daily. Beschikbaar op: https://www.elitedaily.com/news/politics/trump-trolls-hillary-clinton-voting-text-message/1680338 [bezocht op 23/03/2018].



Figuur 2: Drie elementen van 'informatiewanorde'

De motivaties van degene die een door de staat gesponsorde desinformatiecampagne creëert, verschillen bijvoorbeeld enorm van de 'trollen' die weinig betaald krijgen om de thema's van deze desinformatiecampagne in specifieke berichten om te zetten. Wanneer een bericht online geplaatst is, kan het gereproduceerd en eindeloos gedeeld worden door veel verschillende actoren die allemaal verschillende beweegredenen hebben. Zo kan een bericht op sociale media verspreid worden door verschillende gemeenschappen, wat ervoor zorgt dat 'mainstream' media (die niet voldoende nauwkeurig onderzoek en controle uitvoeren) het bericht overnemen en reproduceren. Hierdoor bereikt het bericht nog meer verschillende gemeenschappen. Deze nuances kunnen alleen begrepen worden als we 'informatiewanorde' op deze manier ontleden en in deze drie elementen opdelen.[18]

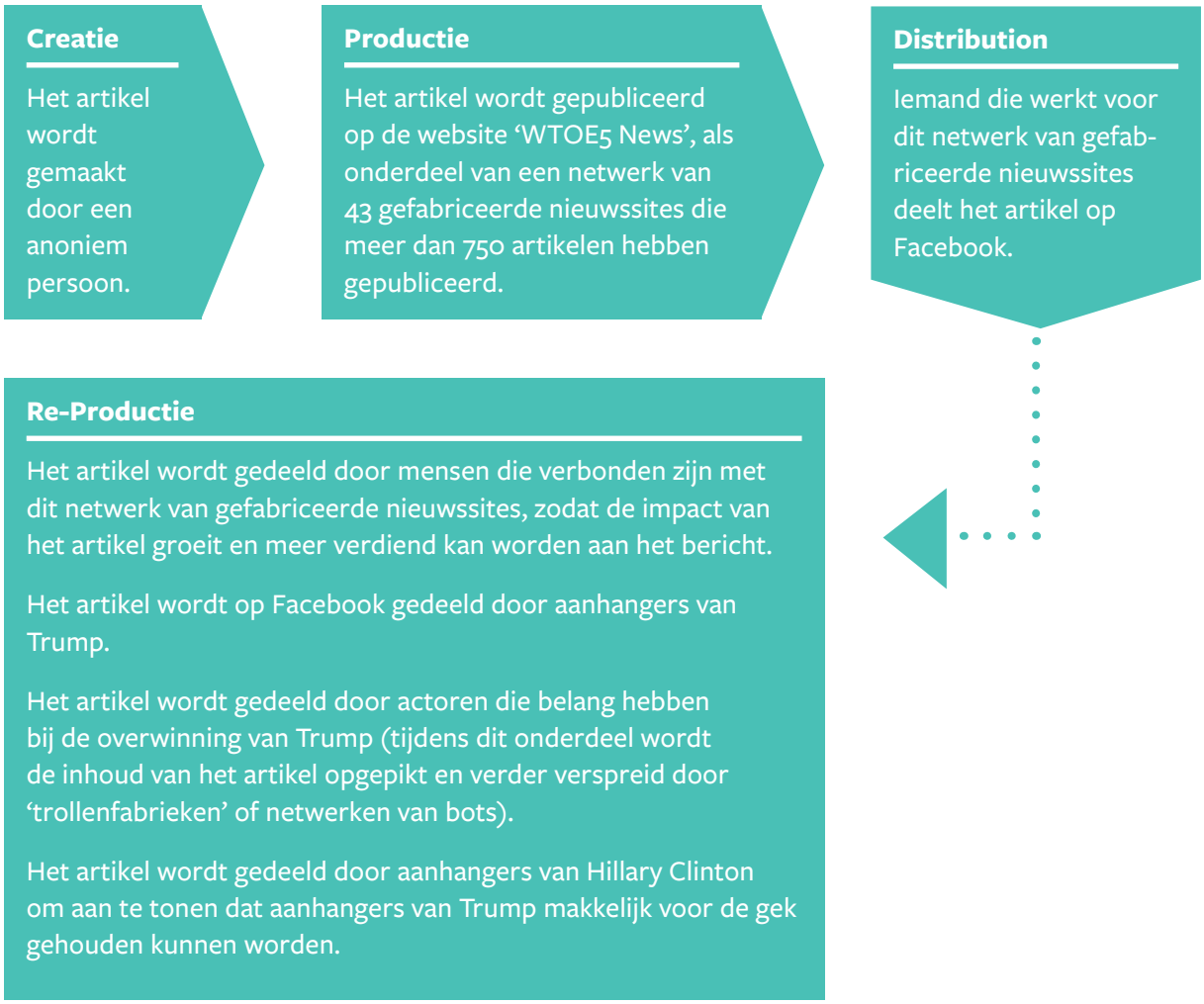
18 Opmerking van de redactie: Een aanvullende afbeelding die in overweging genomen kan worden, wordt hieronder weergegeven:

	Actoren: Overheden, Psychologische operaties (PsyOps), politieke partijen, ondernemers, PR-bedrijven, individuen, media	**Gehanteerde software die dit mogelijk maken**
Berichten creëren – bijv. verhalen, reacties, "likes", video's 'memes'.	Vaak met bedekte, gestolen of valse ID	Interactive 'interfaces'
Berichten circuleren: bijv. door ze te delen en ernaar te linken	Het inzetten van bots om dit te bewerkstelligen	Bots
Berichten "bewerken": het wijzigen/aanpassen, modereren & beheren van berichten	Hacken en gamen	Algoritmes

Tabel: Kader voor wanorde en online giftigheid – hoe de integriteit van informatie aangetast kan worden

Bron: Berger, G. 2017. https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_berger.pdf [bezocht op 22/04/2018].

Het voorbeeld van de website die publiceerde dat de Paus de presidentskandidaat Donald Trump steunde, is een van de meest populaire voorbeelden.[19] Het is een goede casestudy om te reflecteren op de verschillende fases van 'informatiewanorde' (zie figuur 3).



Figuur 3: Fases van 'informatiewanorde'

Doelstellingen van de module

- Een consument worden die online-informatie beter kan onderscheiden, door te reflecteren op het brede spectrum van desinformatie en misinformatie;
- Kritisch nadenken over de mensen die deze soorten informatie (vaak anoniem of vermomd) maken, welke uitingsvormen deze soorten informatie kunnen hebben, hoe ze geïnterpreteerd kunnen worden en hoe ze zich verspreiden;

19 WTOE 5News (2016). Pope Francis shocks world, endorses Donald Trump for President, releases statement. [online] Beschikbaar op: https://web.archive.org/web/20161115024211/ http://wtoe5news.com/us-election/pope-francis-shocks-world-endorses-donald-trump-for-president-releases-statement/ [bezocht op 06/04/2018].

- Het begrijpen van de complexiteit van 'informatiewanorde', en het begrijpen van het belang van het maken van onderscheid tussen degenen die dit soort informatie maken, de uitingsvormen die ze gebruiken en de manier waarop het publiek deze berichten deelt;
- In staat zijn om de obstakels te overzien die komen kijken bij het aanpakken van de uitdagingen van desinformatie en misinformatie;
- Te begrijpen en anderen duidelijk te kunnen maken op welke manieren 'informatiewanorde' impact kan hebben op de democratie en open samenlevingen – hetgeen aansluit op het onderwerp van de vorige module;

Leerdoelen

Aan het einde van deze module zullen deelnemers in staat zijn om:

1. Te begrijpen op welke manieren dit onderwerp bediscussieerd wordt en zodoende gevormd is door politici, de nieuwsmedia en academici;
2. Te begrijpen waarom we na moeten denken over 'informatiewanorde' in termen van schadelijkheid en onjuistheid;
3. De verschillende soorten misinformatie en desinformatie te herkennen en begrijpen, en dit onderscheid toe te kunnen passen op verschillende voorbeelden;
4. Kritisch na te denken over een voorbeeld van desinformatie, waarbij ze onderzoeken wie de initiatiefnemer of maker is, hoe het bericht eruitzag en hoe het mogelijk geïnterpreteerd werd door het publiek;
5. Aan anderen uit te kunnen leggen waarom het belangrijk is om zorgvuldig over deze kenmerken, soorten en elementen van 'informatiewanorde' na te denken.

Werkvorm van de module

Theoretisch hoorcollege en praktische werkgroep:

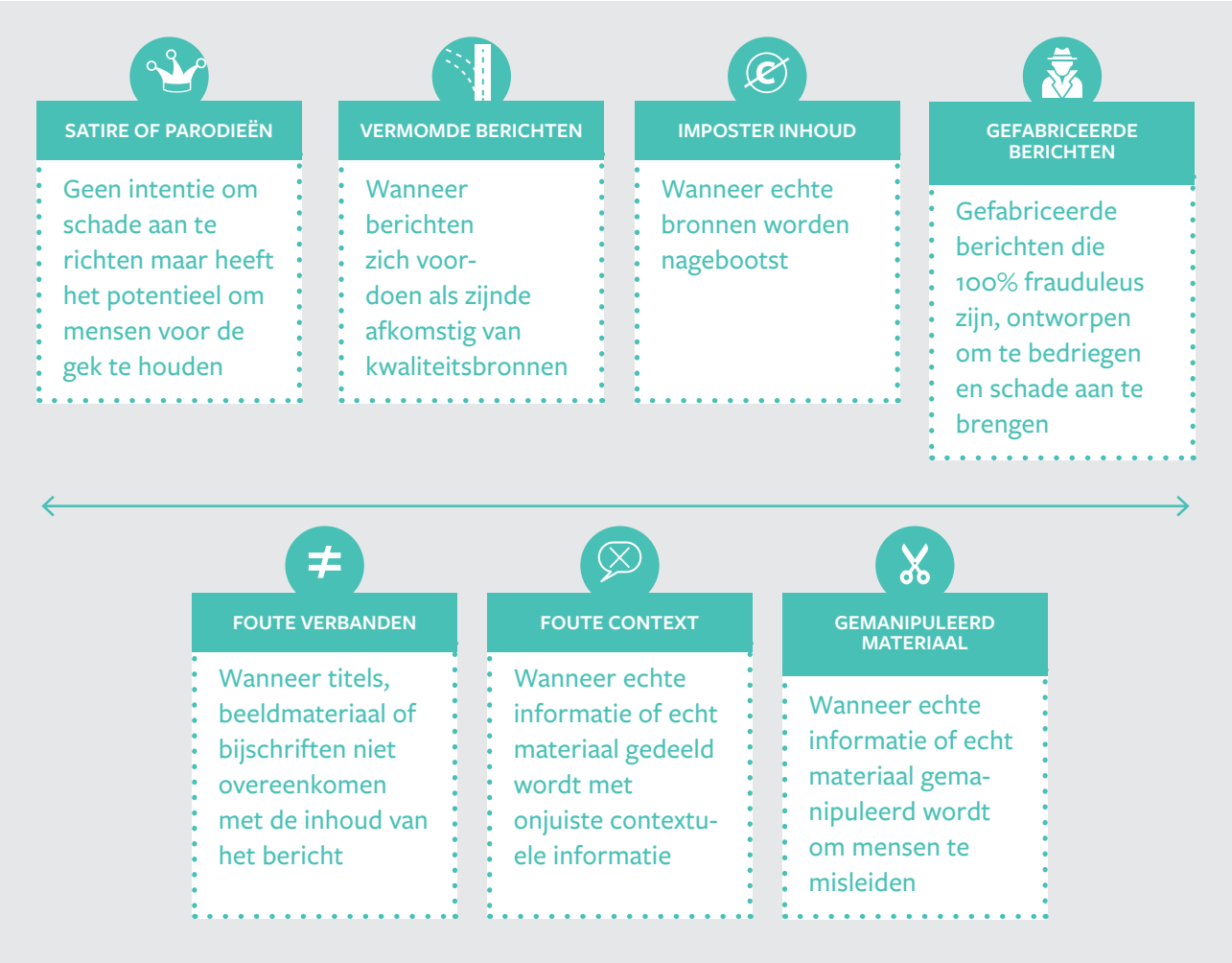
De slides die bij deze module horen[20] zijn te gebruiken als ondersteuning bij een langer durende interactieve werkgroep.

Het wordt echter aangeraden om de tekst hierboven, ten behoeve van het curriculum, te gebruiken als basis voor een theoretisch hoorcollege. De praktische opdrachten

20 De dia's kunnen worden gedownload op: https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_syllabus_-_model_course_1_-_slide_deck.pdf

die op deze slides te vinden zijn, vormen ook de basis van de werkgroep die ongeveer anderhalf uur duurt. Docenten kunnen deze slides behandelen met behulp van de discussie-vragen en opdrachten.

Opdracht 1: Kijk naar figuur 4 hieronder, waarin de in 'Zeven categorieën van "informatiewanorde"' uitgelegd worden. In tweetallen of kleine groepjes kunnen deelnemers gevraagd worden om voorbeelden te geven aansluitend bij de verschillende categorieën.



Figuur 4: Zeven categorieën van 'informatiewanorde' - firstdraftnews.org

Opdracht 2: Bekijk de Venn diagram (figuur 1), waarin de verschillen tussen misinformatie, desinformatie en malinformatie uitgelegd worden. Bent u het er mee eens? Mist er iets? Is er iets dat u zou aanpassen?

De verbinding tussen het lesplan en de leerdoelen

A. Het theoretische gedeelte

Hoorcollege	Aantal uren	Leerdoelen
Presentatie en gezamenlijke discussies: het delen van kennis over recente gevallen van desinformatie en misinformatie	90 min	1

B. Het praktische gedeelte

Werkcollege	Aantal uren	Leerdoelen
Opdracht 1: Kijk naar figuur 4, waarin een overzicht gegeven wordt van de verschillende soorten desinformatie en misinformatie, en vind in tweetallen of kleine groepjes voorbeelden die in deze categorieën passen.	45 min	2
Opdracht 2: Bekijk figuur 1, waarin de verschillen tussen desinformatie, misinformatie en malinformatie uitgelegd worden. Bent u het er mee eens? Mist er iets? Is er iets dat u zou veranderen?	45 min	3

Voorgestelde opdracht

Maak een storyboard[21] voor een korte video die een sociaal mediabedrijf boven de 'nieuwsfeed' kan plaatsen, zodat ze hun publiek kunnen leren op welke dingen ze moeten letten wanneer ze informatie tot zich nemen door te scrollen door hun 'nieuwsfeed'. Deelnemers kunnen in het storyboard van de video ook voorbeelden opnemen van desinformatie en misinformatie die ze tegen zijn gekomen tijdens deze module. Door deze voorbeelden kunnen ze de risico's benadrukken die zich voordoen

21 Een storyboard maken is een creatieve manier om een visueel plan te maken. Storyboards worden gebruikt bij het maken van reclame, films, documentaires, en journalistieke uitingen die gebaseerd zijn op visueel materiaal. Het is een verzameling van uitgetekende shots van scenes, die de sequentie van de te gebruiken tekst, video- of audiofragmenten laat zien.

bij het 'liken', 'delen' en reageren op berichten wanneer de lezer niet heeft vastgesteld of deze berichten waar of onjuist zijn. De website http://www.storyboardthat.com/ kan gebruikt worden als hulpmiddel voor het maken van een storyboard.

Werkmateriaal

Slides: https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_syllabus_-_model_course_1_-_slide_deck.pdf

Literatuur

Berger, G. 2017. "*Fake news and the future of professional and ethical journalism*." Presentatie uit de conferentie georganiseerd door 'the Joint Extremism/Digital Europe Working Group Conference of the European Parliament' op 6 september 2017 https://en.unesco.org/sites/default/files/fake_news_berger.pdf

Busby, M. I. Khan & E. Watling (2017) *Types of Misinformation During the UK Election*, First Draft News, Beschikbaar op: https://firstdraftnews.com/misinfo-types-uk-election/

Guy, H. (2017) *Why we need to understand misinformation through visuals*, First Draft News, Beschikbaar op: https://firstdraftnews.com/understanding-visual-misinfo/

Karlova, N.A. and Fisher, K.E. (2012) "Plz RT": A Social Diffusion Model of Misinformation and Disinformation for Understanding Human Information Behaviour. Proceedings of the ISIC2012 (Tokyo). Beschikbaar op: https://www.hastac.org/sites/default/files/documents/karlova_12_isic_misdismodel.pdf

Silverman, C. (2017) *This is How your Hyperpartisan Political News Get Made*, BuzzFeed News, Beschikbaar op: https://www.buzzfeed.com/craigsilverman/how-the-hyperpartisan-sausage-is-made?

Wardle, C. & H. Derakhshan (2017) *Information Disorder: Towards an Interdisciplinary Framework for Research and Policy-Making. Council of Europe*. Beschikbaar op: https://firstdraftnews.com/resource/coe-report/

Wardle, C. & H. Derakhshan (2017) *One year on, we're still not recognizing the complexity of information disorder online*, First Draft News, Beschikbaar op: https://firstdraftnews.org/coe_infodisorder/

Zuckerman, E. (2017) *Stop Saying Fake News, It's Not Helping*, My Heart's in Accra, Beschikbaar op: http://www.ethanzuckerman.com/blog/2017/01/30/stop-saying-fake-news-its-not-helping/

TRANSFORMATIE VAN DE NIEUWSINDUSTRIE: DIGITALE TECHNOLOGIE, SOCIALE MEDIA PLATFORMEN EN DE VERSPREIDING VAN MISINFORMATIE EN DESINFORMATIE

door Julie Posetti

MODULE 3

Samenvatting

Het digitale tijdperk wordt beschreven als een 'gouden tijdperk voor journalistiek'[1]. Het heeft ervoor gezorgd dat de journalistiek toegang heeft tot grote hoeveelheden data, waardoor er baanbrekende onderzoeksjournalistiek[2] uitgevoerd kan worden. Het leidde tot de ontwikkeling van nieuwe modellen voor grensoverschrijdende samenwerkingsverbanden voor verslaggeving, en zorgde ervoor dat journalisten maar een paar klikken verwijderd waren van schatten van kennis en diverse bronnen. Hiernaast heeft het echter ook gezorgd voor ongekende aanhoudende uitdagingen en structurele veranderingen voor de nieuwsindustrie. De journalistiek ligt onder vuur[3] en wordt geconfronteerd met een verscheidenheid aan ontwikkelingen die de 'informatiewanorde' voeden. [4] Deze ontwikkelingen omvatten:

- De opkomst van computationele propaganda[5] en pogingen van het stijgende wantrouwen te profiteren[6];
- De digitale verstoring van de reclamewereld, waardoor het traditionele bedrijfsmodel voor het uitgeven van nieuws instortte en er veel mensen werkloos raakten;
- De afname van de hoeveelheid gedrukte reclame sinds de komst van het digitale tijdperk. Deze gedrukte reclame, die zich voornamelijk binnen journalistieke uitgaven bevond, is vervangen door reclame op digitale platformen, waarvan Google en Facebook de meeste opbrengst krijgen[7]. Het overgrote deel van de opbrengst gaat dus niet langer naar de journalistiek;
- De digitale convergentie, waarbij verschillende soorten media en technologieën steeds meer naar elkaar toegroeien, waardoor de manier waarop journalistieke berichtgeving geselecteerd, geproduceerd, gepubliceerd en gedistribueerd wordt, verandert. Dit vergroot de tijdsdruk aanzienlijk en leidt tot een groter verlies van arbeidsplaatsen;

1 Posetti, J. (2017). *Protecting Journalism Sources in the Digital Age* UNESCO, Paris. p 104 http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002480/248054E.pdf [bezocht op 01/04/2018]. (Citing ICIJ Director, Gerard Ryle)

2 Obermayer, B. & Obermaier, F. (2016). The Panama Papers: Breaking the story of how the rich and powerful hide their money, One World, London

3 UNESCO (2018). World Trends in Freedom of Expression and Media Development 2017/2018. UNESCO, Paris. http://unesdoc.unesco.org/images/0025/002597/259756e.pdf [bezocht op 29/03/2018].

4 Wardle, C. & Derakhshan, H. (2017). *Council of Europe*, Op Cit. Let op: de video-opname van de paneldiscussie van de 'International Journalism Festival' in 2018, een panel dat door de auteur van het hoofdstuk bijeen is geroepen, kan behulpzaam zijn voor docenten bij het in praktijk brengen van deze module. https://www.journalismfestival.com/programme/2018/journalisms-perfect-storm-confronting-rising-global-threats-from-fke-news- to-censorship-surveillance-and-the-killing-of-journalists-with-impunity

5 Clarke, R. & Gyemisi, B. (2017). *Digging up facts about fake news: The Computational Propaganda Project*. OECD. http://www.oecd.org/governance/digging-up-facts-about-fake-news-the-computational-propaganda-project.htm [bezocht op 01/04/2018].

6 UNESCO (2017). *States and journalists can take steps to counter 'fake news'*. UNESCO, Paris. https://en.unesco.org/news/states-and-journalists-can-take-steps-counter-fake-news [bezocht op 29/03/2018].

7 Kollewe, J. (2017). *Google and Facebook bring in one-fifth of global ad revenue* The Guardian, 2 mei 2017. https://www.theguardian.com/media/2017/may/02/google-and-facebook-bring-in-one-fifth-of-global-ad-revenue [bezocht op 29/03/2018].

- Doelgerichte online intimidatie van journalisten (met name vrouwen), hun bronnen en hun lezers, kijkers of luisteraars[8];
- Sociale media platformen die het ontdekken en de distributie van informatie en nieuwsberichten over laten aan het publiek[9]. Dit zorgt ervoor dat ze onderdeel worden van het productieproces van nieuws. Dit heeft veel voordelen, maar destabiliseert ook de kracht van poortwachters van traditionele nieuwsmedia en beïnvloedt de journalistieke verificatiestandaarden[10];
- Het publiek dat in toenemende mate een constante flow van 'on-demand' nieuws, mobiele levering van nieuws en directe interactie en deelname op sociale media verwacht. Dit leidt tot een groeiende druk op professionele nieuwsmakers terwijl ze te maken hebben met afnemende hulpmiddelen en financiering in de eindeloze nieuwscyclus;
- Nieuwsuitgevers die moeite hebben met het behouden van hun publiek als afbakening van het publicatieproces, waardoor de grenzen tussen consumenten en producenten vervagen. Vrijwel iedereen kan tegenwoordig berichten produceren, traditionele poortwachters omzeilen en aandacht voor berichten genereren – dit geldt ook voor machtige politici die de geloofwaardigheid van kritische verslaggeving willen ondermijnen[11];
- De beperkte impact en winstgevendheid van veel nieuwe digitale media 'start-up' bedrijven, die de plek van kranten die ter zielen zijn gegaan in proberen te nemen;
- De afbraak van vertrouwen in de journalistiek en 'mainstream' media organisaties, die leidt tot een steeds kleiner wordend publiek, waardoor de resterende winst verder afneemt en de verspreiding van 'informatiewanorde' wordt aangewakkerd.

Door deze ontwikkelingen vervagen de grenzen tussen feiten, amusement, reclame, verzinsels en fictie. Het distributiesysteem van nieuws op sociale media is afhankelijk van mensen die de berichten binnen hun sociale netwerken delen. Hierdoor gaan vormen van desinformatie en misinformatie wanneer ze gepubliceerd worden vaak viraal, waarna

8 Zie module zeven

9 Nielsen, R.K. & Schroeder, C. K. (2014). *The Relative Importance of Social Media for Accessing, Finding and Engaging With News* in Digital Journalism, 2(4) http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2013.872420 [bezocht op 29/03/2018].

10 Posetti, J. & Silverman, C. (2014). *When Good People Share Bad Things: The Basics of Social Media Verification* in Posetti (Ed) Trends in Newsrooms 2014 (WAN-IFRA, Paris). http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2014.pdf [bezocht op 29/03/2018].

11 Cadwalladr, C. (2017). *Trump, Assange, Bannon, Farage... bound together in an unholy alliance*, The Guardian, 28 oktober 2017. https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/oct/28/trump-assange-bannon-farage-bound-together-in-unholy-alliance [bezocht op 29/03/2018].

het onmogelijk wordt om deze berichten nog terug te trekken – zelfs als journalisten of andere 'fact-checkers' dergelijke berichten ontkracht hebben.

Deze module zal deelnemers informeren over hoe in het huidige digitale tijdperk de verouderde bedrijfsmodellen van commerciële nieuwsmedia, in combinatie met digitalisering en de opkomst van sociale media, het mogelijk maken dat desinformatie en misinformatie gelegitimeerd worden en viraal kunnen gaan[12]. Het zal deelnemers helpen om reacties van nieuwsmedia op 'informatiewanorde' kritisch te analyseren. Daarnaast zal het deelnemers informeren over ontwikkelende, succesvolle werkwijzen die het probleem effectief aanpakken.

Theoretisch kader

Het ontwarren van de problemen

Structurele oorzaken voor de 'informatiewanorde'

I) Het ineenstorten van traditionele bedrijfsmodellen

De snelle afname van traditionele reclameopbrengsten – het financieringsmodel dat de commerciële journalistiek bijna twee eeuwen lang ondersteunde – en het falen van digitale reclame om voldoende inkomsten te genereren, hebben geleid tot een tijdperk waarin experimenteren met het verduurzamen en weerbaar maken van de journalistieke sector steeds dringender wordt. Zoals te zien is aan de sterke wereldwijde afname van het aantal kranten, dramatische herstructureringen en massaal krimpende nieuwsredacties, versnelt de ondergang van de journalistiek in het huidige tijdsgewricht echter steeds meer. Een verandering in het gedrag van mediaconsumenten en de opleving van sociale media, in combinatie met de ontwikkeling van betaalbare smartphones met apps, hebben ervoor gezorgd dat traditionele nieuwsvormen grote delen van hun doelgroepen verliezen. Veel kijkers, lezers en luisteraars stappen over op onderlinge 'peer-to-peer'-manieren van informatie delen, waardoor inkomsten nog verder dalen.

De impact met betrekking tot 'informatiewanorde' omvat:

- De krimpende financiële middelen en omvang van nieuwsredacties, die leiden tot een afname van onderzoekscapaciteit, verslechtering van bronnen- en informatieonderzoek, en minder lokale verslaggeving;
- Een vergrote tijdsdruk, die gepaard gaat met ontslagen en een verminderde mate van kwaliteitscontrole, terwijl de vraag naar informatie en berichtgeving groeit, om 'nieuwsfeeds' en sociale mediakanalen te vullen;

12 Posetti, J. & Silverman, C. (2014). op citaat

- Minder tijd en geld om de trias politica van de staatsinrichting te controleren (waaronder het controleren van feiten door verslaggevers, en het redigeren en persklaar maken door eindredacteuren);
- Een te grote afhankelijkheid van slecht-identificeerbare maar effectieve 'native advertising'[13], 'advertorials', gesponsorde berichten en 'clickbait'-koppen, die mogelijk leiden tot een verdere aantasting van het vertrouwen in de journalistiek.

II) Digitale transformatie van de nieuwsredactie en het vertellen van verhalen

Het decennium vanaf 2000 vormde een grote schok voor een groot deel van de mediawereld. De opkomst van het digitale tijdperk verstoorde patronen en processen van het creëren, de distributie en de consumptie van nieuws. Het bood zowel ongekende kansen als ongekende uitdagingen. Ten gevolge van de digitale transformatie worden de nieuwssector en het journalistieke ambacht nu begrepen als een voortdurend veranderend proces. Dit veranderende proces wordt gedreven door zowel de veranderingen in het gedrag van het publiek (zoals onderlinge 'peer-to-peer' distributie van berichten en directe 'on-demand' toegankelijkheid) als de technologische ontwikkelingen (zoals de opkomst van sociale mediaplatformen, de opkomst van virtuele werkelijkheid ('virtual reality', VR), kunstmatige intelligentie, en de groeiende toegankelijkheid van smartphones). Hierdoor is er een voortdurende behoefte ontstaan voor de vergroting van de digitale capaciteit.

Ontwikkelingen die impact hebben op 'informatiewanorde' omvatten:

- Convergentie van de media: veel journalisten hebben tegenwoordig de taak om voor meerdere platformen tegelijk berichten te produceren (van mobiele tot gedrukte platformen). Hierdoor neemt de tijd die beschikbaar is voor het uitvoeren van proactieve verslaggeving verder af, in plaats hiervan zien we meer reactieve vormen van verslaggeving zoals het het reproduceren van pers berichten zonder deze voldoende te controleren;
- Verslaggevers moeten steeds vaker de eindredactie van hun eigen berichten verrichten, en worden genoodzaakt hun berichten zelf te publiceren, zonder benodigde redactionele beoordelingen of redigeer mogelijkheden[14];

13 'Native Advertising' is een term die gebruikt wordt in de mediasector. Het duidt op betaalde berichten (reclame) die zich voordoen als verslaggeving. Volgens de ethische werkwijze is het belangrijk om het duidelijk aan te geven als een bericht betaald is, maar sommigen zullen hier niet transparant over zijn, omdat ze bang zijn dat het lezers af zal schrikken.

14 Zie de casestudy van 'Australian Community Media' (ACM): Robin, M. (2014). *Who needs subs? Fairfax turns to reporter-only model* Crikey. https:// www.crikey.com.au/2014/10/16/who-needs-subs-fairfax-turns-to-reporter-only-model/ [bezocht op: 29/03/2018]. (Let op: deze methode is tegenwoordig stevig verankerd in de regionale, plattelands- en lokale berichtgeving van 'Fairfax Media').

- Deadlines voor berichten die zich richten op digitale platformen liggen niet in de toekomst. Digitaal nieuws moet zo snel mogelijk af zijn om in te blijven spelen op de actualiteit. Denk bijvoorbeeld aan verslaglegging door middel van 'live-blogs' bij belangrijke ontwikkelingen. Hiermee groeit het risico van het maken van fouten.
- Berichten worden gewoonlijk eerst op sociale media gepubliceerd. Verslaggevers publiceren hun verhalen op hun individuele sociale media accounts en/of op de accounts van hun uitgevers, zodat ze de vraag naar 'real-time' nieuws bij kunnen benen. Ze doen dit door middel van live-tweeten, *Facebook Live*-streams, en andere manieren waarbij er niet per se redactionele controle is (een proces dat vergelijkbaar is met live-uitzendingen via radio of tv). Dit kan resulteren in een 'eerst publiceren, later controleren' mentaliteit;
- Een sterke afhankelijkheid van data-analyse die gericht is op hoe vaak er op een artikel geklikt wordt en hoe veel bezoekers een website heeft, in plaats van de hoeveelheid minuten die iemand besteedt aan het lezen van een artikel, en de hoeveelheid tijd die de bezoekers op de website doorbrengen (de laatste twee aspecten leveren nuttigere data op voor langere nieuwsberichten en kwaliteitsjournalistiek). Het aantal klikken en de bezoekersaantallen worden veelal gebruikt om te rechtvaardigen dat steeds schaarser wordende vormen van digitale reclame duurder worden;
- Gevallen van 'clickbait' (het gebruik van misleidende koppen om lezers te verleiden zodat ze onder valse voorwendselen op links klikken) zijn gecreëerd om mediaverkeer te stimuleren, maar worden geassocieerd met de afname in het vertrouwen in professionele journalistiek;
- Het streven naar het maken van berichten die viraal gaan, ten koste van kwaliteit en nauwkeurigheid. Dit probleem wordt waarschijnlijk verergerd door geautomatiseerde en zelflerende autonome digitale systemen;
- De opkomst van 'fact-checking' afdelingen binnen nieuwsredacties, en de groei van het journalistieke 'fact-check' genre. Deze ontwikkelingen zijn het resultaat van media ontwikkelingsprojecten.

III) Viraliteit: hoe desinformatie zich in het nieuwe nieuwsecosysteem zo snel verspreidt.

a) *De opmars van het publiek*

Het digitale tijdperk zorgde ervoor dat publiceren eenvoudiger en toegankelijker werd[15]. Het signaleerde "een verschuiving in toegang tot productiemiddelen naar de mensen die voorheen het publiek vormden"[16]. Deze mensen werden co-producenten van berichten, waaronder ook nieuwsberichten – een functie en werkwijze die ook wel 'prosumptie' [17] wordt genoemd. In eerste instantie communiceerden deze co-producenten met hun publiek via e-mails en chatrooms, voordat het bereik van sociale mediaplatformen drastisch toenam.

b) *De komst van sociale media*

Tegen het einde van de jaren 2000 waren *Twitter* en *Facebook* samen met *YouTube* in veel landen de steunpilaren van de sociale media. Ze beïnvloedden de werkwijzen en professionele identiteit van journalisten (vooral met betrekking tot verificatie, publieksbetrokkenheid, en de botsing van de privé- en publieke sfeer op sociale mediaplatformen[18]), en de distributie van berichten. Omdat individuen netwerken vormden die op vertrouwen gebaseerd waren, begon de onderlinge 'peer-to-peer' distributie van berichten (voornamelijk op *Facebook*) de traditionele methoden van het verspreiden van berichten uit te dagen.

Gebruikers werden steeds meer in staat gesteld om hun eigen berichtenstroom – waaronder nieuwsberichten van nieuwsorganisaties, journalisten en andere betrouwbare leveranciers van informatie – te cureren zonder dat zij hierbij afhankelijk waren van bemiddeling van andere externe partijen. Als gevolg van deze distributie via 'vertrouwensnetwerken' (gebruikers en hun persoonlijke sociale contacten), kregen propaganda, en onnauwkeurige, foute, en kwaadwillige uitingen die zich voordeden als nieuws, steeds meer grip. Onderzoekers hebben ontdekt dat zowel emotionele uitingen als uitingen die gedeeld worden door een vriend of familielid, een grotere kans hebben om verder verspreid te worden op sociale media[19].

15 Gillmor, D. (2004). *We, the Media: Grassroots Journalism By the People, For the People* (O'Reilly). http://www.authorama.com/we-the-media-8.html [bezocht op 29/03/2018].

16 Rosen, J. (2006). *The People Formerly Known as the Audience*, PressThink blog (27 juni 2006). http://archive.pressthink.org/2006/06/27/ppl_frmr.html [bezocht op 29/03/2018].

17 Bruns, A. (2008). *Blogs, Wikipedia, Second Life, and Beyond: From Production to Produsage*. Peter Lang, New York. See also: Bruns A (2006) Collaborative Online News Production. Peter Lang, New York.

18 Posetti, J. (2009). *Transforming Journalism...140 Characters at a Time* Rhodes Journalism Review 29, September 2009. http://www.rjr.ru.ac.za/rjrpdf/rjr_no29/Transforming_Journ.pdf [bezocht op 29/03/2018].

19 Bakir, V. & McStay, A. (2017) *Fake News and the Economy of Emotions* Digital Journalism (Taylor and Francis) juli, 2017. http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2017.1345645 [bezocht op 29/03/2018].

Journalisten en nieuwsorganisaties hebben zichzelf in deze platformen ingebed om nieuws te kunnen verzamelen en verspreiden, en zodat ze het publiek kunnen betrekken bij het nieuwsproces. Ze beseften dat ze aanwezig moesten zijn op plekken waar hun publiek ook actief was. Terwijl zij zich op deze platformen begonnen te profileren, ontstonden er ook 'filterbubbels'[20] of 'echo-chambers'[21] (al zijn deze minder hermetisch afgesloten en geïsoleerd dan soms geclaimd wordt). Deze fenomenen zorgden ervoor dat individuele gebruikers in mindere mate in contact kwamen met alternatieve perspectieven en geverifieerde informatie. Deze ontwikkeling heeft de risico's van 'informatiewanorde' versterkt.

Digitale journalistiek die zich verspreidt via gebruikersnetwerken heeft ook voordelen, zoals de mogelijkheid om gebruik te maken van 'crowdsourced' bronnen en de mogelijkheid om samen te werken aan het controleren van bronnen[22] (hetgeen nuttig is bij het corrigeren van misinformatie, het ontmaskeren van desinformatie en het onthullen van actoren met slechte bedoelingen). Het is ook een voordeel dat de mogelijkheid zich aan heeft gediend voor journalisten om een trouw publiek op te bouwen op basis van direct contact met de nieuwsconsument.[23] Journalistiek die zich profileert via gebruikersnetwerken op sociale media stelt het publiek in staat om commentaar te leveren wanneer verslaggevers fouten begaan en maakt het mogelijk dat het publiek bij kan dragen aan onderzoek. De genetwerkte publieke sfeer zorgt ervoor dat journalisten en hun doelgroepen de impact van arbitraire beperkingen en censuur (zoals voortkomend uit het werk van verschillende 'spindoctoren' en voorlichters) die de toegang tot informatie en de optimale werking van open samenlevingen kunnen beperken, deels kunnen verminderen.

De wisselwerking tussen journalisten, het publiek en hun informatiebronnen via sociale mediakanalen, biedt ook een noemenswaardig journalistiek kader voor het bevorderen van verantwoordelijke journalistiek en zelfregulatie. Deze interacties zorgen ervoor dat journalisten snel publiekelijk kunnen reageren op gerechtvaardigde kritiek op hun werk. Ze kunnen de fouten hierdoor gelijk corrigeren en de transparantie van hun werkwijze vergroten door het nieuwsproces zelf als nieuwswaardige informatie te beschouwen.[24]

---

20 Let op: 'Filterbubbels' zijn figuurlijke ruimtes die worden gevuld door gelijkgestemde mensen. Ze zijn het resultaat van algoritmes die geïndividualiseerde berichten leveren aan gebruikers cf. Pariser, E. (2012). *The Filter Bubble*. Penguin and Random House, New York.

21 'Echo chambers' verwijzen naar het effect van bevestigingsdrang (de drang om informatie te zoeken die de eigen overtuigingen bevestigt) op mensen met dezelfde overtuigingen op sociale mediaplatformen. In module 5 is meer te vinden over bevestigingsdrang.

22 Garcia de Torres, E. (2017). *The Social Reporter in Action: An Analysis of the Practice and Discourse of Andy Carvin* in Journalism Practice, 11(2-3). https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17512786.2016.1245110 [bezocht op 29/03/2018].

23 Posetti, J. (2010). *Aussie #Spill Breaks Down Barriers Between Journalists, Audience* PBS Mediashift, 24 mei 2010. http://mediashift.org/2010/05/aussie-spill-breaks-down-wall-between-journalists-audience144/ [bezocht op 29/03/2018].

24 Posetti, J. (2013). *The 'Twitterisation' of investigative journalism* in S. Tanner & N. Richardson (Eds.), Journalism Research and Investigation in a Digital World (pp. 88-100): Oxford University Press. Beschikbaar op: http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=2765&context=lhapapers

Nadelen van digitale journalistiek die zich mede richt op het genetwerkte publiek op sociale media, zijn:

- Een vergrote kans dat desinformatie en misinformatie viraal gaan, doordat de distributie versterkt wordt door de 'vertrouwensnetwerken'[25] en emotionele reacties (getriggerd door bevestigingsdrang) (zie module 5);
- De mogelijkheid voor overheden en andere agentschappen om het onderzoek naar en de verificatie van nieuwsmedia te vermijden door informatie direct openbaar te maken voor hun publiek en hierdoor controle te vermijden[26];
- Een grotere kans dat sensationele informatie gedeeld wordt[27];
- Het is onmogelijk om desinformatie of misinformatie terug te trekken of te corrigeren wanneer dit viraal is gegaan – er is niets dat de impact van een gefabriceerd verhaal, een 'meme' gedeeld met slechte bedoelingen, een propaganda-video die zich voordoet als nieuws, of onjuiste verslaggeving veroorzaakt door slechte verificatie, kan elimineren;
- De groeiende verwachting om nieuwsuitingen direct op sociale media platformen te publiceren. Dit kan leiden tot het delen van desinformatie, misinformatie of informatie van onechte bronnen, zonder dat de verspreider zich hiervan bewust is[28];
- Het lage niveau van media- en informatiegeletterdheid en verificatie vaardigheden binnen de gehele samenleving. Dit betekent dat gebruikers van sociale media in veel gevallen niet goed in staat zijn om te bepalen of bepaalde uitingen authentiek en juist zijn, voordat ze deze delen;
- Het risico dat overheden de vrijheid van meningsuiting ondermijnen door ongerechtvaardigde censuur en het stilleggen van nieuwsagentschappen in reactie op de dringende problemen die hierboven genoemd zijn;

25 'Vertrouwensnetwerken' zijn netwerken die bestaan uit mensen die online via vertrouwensrelaties (zoals vriendengroepen en familieleden) ononderbroken onderling 'peer-to-peer' informatie delen. Onderzoek heeft meerdere keren uitgewezen dat gebruikers van sociale media sneller geneigd zijn informatie van deze zogenaamde 'vertrouwensnetwerken' te delen, ongeacht de informatie juist of geverifieerd is.

26 Freedom House (2017). *Freedom of the Net 2017: Manipulating Social Media to Undermine Democracy* Freedom House https://freedomhouse.org/report/freedom-net/2017/manipulating-social-media-undermine-democracy [bezocht op 29/03/2018]. Zie ook Cadwalladr, C. (2018). *I made Steve Bannon's Psychological Warfare Tool: Meet the data war whistleblower*, The Guardian/Observer https://www.theguardian.com/news/2018/mar/2017/data-war-whistleblower-christopher-wylie-faceook-nix-bannon-trump [bezocht op 31/03/2018].

27 Kalsnes, B. & Larsson, O. A. (2017). *Understanding News Sharing Across Social Media: Detailing distribution on Facebook and Twitter* in Journalism Studies (Taylor and Francis) Maart, 2017. http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461670X.2017.1297686?scroll=top&needAccess=true&journalCode=rjos20 [bezocht op 29/03/2018].

28 Posetti, J. (2009). *Rules of Engagement For Journalists on Twitter* PBS Mediashift, 19 juni 2009. http://mediashift.org/2009/06/rules-of-engagement-for-journalists-on-twitter170/ [bezocht op 29/03/2018].

- De opkomst van 'filterbubbels' die vooroordelen bevestigen en ervoor kunnen zorgen dat men minder wordt blootgesteld aan geverifieerde kwaliteitsinformatie;
- Het risico dat journalistieke praktijken van slechte kwaliteit het respect dat het publiek voor het beroep heeft verder afbreken, en het risico dat het ervoor zorgt dat aanvallen op nieuwsmedia door personen die criticasters de mond willen snoeren, als gerechtvaardigd gezien worden;
- Het risico dat het publiek verward wordt over wat nieuws is, en wat nieuws onderscheidt van desinformatie die zich voordoet als nieuws[29];
- Nieuwsredacties die niet goed voorbereid zijn om om te gaan met desinformatie, en de noodzaak voor sociale mediaredactieteams om geactualiseerde strategieën te ontwikkelen die het probleem kunnen bestrijden[30];

c) De opkomst van platformen

"Facebook is de rijkste en machtigste uitgever in de geschiedenis geworden, doordat het redacteurs heeft vervangen door algoritmes" [31], heeft de hoofdredacteur van *The Guardian*, Katherine Viner, vastgesteld. De sociale platformen worden geprezen als 'de nieuwe poortwachters'[32]. Toch blijven zij zelf terughoudend in het nemen van verantwoordelijkheid voor het traditionele toezicht op publicaties, ondanks dat zij besloten hebben om bepaalde uitingen te censureren op een manier die de mediavrijheid ondermijnt.[33] De inspanningen van platformen om desinformatie en misinformatie aan te pakken ontwikkelen zich snel, maar sociale platformen weigeren a) gepast en op een wereldwijde schaal te reageren en b) verantwoordelijkheid te nemen voor de sociale en democratische impact (zoals traditionele nieuwsuitgevers dit doen). Hierdoor lopen ze risico gebruikt te worden als werkplaatsen voor 'informatiewanorde' en online misbruik.[34]

29 Nielsen, R. K. & Graves, L. (2017). *"News you don't believe": Audience Perspectives on Fake News* Reuters Institute for the Study of Journalism Factsheet (RISJ, Oxford). https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-10/Nielsen%26Graves_factsheet_1710v3_FINAL_download.pdf [bezocht op 29/03/2018].

30 Elizabeth, J. (2017) *After a Decade, It's Time to Reinvent Social Media in Newsrooms*, American Press Institute https://www.americanpressinstitute.org/publications/reports/strategy-studies/reinventing-social-media/single-page/ [bezocht op 29/03/2018].

31 Viner, K. (2017). *A mission for journalism in a time of crisis* The Guardian, 17 november 2017. https://www.theguardian.com/news/2017/nov/16/a-mission-for-journalism-in-a-time-of-crisis [bezocht op 29/03/2018].

32 Bell, E. & Owen, T. (2017). *The Platform Press: How Silicon Valley Reengineered Journalism* Tow Center for Digital Journalism. https://www.cjr.org/tow_center_reports/platform-press-how-silicon-valley-reengineered-journalism.php [bezocht op 29/03/2018].

33 Hindustan Times (2016). *Facebook Says Will Learn From Mistake Over Vietnam Photo*. http://www.hindustantimes.com/world-news/facebook-says-will-learn-from-mistake-over-vietnam-photo/story-kwmb3iX6lKgmwaIGZeKlyN.html [bezocht op 29/03/2018].

34 Posetti, J. (2017). *Fighting Back Against Prolific Online Harassment*, The Conversation, 29 juni 2017. https://theconversation.com/fighting-back-against-prolific-online-harassment-in-the-philippines-80271 [bezocht op 29/03/2018].

De rol van de Facebook-algoritmes in de verspreiding van nieuws en desinformatie, voornamelijk in het 'Mondiale Zuiden', wordt sinds 2016[35] steeds kritischer in het oog gehouden. Vooral bij computergestuurde propaganda (dat voorkomt op een reeks van open sociale mediaplatformen) wordt de rol van deze algoritmes steeds meer in de gaten gehouden.[36] Na initiële toezeggingen en acties om in samenwerking met nieuwsorganisaties en wetenschappers met expertise in journalistiek de crisis het hoofd te bieden (waaronder stappen om betrouwbare uitingen naar de voorgrond te brengen en onjuiste en misleidende berichten te markeren), trok Facebook zich in januari 2018 echter terug uit deze samenwerking.[37] Een verschuiving in publieksbetrokkenheid van open naar meer gesloten sociale mediasystemen zal waarschijnlijk volgen, en zal allerlei nieuwe implicaties voor nieuwsverspreiding en voor de duurzaamheid van kwaliteitsjournalistiek met zich meebrengen. Het ontstaan van 'filterbubbels' en de virale verspreiding van desinformatie brengen extra risico's met zich mee.[38] Een van deze risico's betreft de problemen met de algoritmes van zoekmachines zoals die van *Google*. Het bedrijf gaf in begin 2018 toe dat deze zoekmachine-algoritmes de neiging hebben om bevestigingsdrang te versterken. Ten tijde van schrijven heeft *Google* aangegeven dat zij aan het probleem werken: "Er zijn vaak legitieme, diverse perspectieven die aangeboden worden door uitgevers, en wij willen gebruikers zichtbaarheid en toegang geven tot deze uiteenlopende perspectieven van meerdere bronnen."[39]

Consequenties van 'informatiewanorde' voor de journalistiek en de nieuwsindustrie:

- Verdere afbraak van vertrouwen in journalistiek, nieuwsmerken en individuele journalisten die onjuiste, gefabriceerde of misleidende informatie delen;
- Het vervagen van de grenzen tussen kwaliteitsverslaggeving en desinformatie en slecht gemarkeerde berichten die bestaan uit betaalde 'native advertising' dat zich voordoet als nieuws, waardoor het algemene wantrouwen groeit;

35 Finkel, Casey & Mazur (2018). op cit

36 Grimme, C., Preuss, M., Adam, L., & Trautmann, H. (2017). *Social Bots: Human-Like by Means of Human Control?*. Big Data 5(4) http://comprop.oii.ox.ac.uk/publishing /academic-articles/social-bots-human-like-by-means-of-human-control/ [bezocht op 29/03/2018].

37 Wang, S., Schmidt, C. & Hazard, O. L . (2018). *Publishers claim they're taking Facebook's newsfeed changes in their stride - is the bloodletting still to come?* NiemanLab. http://www.niemanlab.org/2018/01/publishers-claim-theyre-taking-facebooks-news-feed-changes-in-stride-is-the-bloodletting-still-to-come/ [bezocht op 29/03/2018].

38 Alaphillippe, A. (2018). *Facebook's Newsfeed Changes Are Probably Going to be Great for Fake News*, The Next Web. https://thenextweb.com/contributors/2018/01/2018/facebooks-news-feed-changes-probably-going-great-fake-news/ [bezocht op 29/03/2018].

39 Hao, K. (2018). Google is finally admitting it has a filter bubble problem, Quartz. https://qz.com/1194566/google-is-finally-admitting-it-has-a-filter-bubble-problem/ [bezocht op 29/03/2018].

- Een groeiende druk op het journalistieke bedrijfsmodel – in tijden van crisis kan het zo zijn dat het publiek zich niet langer op nieuwsmedia richt, maar verwacht dat zij ook daarbuiten op bijvoorbeeld sociale media betrouwbare, geverifieerde informatie van algemeen belang krijgt aangereikt. Dergelijk vertrouwen onderbouwt merkentrouwheid – hetgeen essentieel is bij het opbouwen van een duurzaam bedrijfsmodel voor nieuws;
- Een verzwakking van de rol van journalisten bij waarheidsvinding en de daarbij horende aflegging van verantwoording (zoals bij onderzoeksjournalistiek), met indirecte gevolgen voor de bredere samenleving;
- Acties (die soms gerechtvaardigd worden als zijnde noodzakelijk voor het uitroeien van 'nepnieuws') zoals het tijdelijk afsluiten van het internet, het blokkeren van platformen, en censuur, waarbij persvrijheid en de vrijheid van meningsuiting ondermijnd worden;
- Gerichte aanvallen op (met name vrouwelijke) journalisten. Deze aanvallen worden gedaan door verspreiders van desinformatie die online intimidate gebruiken om kritische verslaggeving in diskrediet te brengen. Ze proberen journalisten in de val te lokken en te zorgen dat zij desinformatie en misinformatie gaan verspreiden.[40]

Opkomende algemeen gedeelde werkwijzen in de sector: hoe nieuwsorganisaties 'nepnieuws' behandelen en 'informatiewanorde' tegenwerken

De hierboven geschetste problemen en risico's vereisen professionele waakzaamheid, toewijding aan ethische standaarden, hoge standaarden voor verslaggeving en verificatie van informatie én bronnen (waaronder ook methodes van bronverificatie in samenwerkingsverbanden), in combinatie met de actieve ontmaskering, ontkrachting en creatieve verslaggeving van het probleem.

Hieronder staan meerdere voorbeelden van manieren waarop nieuwsorganisaties en individuele verslaggevers het verhaal behandelen, het publiek betrekken bij nieuwsgeletterdheid, en desinformatie tegenwerken:

- Het gebruik van 'Instagram Stories' door *The Guardian*, die door middel van korte filmpjes die gemaakt zijn om een jong publiek aan te trekken, de verspreiding van desinformatie tegen proberen te gaan: https://www.instagram.com/p/BRd25kQBb5N/ (Zie ook: de interactieve 'nepnieuws' quiz van The Guardian https://www.theguardian.com/theguardian/2016/dec/28/can-you-spot-the-real-fake-news-story-quiz)

40 Voor een gedetailleerde analyse, zie module zeven.

- Het inzetten van onderzoeksjournalistiek en 'big data'-analyses door Rappler, om 'sock puppet' (nepaccount) propagandanetwerken die impact hebben op de democratie in de Filipijnen te ontmaskeren: https://www.rappler.com/nation/148007-propaganda-war-weaponizing-internet
- Het gebruik van sterke verslaggeving door 'The New York Times', waarin ze het probleem van 'nepnieuws' uitleggen door een casestudy: https://www.nytimes.com/2016/11/20/business/media/how-fake-news-spreads.html
- De toewijding van *Columbia Journalism Review* aan een reflectieve praktijkanalyse van het probleem: https://www.cjr.org/analysis/how_fake_news_sites_frequently_ trick_big-time_journalists.php
- De richtlijnen die *The Guardian Australia* heeft opgesteld zodat verslaggevers het ontkennen van klimaatverandering tegen kunnen gaan: https://www.theguardian.com/environment/planet-oz/2016/nov/08/tough-choices-for-the-media-when-climate-science-deniers-are-elected
- Een Japanse samenwerking tussen journalisten en academici tijdens de nationale verkiezingen in 2017 waarin ze 'nepnieuws' aan het licht brachten en ontkrachtten. Deze samenwerking is gebaseerd op het zeer succesvolle 'CrossCheck election-watch'-project dat in hetzelfde jaar in Frankrijk uitgevoerd werd: http:// www.niemanlab.org/2017/10/a-snap-election-and-global-worries-over-fake- news-spur-fact-checking-collaborations-in-japan/
- 'Electionland' is een interessant voorbeeld uit de Verenigde Staten van een samenwerking tussen docenten journalistiek en hun studenten: https://projects.propublica.org/electionland/[41]
- De wereldwijde berichtgeving over het onderzoek naar het 'Cambridge Analytica schandaal' (waarbij *The Observer & The Guardian*, *Channel 4 News* en *The New York Times* betrokken waren), en de kennis-versterkende manier waarop *Vox Media* het complexe verhaal aan het publiek uitlegde: a. https://www.vox.com/policy-and-politics/2018/3/21/2017141428/cambridge-analytica-trump-russia-mueller b. https://www.vox.com/policy-and-politics/2018/3/23/2017151916/facebook-cambridge-analytica-trump-diagram

41 Opmerking van de editors: 'CrossCheck' en 'Electionland' zijn tijdelijke initiatieven in de vorm van samenwerkingen om desinformatie tijdens verkiezingen tegen te gaan. Zulke 'pop-up' samenwerkingen komen steeds vaker voor, en kunnen een waardevol fenomeen zijn dat de relatieve zwakheid of isolatie van gevestigde instituties die feiten controleren mogelijkerwijs gedeeltelijk kan compenseren.

- Het gebruik van de macht van het publiek door 'The Quint' om de verspreiding van desinformatieverhalen op *WhatsApp* in India tegen te gaan, en de creatieve manier waarop uitingen worden geverifieerd op de app: https://www.thequint.com/neon/satire/whatsapp-indian-elections-and-fake-propaganda-satire[42]

Onderwijzers worden aangemoedigd het bovenstaande overzicht aan te vullen met regionale voorbeelden en voorbeelden uit het eigen taalgebied.

De strategieën van professor Charlie Beckett zijn ook waardevol voor het promoten van ethische journalistiek in een tijdperk van 'nepnieuws'. Volgens hem moeten journalisten:

- Verbinden – toegankelijk zijn op alle platformen[43]
- Cureren – gebruikers helpen met het vinden van kwaliteitsjournalistiek of -berichtgeving
- Relevant zijn – aansluiten op de taal en belevingswereld van de gebruikers en op een creatieve manier naar de gebruikers luisteren
- Expert zijn – waarde, inzichten, ervaring en context toevoegen
- Eerlijk zijn – feiten controleren, nauwkeurig zijn en balans nastreven
- Menselijk zijn – empathie hebben, diversiteit nastreven en constructief zijn
- Transparant zijn – bronnen laten zien, verantwoordelijk zijn en kritiek toelaten.[44]

Doelstellingen van de module

- Het creëren van begrip onder de deelnemers over de structurele oorzaken van de verzwakking van de nieuwsindustrie enerzijds en de toename van desinformatie en misinformatie anderzijds;
- Deelnemers in staat stellen om de reacties van de nieuwsindustrie op het fenomeen van 'informatiewanorde' kritisch te analyseren;
- Het begrijpen van de rol van platformen in de ontwikkeling en het voortbestaan van de desinformatiecrisis en hier kritiek op te kunnen leveren;
- Deelnemers te laten leren over goede werkwijzen en praktijkvoorbeelden, en ze te laten leren hoe nieuwsorganisaties effectief reageren op deze crisis.

42 Voor onderzoek naar de rol van chat apps in de verspreiding van desinformatie zie: Bradshaw, S & Howard, P. (2018). *Challenging Truth and Trust: A Global Inventory of Organized Social Media Manipulation.* Working Paper 2018.1. Oxford, UK: Project on Computational Propaganda: http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/93/2018/07/ct2018.pdf [bezocht op 20/8/18].

43 Let op: de editors erkennen dat het niet voor alle journalisten mogelijk is om op alle platformen individueel aanwezig te zijn. Het kan echter handig zijn voor nieuwsredacties om individuele journalisten toe te wijzen aan opkomende platformen of platformen met een minder grote impact dan *Twitter*, *Facebook* en *Instagram*.

44 Beckett, C. (2017). op cit

Leerdoelen

Na deze module zouden deelnemers in staat moeten zijn om:

1. de structurele oorzaken en algemene gevolgen van nieuwsmedia die foute informatie rapporteren en verspreiden, kritisch vast te kunnen stellen;
2. de rol van technologie en 'nieuwe poortwachters' (de platformen) te begrijpen in de online distributie van desinformatie en misinformatie dat gepresenteerd wordt als nieuws, en hier kritiek op te kunnen leveren;
3. nieuwe goede werkwijzen voor het onderscheppen en tegengaan van desinformatie in de nieuwsindustrie te kunnen identificeren.

Werkvorm van de module

Deze module is ontworpen om gebruikt te worden bij 'face-to-face' of online onderwijs. Het is bedoeld om de module in twee delen uit te voeren: een theoretisch deel en een praktisch deel.

De verbinding tussen het lesplan en de leerdoelen

A. Het theoretische gedeelte

Module Plan	Aantal uren	Leerdoelen
Een interactief hoorcollege en een vragensessie die 'face-to-face' gegeven wordt, of via een webinar (online seminar) platform waarop deelname en interactie op afstand mogelijk is. Voor de inhoud van het hoorcollege kan gebruik gemaakt worden van de informatie en voorbeelden uit het theoretisch kader. Docenten worden echter sterk aangeraden om regionale en cultureel relevante casestudy's te gebruiken bij de behandeling van deze module. Een les in de vorm van en paneldiscussie met deskundigen zoals journalisten, editors en vertegenwoordigers van de platformen zou erg goed bij de leerdoelen passen. Deze discussie onder deskundigen wordt gemodereerd door de docent. De deelnemers van de cursus kunnen vragen stellen tijdens de vragensessie.	60 - 90 min	1, 2, 3

B. Het praktische gedeelte

Module Plan	Aantal uren	Leerdoelen
Een werkgroep die uitgevoerd kan worden in klassikaal verband, of via een eLearning-platform zoals Moodle, Facebook groups of andere diensten die deelname op afstand mogelijk maken. De werkgroep kan de volgende vorm aannemen. Voor de werkgroep kunnen de deelnemers ingedeeld worden in groepjes van 3-5 deelnemers per groep. Elke groep: i. Krijgt een casestudy waarin een nieuwsorganisatie verslag doet over een bericht dat eigenlijk misinformatie of desinformatie is, of een casestudy waarin een nieuwsorganisatie onbewust misinformatie of desinformatie verspreidt ii. Beoordeelt gezamenlijk het materiaal, door de originele bron en context van de foutieve informatie te onderzoeken (bijvoorbeeld aan de hand van de vraag 'was het een belangrijk en actueel nieuwsverhaal?'); discussieert over de mogelijke oorzaken van het incident (waarbij ze aandacht geven aan de structurele factoren zoals recentelijke bezuinigingen bij de desbetreffende nieuwsredactie en de rol van sociale media platformen); bespreekt eigen ervaringen waarbij de deelnemers om de tuin geleid zijn door desinformatie iii. Schrijft gezamenlijk een samenvatting van 250 woorden over hun analyse van de mogelijke oorzaken van de publicatie, waarin ze 3 dingen benoemen die de journalist of nieuwsorganisatie anders had kunnen doen waardoor ze het publiceren van foutieve informatie mogelijk hadden kunnen voorkomen. Hierbij kan gebruik worden gemaakt van 'Google Docs' of een vergelijkbaar hulpmiddel dat gelijktijdig digitaal samenwerken aan een document mogelijk maakt. Wanneer de deelnemers klaar zijn leveren ze de opdracht in bij de docent die het dan nakijkt.	90 - 120 min	1, 2, 3, 4

Voorgestelde opdracht

Verslag van een casestudy (2000 woorden). Identificeer drie casestudy's (waaronder één uit eigen land of regio) waarin een nieuwsorganisatie onderzoek deed naar een geval van desinformatie of dit zelf verspreidde. Deconstrueer elk van de voorbeelden (en bespreek de oorzaken en gevolgen van de publicatie van misinformatie of desinformatie) en bespreek wat we kunnen leren van elke casestudy (let op: de gekozen casestudy's mogen niet overeen komen met de voorbeelden die genoemd zijn tijdens de werkgroep van deze module).

Literatuur

Bakir, V. & McStay, A. (2017). *Fake News and the Economy of Emotions in Digital Journalism* (Taylor and Francis). http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/21670811.2017.1345645 [bezocht op 29/03/2018].

Bell, E. & Owen, T. (2017). *The Platform Press: How Silicon Valley Reengineered Journalism Tow Center for Digital Journalism*, 29 maart 2017. https://www.cjr.org/tow_center_reports/platform-press-how-silicon-valley-reengineered-journalism.php [bezocht op 29/03/2018].

Ireton, C. (Ed) (2016). *Trends in Newsrooms 2016* (WAN-IFRA, Paris). http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2016.pdf [bezocht op 29/03/2018].

Kalsnes, B. & Larsson, O. A. (2017). *Understanding News Sharing Across Social Media: Detailing distribution on Facebook and Twitter in Journalism Studies* (Taylor and Francis). http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/1461670X.2017.1297686?scroll=top&needAccess=true&journalCode=rjos20 [bezocht op 29/03/2018].

Nielsen, R. K. (2012). *The Ten Years That Shook the Media World: Big Questions and Big Trends in International Media Developments* (Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford). https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2017-09/Nielsen%20-%20Ten%20Years%20that%20Shook%20the%20Media_0.pdf [bezocht op 29/03/2018].

McChesney, W. & Picard, V. (Eds) (2011). *Will the Last Reporter Please Turn Out the Lights: The Collapse of Journalism and What Can Be Done to Fix it.* The New Press, New York.

Mitchell, A., Holcomb, J. & Weisel, R. (2016). *State of the News Media* Pew Research Centre. http://assets.pewresearch.org/wp-content/uploads/sites/13/2016/06/30143308/state-of-the-news-media-report-2016-final.pdf [bezocht op 29/03/2018].

Posetti, J. (2009). *Transforming Journalism...140 Characters at a Time* Rhodes Journalism Review 29, http://www.rjr.ru.ac.za/rjrpdf/rjr_no29/Transforming_Journ.pdf [bezocht op 29/03/2018].

Posetti, J. (2013). *The 'Twitterisation' of investigative journalism* in S. Tanner & N. Richardson (Eds.), Journalism Research and Investigation in a Digital World (pp. 88-100): Oxford University Press, Melbourne. https://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=2765&context=lhapapers [bezocht op 20/03/2018].

Posetti, J. & Silverman, C. (2014). When *Good People Share Bad Things: The Basics of Social Media Verification* in Posetti (Ed) Trends in Newsrooms 2014 (WAN-IFRA, Paris). http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2014.pdf [bezocht op 29/03/2018].

Posetti, J. (Ed) (2015). *Trends in Newsrooms 2015* (WAN-IFRA, Paris).http://www.wan-ifra.org/sites/default/files/field_media_image_file_attach/WAN-IFRA_Trends_Newsrooms_2015.pdf, (Zie ook *Trends in Newsrooms 2014*) [bezocht op 29/03/2018].

RISJ (2018). *Digital News Report 2018* (University of Oxford). http://media.digitalnewsreport.org/wp-content/uploads/2018/06/digital-news-report-2018.pdf?x89475 [bezocht op 29/06/2018].

Silverman, C. (2015). *Lies, Damn Lies and Viral Content*. Tow Center for Digital Journalism. http://towcenter.org/wp-content/uploads/2015/02/LiesDamnLies_Silverman_TowCenter.pdf [bezocht op 29/03/2018].

Society of Climate Change Reporters (2016). *Climate Change: A Guide to Information and Disinformation* http://www.sej.org/initiatives/climate-change/overview [bezocht op 29/03/2018].

UNESCO (2017). *States and journalists can take steps to counter 'fake news'*. https://en.unesco.org/news/states-and-journalists-can-take-steps-counter-fake-new [bezocht op 29/03/2018].

HET BESTRIJDEN VAN DESINFORMATIE EN MISINFORMATIE DOOR MIDDEL VAN MEDIA- EN INFORMATIEGELETTERDHEID

Door Magda Abu-Fadil

MODULE 4

Samenvatting

In deze module wordt het concept van Media- en Informatiegeletterdheid[1] ('Media and Information Literacy', MIL) geïntroduceerd om nieuws te zien als een manier om 'informatiewanorde' te detecteren uit expliciete en subliminale berichtgeving. Media- en Informatiegeletterdheid is een overkoepelend concept dat gebruikt wordt door UNESCO om nadruk te leggen op de onderlinge verbondenheid van vaardigheden met betrekking tot informatie en media. Hieronder valt geletterdheid op het gebied van mensenrechten (voornamelijk het recht op vrijheid van meningsuiting en ieders recht om informatie en meningen te zoeken, te ontvangen en te geven); nieuwsgeletterdheid (waaronder geletterdheid over journalistieke standaarden en ethiek); reclamegeletterdheid; computergeletterdheid; begrip van de 'aandacht-economie' (waarbij aandacht gezien wordt als een schaarste); interculturele geletterdheid; privacy geletterdheid; enzovoorts. Het bevat inzicht in hoe communicatie, individuele identiteit en sociale ontwikkelingen op elkaar inwerken. Media- en Informatiegeletterdheid is in toenemende mate een essentiële levensvaardigheid – het is benodigd om te weten welke factoren iemands identiteit creëren, hoe iemand door een mist van informatiewanorde kan navigeren en hoe men de in deze mist verborgen mijnen kan ontwijken. Media- en Informatiegeletterdheid biedt inzichten in onze consumptie, productie, ontdekking, ontwikkeling en verspreiding van informatie, ons zelfbegrip en ons begrip van anderen in de informatiesamenleving.

Nieuwsgeletterdheid is de vaardigheid om de taal en conventies van het nieuwsgenre te begrijpen, en te herkennen hoe deze kenmerken gebruikt kunnen worden voor slechte doeleinden. Hoe belangrijk dit ook is, nieuwsgeletterdheid zal op zichzelf waarschijnlijk geen volle weerbaarheid creëren tegen desinformatie uit de nieuwssector. Dit komt doordat mensen zich niet alleen laten leiden door logica, maar ook door hun hart. Dit is waarom Media- en Informatiegeletterdheid ook bewustzijn moet creëren bij individuen, over hoe ze reageren op bepaalde nieuwsuitingen, en hun aanleg om ongeacht de signalen van het informatie-genre bepaalde informatie te vertrouwen of niet.

Het vergroten van het inzicht in hoe mensen hun eigen identiteit vormen - wie ze zijn, wie ze worden, en hoe dit hun omgang met nieuws en andere vormen van communicatie beïnvloedt – is daarom de basis van Media- en Informatiegeletterdheid. Deze module tracht deelnemers te helpen bij het herkennen en onderscheiden van journalistiek en informatie die zich voordoet als journalistiek. Deze kennis geeft individuen kracht en macht over hun eigen identiteit. Het stelt ze in staat om te weten wanneer ze gemanipuleerd worden door desinformatie dat zich voordoet als nieuws, en hoe ze zich hiertegen kunnen verzetten.

1 https://en.unesco.org/themes/media-and-information-literacy [bezocht op 16/06/2018]

De deelnemers zullen leren hoe ze het kader "Purposeful Reflective Judgment"[2] (bestaande uit vaardigheden met betrekking op het kritisch denkvermogen) kunnen ontwikkelen en gebruiken. Dit kader richt zich op het gebruik van analyse, interpretatie, evaluatie, zelfregulatie, deductie en uitleg.

Deelnemers analyseren nieuws in de vorm van print, uitgezonden nieuws (radio en televisie) en online sociale media. Hierbij deconstrueren ze de verschillende onderdelen van de desbetreffende berichten en leren ze over de geloofwaardigheid (of het ontbreken daarvan) van de desbetreffende bronnen.

Ze zullen leren dat authentiek nieuws geen exacte wetenschap is, maar dat het voortbouwt op narratieve structuren die ondanks dat ze divers zijn, zich over het algemeen houden aan professionele methoden en ethische standaarden die de kans op fouten en verzinsels verminderen. Journalisten zouden verslag moeten doen van de leugens van verschillende actoren en de desbetreffende uitingen als leugens labelen. Anderzijds is het belangrijk dat zij claims nooit als waarheid accepteren, en deze claims niet presenteren zonder het publiek ook inzicht te geven op hoe de situatie geduid is.

In deze module zullen deelnemers leren hoe makkelijk het is om journalistiek taalgebruik en journalistieke conventies (ook wel "journalese", oftewel krantentaal en sensatiestijlen) uit te buiten om een schijnbaar geloofwaardig en overtuigend verhaal te creëren uit onvolledige, misleidende of verzonnen details.[3]

Het onderwijsmateriaal uit deze module richt zich op het creëren van bewustzijn over het belang van Media- en Informatiegeletterdheid bij het aanpakken van misinformatie en desinformatie. Hieronder valt ook het gebruik van het kritisch denkvermogen om gefabriceerd 'nieuws' te detecteren. Hiernaast benadrukt het onderwijsmateriaal het belang van het uitoefenen van Media- en Informatiegeletterdheid in het dagelijks leven van de deelnemers. Het helpt ze met het begrijpen hoe hun eigen mensenrechten en die van anderen versterkt kunnen worden door Media- en Informatiegeletterdheid; en hoe Media- en Informatiegeletterdheid het belang kan benadrukken van de strijd tegen de promotie en de verspreiding van onwaarheden.[4]

De lessen zullen plaatsvinden in collegezalen die uitgerust zijn met computers die toegang hebben tot het internet. Tijdens de praktische gedeeltes van de les kunnen de deelnemers gebruik maken van de online chat-applicaties op hun eigen mobiele

2 Facione, P. (2010, updated). *Critical Thinking: What It Is and Why It Counts*. [online] Insight Assessment. Beschikbaar op: https://www.insightassessment.com/ [bezocht op 01/02/2018].

3 Voor voorbeelden van "journalese" zie: "Fluent in Journalese" by Philip B. Corbett. 17 maart, 2015 https://afterdeadline.blogs.nytimes.com/2015/03/17/fluent-in-journalese/ ; "My 'shameful secret': I've learnt to love clichéd journalese" by Rob Hutton. 05 Sep 2013. https://www.telegraph.co.uk/culture/10288967/My-shameful-secret-Ive-learnt-to-love-cliched-journalese.html [beide bezocht op 22/04/2018].

4 De integratie van Media- en Informatiegeletterdheid in journalistiekonderwijs wordt onderzocht door bijvoorbeeld Van der Linde, F. 2010. "The necessity of a media literacy module within journalism or media studies curricula." *Global Media Journal*, African Edition. Vol 4, nr.2 http://globalmedia.journals.ac.za/pub/article/view/7

apparaten. Het Internet is nodig voor toegang tot bronnen die niet fysiek aanwezig zijn binnen de onderwijsinstelling. Het netwerk van de onderwijsinstelling (waar deze module aangeboden wordt) kan gebruikt worden voor toegang tot de (online) bibliotheek of andere zoeksystemen die de onderwijsinstelling aanbiedt.

Theoretisch kader

De als nieuws vermomde desinformatie die verspreid werd tijdens de verkiezingen in de VS, Frankrijk, Kenia en Duitsland in 2016 en 2017 vormt slechts het topje van de ijsberg van de vele informatie-uitdagingen waar onze samenleving mee wordt geconfronteerd – maar dergelijke berichtgeving heeft mogelijkerwijs zeer verstrekkende gevolgen. Denk bijvoorbeeld aan televisie stations en sociale media gebruikers uit de hele wereld die in 2017 'real-time' een wonder in Mexico konden waarnemen toen reddingswerkers een schoolmeisje, #FridaSofía, die na een aardbeving onder het puin begraven lag, probeerden te redden[5]. Later kwamen ze er echter achter dat het meisje niet eens bestond. Het verhaal was onjuist, maar waarschijnlijk geen geval van opzettelijke vervalsing. Toch moet de journalistiek zowel fouten als vervalsingen vermijden. Niet alle onjuiste uitingen in het nieuws zijn 'nepnieuws' in de zin van desinformatie, maar beiden zijn problematisch voor het begrijpen van de wereld.

Lezers, luisteraars en kijkers van nieuws hebben geraffineerde media- en informatiegeletterdheid nodig, maar hebben tot op zekere hoogte ook een basisbegrip van filosofie nodig. Ze zouden bijvoorbeeld moeten begrijpen dat authentiek nieuws nooit de gehele 'waarheid' kan weergeven (die kan enkel bij benadering bereikt worden door onderlinge interacties tussen mensen onder wisselende omstandigheden en over een langere periode bezien). Deelnemers van deze cursus, en vooral journalistiekstudenten, zullen echter moeten begrijpen dat het doel is dat de journalistiek nooit onwaarheden verspreidt, ondersteunt of deze op een andere manier laat voortbestaan. Media die verslaggeven over walvissen en haaien die gespot worden in de zwembaden of achtertuinen van mensen nadat er een orkaan heeft plaatsgevonden en andere onwaarschijnlijke gevolgen van natuurrampen, roepen bij mensen de vraag op; *Echt?* Nieuws dat niet voldoet aan de impliciete standaarden van geverifieerde feiten van het nieuwsbedrijf zelf, kan een resultaat zijn van slordige verslaggeving en een ontoereikend publicatieproces, maar het kan ook opzettelijk misleidend en dus frauduleus zijn. Om te kunnen onderzoeken wat het verschil is, en hoe zulke gevallen zich verhouden tot professioneel en ethisch nieuws, is Media- en Informatiegeletterdheid cruciaal.

5 Campoy, A. (2017). *A schoolgirl trapped in Mexico's earthquake rubble won the world's hearts – except she did not exist*. Quartz. Beschikbaar op: https://qz.com/1084105/a-schoolgirl-trapped-in-mexicos-earthquake-rubble-won-the-worlds-hearts-except-she-didnt-exist/ [bezocht op 03/04/2018].

Er is een lange weg te gaan. De toename in haatzaaiing, xenofobie en aanvallen op vluchtelingen of mensen met "andere" religies, etniciteiten of huidskleuren - gebaseerd op stereotypes die worden gevoed door verzonnen statistieken, populistische retoriek, en misleidende verslaggeving in de media die niet voldoet aan de journalistieke standaarden - vormen een giftig mengsel dat Media- en Informatiegeletterdheid moet bestrijden. Dit zal snel nog gecompliceerder worden, nu computerprogramma's gebruik maken van kunstmatige intelligentie ('artificial intelligence, oftewel AI) om simulaties van mensen te maken in nagemaakte en onechte video- en/of audioverslagen, zogenaamde 'deep fakes'.[6]

Dit is waarom het belangrijk is om journalistiekstudenten en journalisten te helpen om kritisch na te denken over wat ze zien en horen – van simpele gesprekken tot de het meest wijdverspreide nieuws in traditionele en digitale mediakanalen.

Naast de verschillende soorten desinformatie en misinformatie die door Wardle en Derakhshan (2017)[7] geïdentificeerd worden, heeft de non-profit organisatie 'European Association for Viewers' Interests' (EAVI) uit Brussel als onderdeel van hun 'Media Literacy for Citizenship' programma een handige diagram gemaakt. In deze diagram genaamd "Beyond Fake News: Ten Types of Misleading News" wordt weergegeven welke uitdagingen nieuwsconsumenten vandaag de dag tegen kunnen komen.[8] Het is een waardevolle bron voor journalistiekstudenten en journalisten.

Een goede tekst waardoor studenten bekend raken met "redeneren, keuzes maken, en effectieve individuele en gezamenlijke denkprocessen" is het bijgewerkte onderzoeksverslag "*Critical Thinking: What It Is and Why It Counts*"[9] van Dr. Peter A. Facione. In het huidige 'post-truth' tijdperk, van 'nepieuws' en 'alternatieve feiten', waarin de waarheid er steeds minder toe lijkt te doen, is deze tekst des te toepasselijker. Kritisch denken omvat volgens deze benadering:

- Nieuwsgierigheid naar een breed scala aan vraagstukken
- Zorg om goed geïnformeerd te worden en blijven
- Alertheid op mogelijkheden om het kritisch denkvermogen te gebruiken
- Vertrouwen in het proces van logisch beredeneerd onderzoek
- Zelfvertrouwen in het eigen vermogen om te redeneren
- Ruimdenkendheid ten aanzien van uiteenlopende wereldbeelden

6 Edmund, C. (2017). *This AI can create a video of Barack Obama saying anything*. [online] World Economic Forum. Beschikbaar op: https://www.weforum.org/agenda/2017/07/obama-speech-simulation-washington-university?

7 Zie module twee

8 EAVI. (2018). EAVI.eu. [online] Beschikbaar op: https://eavi.eu/beyond-fake-news-10-types-misleading-info

9 Facione, P. (2010, bijgewerkt). Ibid. *Critical Thinking*.

- Flexibiliteit bij het overwegen van alternatieven en meningen
- Inzicht in andermans meningen
- Eerlijkheid en rechtvaardigheid in het beoordelen van redeneringen
- Het herkennen en eerlijk erkennen van eigen vooroordelen, stereotypes of egocentrische neigingen
- Voorzichtigheid bij het vellen, opschorten of veranderen van een oordeel
- Bereidheid om opvattingen opnieuw te evalueren en deze aan te passen wanneer eerlijke reflectie er op wijst dat verandering nodig is.

Volgens verschillende onderzoeken zorgt de sterke gehechtheid aan mobiele apparaten onder jongeren[10] er in veel delen van de wereld voor dat zij het meeste van hun nieuws, via deze mobiele apparaten krijgen via chatapplicaties (apps), sociale media, en, af en toe, traditionele mediawebsites en blogs.[11, 12, 13] Op veel van deze platformen zijn er weinig mogelijkheden om aan te geven wat kwaliteitsjournalistiek is, en wat amateuristische verslaggeving of zelfs desinformatie is. De manier waarop deze platformen met nieuws omgaan is een tweede probleem. Wat betreft *Facebook* - verreweg het grootste platform - stelt Frederic Filloux: "journalistiek is sinds het begin al een doorn in het oog. Nu dat het verwikkeld is geraakt in de onoplosbare problemen van 'nepnieuws' en slechte PR, is het duidelijk dat Facebook langzamerhand een einde zal maken aan nieuws op het platform"[14]. Hoe dit zal gebeuren, valt nog te bezien. Sommige nieuwsorganisaties zullen teleurgesteld zijn en zullen zeggen dat *Facebook* hun publiek tekortschiet, aangezien veel gebruikers afhankelijk zijn van *Facebook* als een kanaal waardoor ze op de hoogte te blijven van gebeurtenissen.[15] Op sociale media is veel informatievervuiling te vinden, dat jonge nieuwsconsumenten moeiteloos bereikt door hun apparaten die altijd aan staan en verbonden zijn met de buitenwereld. Maar sommige voorstanders van Media- en Informatiegeletterdheid hopen dat deze verandering van een verminderde hoeveelheid nieuws op sociale media ervoor zal zorgen dat jonge nieuwsconsumenten hun horizon verbreden en bij het zoeken naar nieuws niet langer geheel afhankelijk zullen blijven van sociale media. Tegelijkertijd zijn er zelfs enkele aanwijzingen dat

10 *Children's use of mobile phones.* (2015). [ebook] Tokyo: Mobile Society Research Institute, NTT Dotcomo. Beschikbaar op: https://www.gsma.com/publicpolicy/wp-content/uploads/2012/03/GSMA_Childrens_use_of_mobile_phones_2014.pdf

11 *Digital News Report* (2017). Reuters Institute for the Study of Journalism's (RISJ, Oxford) https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf

12 Shearer, E. & Gottfried, J. (2017). *News Use Across Social Media Platforms.* [ebook] Washington DC: Pew Research Centre. Beschikbaar op: https://www.journalism.org/2017/09/07/news-use-across-social-media-platforms-2017/

13 *Youth, Internet, and Technology in Lebanon: A Snapshot* (2017) Social Media Exchange. Beschikbaar op: https://smex.org/youth-internet-and-technology-in-lebanon-a-snapshot/

14 Filloux, F. (2018). *The Monday Note*, 14 Januari, 2018. Beschikbaar op: https://mondaynote.com/facebook-is-done-with-quality-journalism-deal-with-it-afc2475f1f84

15 Zie module drie

Facebook mogelijk zelf nieuws gaat produceren en dus gaat concurreren met bestaande medianieuwsorganisaties.[16]

Door Media- en Informatiegeletterdheid leren deelnemers dat zelfs authentiek kwaliteitsnieuws altijd geconstrueerd en geconsumeerd wordt binnen bredere narratieve kaders. Deze narratieve kaders geven betekenis aan feiten en impliceren bredere aannames, ideologieën en identiteiten. Dit houdt in dat deelnemers in staat gesteld worden om een onderscheid te maken tussen uiteenlopende journalistieke pogingen om enerzijds de werkelijkheid vast te leggen en te interpreteren, en anderzijds gevallen van misleiding die de vorm van nieuws benutten terwijl ze de professionele standaarden van verificatie en controle schenden.

Media- en Informatiegeletterdheid kan ook een hulpmiddel zijn om stereotypering tegen te gaan en interculturele communicatie te bevorderen. Om dit doel te bereiken is meertaligheid een belangrijke factor. Verschillende actoren hebben bijgedragen aan Media- en Informatiegeletterdheid, en goede bronnen kunnen bovendien gevonden worden op de website van UNESCO.[17] Er moet echter nog veel werk verzet worden via curricula en in de praktijk om de klap van desinformatie en misinformatie op te vangen.[18]

Het gebruik van video kan de impact van deze module vergroten. Dit kan gedaan worden door deelnemers te betrekken door het gebruik van korte ondertitelde video's[19] als een vorm van Media- en Informatiegeletterdheid 'edutainment'. In deze video's worden onjuiste berichten laten zien, worden deelnemers uitgedaagd om eigen voorbeelden van misleidend materiaal te geven en raken deelnemers eraan gewend om elke soort inhoud, waaronder inhoud die gepresenteerd wordt als nieuws, met een grote korrel zout te nemen.

Docenten zouden de deelnemers ook moeten helpen minder oppervlakkig gebruik te maken van *Google* en in plaats hiervan meer geavanceerde online zoekstrategieën moeten aanmoedigen. Onder deze diepere zoek strategieën valt het gebruik van geavanceerde zoekfuncties, het controleren van informatie bij verschillende bronnen door middel van 'cross-checks', en het vergroten van inzicht in de waarde van bibliotheken en hun personeel bij het opbouwen van vaardigheden op het gebied van

16 Is Facebook's Campbell Brown a Force to Be Reckoned With? Or Is She Fake News? https://www.nytimes.com/2018/04/21/technology/facebook-campbell-brown-news.html

17 Zie http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/mil-as-composite-concept/ [bezocht op 22/04/2018].

18 Abu-Fadil, M. (2007). *Media Literacy: A Tool to Combat Stereotypes and Promote Intercultural Understanding*. Beschikbaar op: http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001611/161157e.pdf [bezocht op 01/04/2018].

19 Hier vindt u een voorbeeld van een video van 'VICE Media' die op een sterke manier ingezet wordt om de waarde van nieuwsmediageletterdheid aan te tonen in de context van schietpartijen op scholen in de VS: "Hoaxers say victims of mass shootings are 'crisis actors'", *Vice Select on Facebook*. https://www.facebook.com/vicenews/videos/842904982564160/ [bezocht op 01/04/2018].

het zoeken naar en evalueren van informatie.[20] Toegang tot academische en andere bronnen die journalistiekstudenten en journalisten kunnen gebruiken, is door online bibliotheken veel eenvoudiger geworden. Aan de hand van deze bronnen kunnen ze hun kennis vergroten over processen en werkwijzen met betrekking tot het kritisch beoordelen en controleren van informatie. Andere hulpbronnen vormen daarnaast een aanvulling op het leer- en kennisproces, en helpen deelnemers om de arena van het gevecht tegen nepnieuws te betreden, bescherming te bieden tegen de negatieve impact ervan, en misleidend nieuws te ontkrachten als onderdeel van het beoefenen van journalistiek.[21]

De maatschappelijke betrokkenheid onder sociale media gebruikers die desinformatie en misinformatie ontvangen en delen, is ook een veelbelovende methode voor journalisten en journalistiekstudenten. Door middel van maatschappelijke betrokkenheid kunnen ze leren hoe ze onwaarheden vinden, opsporen en effectief kunnen ontkrachten voor zichzelf en hun gemeenschappen. In deze module worden docenten aangemoedigd opdrachten te overwegen die verband houden met de maatschappelijke betrokkenheid van verschillende gemeenschappen.

De woorden van Rouba El Helou, senior media docent en onderzoeker aan Notre Dame University in Libanon geven inzicht in het belang van deze module: “Mediadocenten en journalisten worden gevraagd mee te helpen in de voortdurende strijd om mensen de vaardigheden aan te leren die benodigd zijn om verschillende berichten te kunnen decoderen. Mediageletterdheid helpt mensen een balans te vinden tussen vertrouwen in nieuwsbronnen en de benodigde scepsis om ze te ondervragen”.

Doelstellingen van de module

Deze module streeft ernaar om de volgende doelstellingen te bereiken:

- Het onderstrepen van het belang van het verwerven van de geletterdheden[22] en bijbehorende vaardigheden[23] die benodigd zijn voor een goed begrip van journalistiek (en verschillende journalistieke varianten) en het detecteren van zowel gebrekkige journalistiek als misleidend nieuws op verschillende mediaplatformen;

20 *15 resources for teaching media literacy*. ASCD. Beschikbaar op: http://inservice.ascd.org/15-resources-for-teaching-media-literacy/. [bezocht op 03/04/2018].

21 Een voorbeeld hiervan is ‘Project Look Sharp’, een initiatief op het gebied van mediageletterdheid door ‘Ithaca College’, dat mediageletterdheid-handleidingen, curriculum kits en downloadbare hand-outs heeft. www.projectlooksharp.org. [bezocht op 23/03/2018].

22 Voor informatie over media- en informatiegeletterdheid zie UNESCO’s opvattingen over Media- en Informatiegeletterdheid: http://unesco.mil-for-teachers.unaoc.org/foreword/unifying-notions-of-media-and-information-literacy/ [bezocht op 22/4/2018].

23 Naast vaardigheden van kritisch denkvermogen zoals die geïdentificeerd zijn door Facione (2010), zullen deelnemers aangemoedigd worden om sceptisch te zijn; alles te ondervragen; niks aan te nemen; bronnen te controleren.

- Deelnemers de vaardigheden aanleren die hen helpen met het deconstrueren van misleidend nieuws op allerlei soorten media platformen, en met vaardigheden die hen leren hoe eenvoudig het is om desinformatie te produceren;
- Deelnemers helpen met het ontwikkelen van een gezonde scepsis tegenover alle informatie die ze opnemen, en deelnemers te leren hoe ze de betrouwbaarheid van rapporten, berichten, 'feeds', foto's, video's, audiobestanden, 'infographics', en statistieken binnen gepaste contexten kunnen afwegen.

Leerdoelen

Na deze module zullen deelnemers de volgende vaardigheden hebben geleerd:

1. Het onderscheiden van feiten en fictie, en de legitimiteit van mogelijk uiteenlopende narratieve structuren en verhalen binnen de journalistiek;
2. Inzichten in hoe verhalen worden geselecteerd, wie de berichten produceert, welke methodes gebruikt worden om een authentieke representatie van de realiteit na te bootsen, hoe taal wordt gebruikt, welke aspecten benadrukt worden, wat weggelaten wordt, wie wat zegt, hoe belangrijk en/of betrouwbaar die persoon is, wat zijn of haar agendapunten kunnen zijn, welke impact nieuws heeft/kan hebben/heeft gehad, en hoe anderen hetzelfde nieuws consumeren en interpreteren;
3. Inzicht in hun eigen niveau van Media- en Informatiegeletterdheid, de relevantie hiervan voor wie zij zijn als individuen, en hoe dit hun interactie met informatie en communicatie beïnvloedt.

Werkvorm van de module

Deze module is ingedeeld in twee sessies van 90 minuten. De eerste sessie is theoretisch georiënteerd, de tweede praktisch.

De methodologie is gebaseerd op de betekenis en het belang van Media- en Informatiegeletterdheid in het tijdperk van desinformatie, misinformatie en andere vormen van vertekening en verdraaiing die viraal gaan op traditionele en sociale media. Het materiaal voor deze sessies is beschikbaar via het internet, en er zijn vele handige bronnen voor onderzoek en praktische opdrachten.

Nuttige sites zijn onder andere:

- UNESCO http://en.unesco.org/ en haar website over mediageletterdheid https://en.unesco.org/themes/media-literacy
- 'Alliance of Civilizations' van de Verenigde Naties (UNAOC) https://www.unaoc.org/
- Media- en informatiegeletterdheid curriculum voor docenten http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/resources/publications-and-communication-materials/publications/full-list/media-and-information-literacy-curriculum-for-teachers/
- 5 wetten van Media- en Informatiegeletterdheid http://www.unesco.org/new/en/communication-and-information/media-development/media-literacy/five-laws-of-mil/
- 'Common Sense Education' https://www.commonsense.org/education/top-picks/media-news-and-information-literacy-resources-for-students
- 'EAVI Media Literacy for Citizenship' https://eavi.eu/beyond-fake-news-10-types-misleading-info/
- 'The News Literacy Project' http://www.thenewsliteracyproject.org/, 'the Center for News Literacy at Stony Brook University' http://www.centerfornewsliteracy.org/
- 'Mind over Media' http://propaganda.mediaeducationlab.com/
- 'The Digital Resources Center (Center for News Literacy)' http://drc.centerfornewsliteracy.org/
- 'The Center for Media and Information Literacy' van 'the University of Rhode Island' https://centermil.org/resources/

Docenten worden aangemoedigd zelf bronnen uit eigen land en regio of bronnen in andere talen toe te voegen.

De onderwijsruimte moet voorzien zijn van computers met internettoegang, waardoor docenten en studenten relevante websites kunnen bezoeken voor hun casestudy's.

De verbinding tussen het lesplan en de leerdoelen

A. Het theoretische gedeelte

De docent zal de materialen en casestudy's over Media- en Informatiegeletterdheid presenteren met betrekking tot desinformatie en misinformatie die zich voordoen als nieuws.

Module Plan	Aantal uren	Leerdoelen
Uitleggen en bespreken van Media- en Informatiegeletterdheid en hulpmiddelen in het kader van kritisch denken	45 min	1 + 3
Reflecteren op en bespreken van geselecteerde voorbeelden die lokaal relevant zijn in verschillende mediavormen	45 min	1 + 2

B. Het praktische gedeelte

Activiteiten die gerelateerd zijn aan de leermaterialen en -middelen.

Module Plan	Aantal uren	Leerdoelen
Praktische activiteiten	90 min	1 + 3
Activiteit 1: (*Verschillende soorten*) *journalistiek herkennen* Selecteer een artikel afkomstig uit de lokale media. Elke student onderzoekt en analyseert één verhaal dat op drie verschillende mediakanalen is gepubliceerd. De docent leidt een gesprek waarin studenten gevraagd worden om de technieken van hun kritisch denkvermogen toe te passen. Daarin moeten ze de onderliggende narratieve structuur van het nieuwsverhaal, het kader waarin het gepresenteerd wordt, de selectie en de manier waarop het gepresenteerd wordt onderzoeken en deconstrueren. Bij deze deconstructie moet er extra aandacht geschonken worden aan de aanwezige conventies van nieuws (wie, wat, waar, wanneer, hoe, waarom elementen; gebruik van citaten; afhankelijkheid van autoritaire bronnen, ondersteunende afbeeldingen, stereotyperende terminologie dat typerend is voor "journalese", en andere 'nieuwsachtige' kenmerken.)	45 min	

Activiteit 2: *Desinformatie presenteren als nieuws* Laat een voorbeeld zien van misleidend nieuws en bespreek samen met de deelnemers wat 'werkt', en wat het frauduleuze nieuws 'verraadt'. Laat de studenten daarna de nieuwsartikelen van de vorige opdracht aanpassen, zodat ze een frauduleus verhaal creëren dat zich afspeelt in de nabije toekomst en dat op het eerste gezicht lijkt op echt nieuws. (Een alternatief is dat de studenten zelf een onderwerp kiezen voor hun desinformatieverhaal.) Wanneer ze dit gedaan hebben, vormen de studenten groepjes en beoordelen ze wat de verhalen echt/ authentiek deed lijken. Hierbij kan een evaluatie uitgevoerd worden, maar de deelnemers moeten ook de 'nieuws-achtige' kenmerken aanwijzen die gebruikt zijn om het verhaal als nieuws te doen lijken. Laat de deelnemers klassikaal hun bevindingen delen door middel van korte presentaties.	45 min	1 + 3

Voorgestelde opdracht

Elke cursist zoekt op eigen sociale media 'feeds' naar een wetenschappelijk of medisch nieuwsbericht (bijvoorbeeld een dieet trend, een uitbraak van een ziekte, de impact van klimaatverandering op een gemeenschap, de effectiviteit van elektrische auto's versus brandstofvoertuigen). De deelnemers beoordelen hun eigen onderzoek, hun bevestigingsdrang (waar dat van toepassing is), en hun emotionele reacties op het verhaal/perspectief. Hierbij kijken ze, naast de etische basisprincipes van nieuws, naar hoe deze aspecten zich relateren tot Media- en Informatiegeletterdheid kwesties, zoals het zoeken naar informatie,evalueren, digitale beveiliging, rechten, en identiteit.

Ze zullen daarna informatie geven over: wie het verhaal heeft geproduceerd; hoe de verslaggever of de persoon weet wat er is gepubliceerd, en of hij/zij (financieel) voordeel heeft bij de verspreiding ervan; controleer de gegevens, statistieken, en 'infographics' nogmaals. Waar mogelijk gebruiken studenten de (online-)bibliotheek van de onderwijsinstelling om de gegevens te verifiëren. Ze beschrijven de bevindingen in een media-kritisch stuk van 1500 woorden, waarin ze de sterke punten, de zwakke punten, de ontbrekende informatie en de tekortkomingen van het mediabericht analyseren.

Werkmateriaal

Hieronder vindt u artikelen met slides, foto's en video's. Docenten worden aangemoedigd eigen diapresentaties te maken met foto's en video's die relevant zijn voor het eigen land en de eigen context.

Literatuur

Abu-Fadil, M. & Grizzle, A. (2016). *Opportunities for Media and Information Literacy in the Middle East and North Africa*. Beschikbaar op: https://milunesco.unaoc.org/wp-content/uploads/MIL-Mena-2016-english.pdf [bezocht op 05/01/2018].

A lexicon for the digital age. (2017). The Unesco Courier, [online] (juli - september 2017). Beschikbaar op: https://en.unesco.org/courier/2017-july-september/lexicon-digital-age [bezocht op 06/04/2018].

Facione, P. (2010). *Critical Thinking: What It Is and Why It Counts*. [online] Insight Assessment. Beschikbaar op: https://www.insightassessment.com/ [bezocht op 05/01/2018].

Gray, J., Bounegru, L.& Venturini, T. (2017). *What does fake news tell us about life in the digital age? Not what you might expect*. NiemanLab. [online] Beschikbaar op: https://www.niemanlab.org/2017/04/what-does-fake-news-tell-us-about-life-in-the-digital-age-not-what-you-might-expect/ [bezocht op 06/04/2018].

Stephens, B. (2017). *The Dying Art of Disagreement*. The New York Times. [online] Beschikbaar op: https://www.nytimes.com/2017/09/24/opinion/dying-art-of-disagreement.html [bezocht op 06/04/2018].

Aanvullende literatuur

Lytvynenko, J. (2018). *Here's How A Canadian Imam Got Caught Up In Fake News About Houston*. BuzzFeed. [online] Beschikbaar op: https://www.buzzfeed.com/janelytvynenko/toronto-imam-caught-up-in-fake-news?bftw&utm_term=.ha3w9B5rr#.acEgmYE66 [bezocht op 06/04/2018].

Mulrooney Eldred, S. (2017). *In an era of fake news, students must act like journalists: schools rarely require news literacy, but it's more important than ever*. Science News. [online] Beschikbaar op: https://www.sciencenewsforstudents.org/article/era-fake-news-students-must-act-journalists [bezocht op 06/04/2018].

Rusbridger, A., Neilsen, R. and Skjeseth, H. (2017). *We asked people from all over the world how journalists should cover powerful people who lie. Here is what they said*. Reuters Institute for the Study of Journalism, Oxford University. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/risj-review/we-asked-people-all-over-world-how-journalists-should-cover-powerful-people-who-lie [bezocht op 12/06/2018]

Vesey-Byrne, J. (2017). *Bikini designer exposes why you shouldn't trust everything you see on Instagram*. The Independent. [online] Beschikbaar op: https://www.indy100.com/article/bikini-designer-instagram-before-after-karina-irby-7934006?amp [bezocht op 06/04/2018].

‘FACT-CHECKING’ VOOR BEGINNERS

Alexios Mantzarlis

MODULE 5

Samenvatting

Van politici tot marketeers, van belangenorganisaties tot merken – alle actoren die anderen willen overtuigen hebben een stimulans om feiten te vervormen, te overdrijven of te verduisteren. Deze module tracht deelnemers een methodologie aan te leren om controleerbare claims te detecteren en het bewijs kritisch te kunnen beoordelen, in overeenstemming met ethische normen en standaarden.

Theoretisch kader

De geschiedenis en semantiek van "Fact-checking" als een vorm van verantwoordingsjournalistiek

Daniel Patrick Moynihan, Amerikaanse senator van de staat New York en ambassadeur voor de Verenigde Staten in India en de Verenigde Naties (1927-2003), zei "Iedereen heeft recht op een eigen mening, maar niet op eigen feiten."[1]

De term "fact-checking" (letterlijk: feitencontrole) kan binnen de journalistiek twee dingen betekenen. Traditioneel gezien werkten feitencontroleurs bij nieuwsredacties om artikelen van verslaggevers te proeflezen en de feitelijke claims die de verslaggevers in deze artikelen maakten te controleren. Dit genre van "fact-checking" beoordeelt de betrouwbaarheid van de verslaggeving, controleert de feiten en gegevens, en dient als een algemene kwaliteitscontrole voordat berichten van nieuwsorganisaties gepubliceerd worden. De opkomst van deze werkwijze in de moderne journalistiek is – in het westen – te danken aan grote wekelijkse tijdschriften uit de Verenigde Staten, zoals 'TIME' in de jaren '20 van de vorige eeuw.[2]

De meeste nieuwsorganisaties in de wereld zijn sinds de 21e eeuw door economische redenen in omvang gekrompen[3]. Dit heeft ertoe geleid dat veel "fact-checking"-afdelingen kleiner zijn geworden, samengevoegd zijn met andere redactie-afdelingen of helemaal geëlimineerd zijn. Vandaag de dag zijn het vooral zogenaamde 'high-brow' tijdschriften zoals 'The New Yorker' in de Verenigde Staten of 'Der Spiegel' in Duitsland die nog steeds speciale 'fact-checkers' in dienst hebben.[4]

Het type feitencontrole dat we in deze module bespreken wordt niet gedaan voordat het betreffende bericht wordt gepubliceerd, maar pas achteraf wanneer een claim is ontstaan over een bepaald feit. Deze vorm van zogenaamde "ex post" feitencontrole

1 Moynihan, D. & Weisman, S. (2010). *Daniel Patrick Moynihan*. New York: PublicAffairs.

2 Scriber, B. (2016). *Who decides what's true in politics? A history of the rise of political fact-checking*. [online] Poynter. Beschikbaar op: https://www.poynter.org/news/who-decides-whats-true-politics-history-rise-political-fact-checking [bezocht op 28/03/2018].

3 Zie module drie

4 Bloyd-Peshkin, S. & Sivek, S. (2017). *Magazines find there's little time to fact-check online*. [online] Columbia Journalism Review. Beschikbaar op: https://www.cjr.org/b-roll/magazine-fact-checking-online.php [bezocht op 28/03/2018].

tracht politici en andere publieke figuren verantwoordelijk te stellen voor de waarheidsgetrouwheid van hun beweringen. Feitencontroleurs die in deze industrie werken zoeken voornamelijk primaire en betrouwbare bronnen die de publieke beweringen kunnen weerleggen of bevestigen.

"Ex post" feitencontroles focussen zich voornamelijk (maar niet uitsluitend) op politieke advertenties, campagnetoespraken en manifesten van politieke partijen. Eerdere projecten die zich wijdden aan deze manier van politieke feitencontrole zijn onder andere 'Factcheck.org', een project van het 'Annenberg Public Policy Center' van de University of Pennsylvania dat in 2003 gelanceerd werd, en 'Fact Check' van Channel 4 dat in 2005 opgestart werd.

In het laatste decennium is de relevantie van feitencontroles zeer toegenomen, en hebben feitencontroles zich verspreid over de hele wereld.

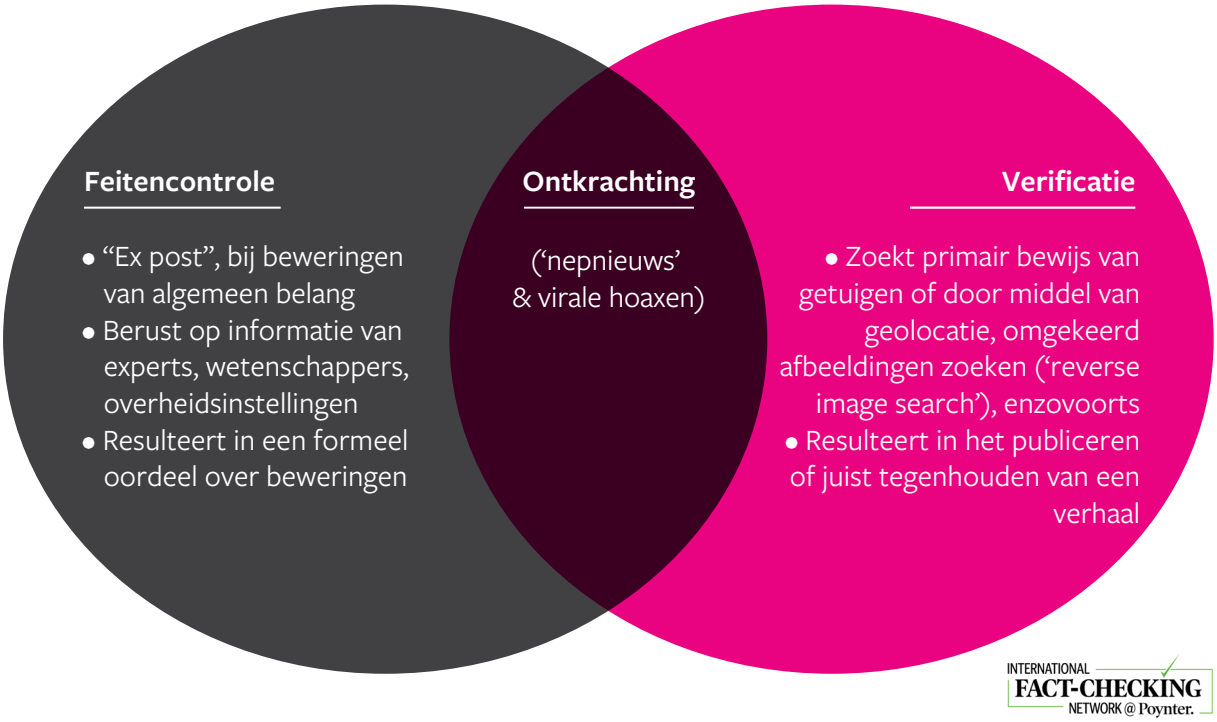
Er zijn twee momenten die vooral erg belangrijk zijn geweest voor de groei van deze journalistieke tak. Een eerste golf werd veroorzaakt door de Pulitzerprijs voor nationale verslaggeving uit 2009, gewonnen door 'PolitiFact', een project rond feitencontrole dat iets meer dan een jaar daarvoor werd opgezet door de St. Petersburg Times (nu Tampa Bay Times) in Florida, de VS. De innovatie van 'PolitiFact' was het beoordelen van beweringen aan de hand van een "Truth-O-Meter". Dit zorgde voor meer structuur en duidelijkheid bij feitencontroles. (Volgens critici zorgde dit echter voor meer subjectiviteit in het proces.) Deze gestructureerde benadering maakte het voor het publiek duidelijk waar politieke feitencontroles over gingen. Ook verhelderde het de rol van de "Truth-O-Meter" als een belangrijk journalistiek hulpmiddel voor het verantwoordelijk stellen van publieke figuren voor hun uitingen. Deze benadering inspireerde tegelijkertijd tientallen andere projecten over de hele wereld.[5]

De tweede golf van projecten rond feitencontroles kwam op na de wereldwijde piek in zogenoemd 'nepnieuws'. De term, die tegenwoordig buiten de bedoelde betekenis gebruikt en misbruikt wordt, beschrijft geheel gefabriceerde sensationele verhalen die een enorme hoeveelheid mensen bereiken door sociale media algoritmes in hun voordeel te gebruiken. Toen in de loop van 2016 duidelijk werd dat de online informatie infrastructuur specifiek erg gevoelig was voor desinformatie en misinformatie, richtten steeds meer groepen hun aandacht op feitencontroles.

Deze tweede golf richtte zich vaak in gelijke mate op het controleren van publieke beweringen en het ontkrachten van deze virale hoaxen. Ontkrachting is een subgroep van feitencontrole en het veronderstelt specifieke vaardigheden die overeenkomen

5 Mantzarlis, A. (2017). *In its first decade, PolitiFact helped define political fact-checking far beyond Washington, D.C.* [online] Poynter. Beschikbaar op: https://www.poynter.org/news/its-first-decade-politifact-helped-define-political-fact-checking-far-beyond-washington-dc [bezocht op 28/03/2018].

met die van verificatie (vooral 'Gebruiker-Gegenereerde Inhoud', ook wel bekend als 'user generated content' of UGC – zie de vendiagram hieronder). Deze module zal zich focussen op feitencontroles zoals die hieronder gedefinieerd zijn, terwijl de volgende module verificatie van digitale berichten en bronnen zal behandelen.[6]



Figuur 5: Het verschil tussen feitencontroles en verificatie

Voorbeelden van organisaties die zich focussen op feitencontroles over de hele wereld

Volgens de 'Duke Reporters' Lab' waren er in december 2017 137 projecten die zich focusten op feitencontroles die actief waren in 51 landen[7].

Ondanks dat de Verenigde Staten een van de grootste markten is voor feitencontroles, komt een deel van het meest doordachte en innovatieve werk uit de rest van de wereld. Docenten kunnen zich inlezen in projecten als 'Africa Check' (Zuid Afrika, Senegal, Nigeria en Kenia), 'Chequeado' (Argentinië), 'Les Décodeurs' (Frankrijk), 'Faktisk' (Noorwegen) en 'Full Fact' (Verenigd Koninkrijk).

De volgende bronnen kunnen nuttig zijn voor docenten die zich op specifieke landen of regio's willen focussen:

- **Brazillië:** "Fact-checking booms in Brazil," een artikel door Kate Steiker-Ginzberg voor 'Poynter', beschikbaar op: https://www.poynter.org/news/fact-checking-booms-brazil

6 Zie module zes

7 Stencel, M. (2017). *Fact-checking booms as numbers grow by 20 percent.* [online] Duke Reporters Lab. Beschikbaar op: https://reporterslab.org/big-year-fact-checking-not-new-u-s-fact-checkers/ [bezocht op 28/03/2018]

- **Europa:** "The Rise of Fact-Checking Sites in Europe" een rapport door Lucas Graves en Federica Cherubini voor 'Reuters Institute' van de 'University of Oxford', beschikbaar op: http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/rise-fact-checking-sites-europe#overlay-context=
- **Japan:** "A new fact-checking coalition is launching in Japan" een artikel door Masato Kajimoto voor 'Poynter', beschikbaar op: https://www.poynter.org/news/new-fact-checking-coalition-launching-japan
- **Zuid-Korea:** "What's behind South Korea's fact-checking boom? Tense politics and the decline of investigative journalism," een artikel door Boyoung Lim voor 'Poynter', beschikbaar op: http://www.poynter.org/2017/whats-behind-south-koreas-fact-checking-boom-tense-politics-and-the-decline-of-investigative-journalism/463655/
- **Latijns-Amerika:** "Lack of access to information is driving Latin America's fact-checking boom" een artikel door Ivan Echt voor 'Poynter', online beschikbaar op: https://www.poynter.org/fact-checking/2016/lack-of-access-to-information-is-driving-latin-americas-fact-checking-boom/
- **Verenigde Staten van Amerika:** "Deciding What's True: The Rise of Political Fact- Checking in American Journalism" een boek door Lucas Graves of de review daarvan door Brad Scriber op 'Poynter', online beschikbaar op: https://www.poynter.org/news/who-decides-whats-true-politics-history-rise-political-fact-checking

Methodologie en ethiek van 'fact-checking'

'Fact-checking' is geen hogere wiskunde. Feitencontroles zijn nauwkeurige analyses die gebaseerd zijn op de vraag: "Hoe weten we dit?" Feitencontroles zijn echter anders dan spellingscontroles, waarbij je een woordenboek kunt gebruiken als hulpmiddel. Feitencontroles hebben geen soortgelijk hulpboek met alle feiten. Ook bestaat er helaas geen eenvoudige software die documenten kan analyseren en alle gevallen van onjuiste feiten kan aanwijzen.

Over het algemeen bestaan feitencontroles uit drie fases:

1. **Het vinden van op feitelijkheid controleerbare beweringen** door wettelijke gegevens, mediakanalen en sociale media af te zoeken. Dit proces omvat het beoordelen van welke belangrijke publieke beweringen (a) een feitencontrole kunnen ondergaan en (b) een feitencontrole nodig hebben.

2. **Feiten vinde**n door het zoeken naar het best beschikbare bewijs om de desbetreffende bewering te controleren.
3. **Het corrigeren van de stellingen**, door de bewering te beoordelen in het licht van het bewijs. Deze beoordelingen worden meestal gedaan aan de hand van een waarheidsschaal.

Betrouwbare feitencontrole-organisaties leggen hun werkwijze uit door hun methodologieën openbaar te maken. Docenten kunnen één of meer van de volgende methodologieën behandelen met de deelnemers:

1. De pagina "How We Work" van 'Africa Check' en de 'infographic' onder het kopje 'Materials' (beschikbaar op: https://africacheck.org/about-us/how-we-work/)
2. "Metodo" van 'Chequeado' (in het Spaans beschikbaar op: http://chequeado.com/metodo/)
3. "Metodologia" en "Come funzioniamo" van 'Pagella Politica' (in het Italiaans beschikbaar op: https://pagellapolitica.it/progetto/index)
4. "The Principles of PolitiFact" van 'PolitiFact' (beschikbaar op: http://www.politifact.com/truth-o-meter/article/2013/nov/01/principles-politifact-punditfact-and-truth-o-meter/)

De 'International Fact-Checking Network' (IFCN)[8] heeft ook een gedragscode ontwikkeld met principes voor het dagelijkse werk van 'fact-checkers'.

Feitencontrole-organisaties doen een aanvraag om geverifieerde ondertekenaars van de IFCN gedragscode te worden. Dit vereist een externe beoordeling, waarbij de effectieve toepassing van deze gedragscode geëvalueerd wordt. Het kan behulpzaam zijn voor docenten van deze module om zichzelf bekend te maken met deze gedragscode, en evaluaties van feitencontrole-organisaties uit eigen land op te zoeken.[9] Hiernaast kan het interessant zijn om met de studenten te bespreken of zij sneller geneigd zijn de feitencontrole-organisaties die geverifieerde ondertekenaars van de IFCN zijn, te vertrouwen.

De principes in deze gedragscode zijn ontwikkeld om lezers te helpen bij het onderscheiden van goede en slechte feitencontroles. Docenten kunnen de volgende twee artikelen delen als voorbeeld van misinformatie die zich voordoet als een feitencontrole:

8 De auteur, Alexios Mantzarlis, leidt de 'International Fact Checking Network'.

9 Beschikbaar op: https://www.poynter.org/international-fact-checking-network-fact-checkers-code-principles. [bezocht op: 28/03/2018].

- *These fake fact-checkers are peddling lies about genocide and censorship in Turkey* ('Poynter') https://www.poynter.org/fact-checking/2017/these-fake-fact-checkers-are-peddling-lies-about-genocide-and-censorship-in-turkey/
- *In the post-truth era Sweden's far-right fake fact checker was inevitable* ('The Guardian') https://www.theguardian.com/media/2017/jan/19/in-the-post-truth-era-swedens-far-right-fake-fact-checker-was-inevitable

Wat feitelijkheid belemmert

Voordat we de praktische aspecten van feitencontroles bespreken, moeten studenten zich bewust zijn van de beperkingen van feitencontroles – en hun eigen beperkingen.

Sommige commentatoren hebben vastgesteld dat we ons in een "post-truth" of "post-fact" tijdperk bevinden. In 2016 waren deze termen terug te vinden in nieuwskoppen over de hele wereld, en werden ze geselecteerd als "Word of the Year" door zowel 'the Oxford English Dictionary' als 'the Society for the German Language'. "Post-truthers" beargumenteren dat politiek en de media zo gepolariseerd en tribaal zijn geworden dat mensen alle feiten waar zij het niet mee eens zijn kunnen afwijzen.

Dit komt niet overeen met het groeiende aantal onderzoeken dat uitwijst dat wanneer mensen gecorrigeerd worden (vooral door verwijzing naar autoriteiten die door het publiek als betrouwbaar gezien worden) ze over het algemeen beter geïnformeerd worden. Docenten kunnen de volgende onderzoeken samen met hun studenten lezen en bespreken:

- Swire, B., Berinsky, A. J., Lewandowsky, S. & Ecker, U. K. H. (2017). *Processing political misinformation: comprehending the Trump phenomenon* (1 maart 2017). Beschikbaar op: http://rsos.royalsocietypublishing.org/content/4/3/160802 [bezocht op 28/03/2018].
- Nyhan, B. & Zeitzoff, T. (2018). *Fighting the Past: Perceptions of Control, Historical Misperceptions, and Corrective Information in the Israeli-Palestinian Conflict*. Beschikbaar op: http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/pops.12449/abstract. [bezocht op: 28/03/2018].
- Wood, T. & Porter, E. (2016). *The Elusive Backfire Effect: Mass Attitudes' Steadfast Factual Adherence* (5 augustus 2016). Beschikbaar op: https://ssrn.com/abstract=2819073. [bezocht op 28/03/2018].

Tegelijkertijd zou het veel te simplistisch zijn om te stellen dat feiten perfecte afschilderingen van de wereld zijn, en dat mensen compleet rationele wezens zijn die nieuwe feiten foutloos verwerken, ongeacht eerdere overtuigingen en persoonlijke

voorkeuren. Ieder van ons heeft cognitieve en andere vooroordelen en neigingen – in wezen mentale obstakels – die het absorberen van nieuwe feitelijke informatie kunnen belemmeren. Het is cruciaal om te benadrukken dat dit niet iets is dat alleen anderen overkomt, maar dat dit geldt voor ons allemaal.

Het is belangrijk dat docenten verschillende vormen van vooringenomenheid bespreken tijdens de les, zoals:

Bevestigingsdrang [Uit de Encyclopaedia Britannica — https://www.britannica.com/topic/confirmation-bias [bezocht op 28/03/2018]: de neiging om informatie te verwerken door te zoeken naar informatie die overeenkomt met eigen bestaande overtuigingen, of door deze informatie te interpreteren zodat het overeenkomt met eigen bestaande overtuigingen. Deze bevooroordeelde benadering tot het maken van keuzes gebeurt grotendeels onbewust en resulteert vaak in het negeren van inconsistente informatie. Bestaande overtuigingen kunnen onder andere betrekking hebben op iemands verwachtingen in een bepaalde situatie, en iemands voorspellingen van een bepaalde uitkomst. Vooral wanneer de kwestie zeer belangrijk of persoonlijk relevant is, zijn mensen sterk geneigd informatie die eigen overtuigingen ondersteund te prioriteren.

Gemotiveerde redenatie [Uit Discover Magazine — http://blogs.discovermagazine.com/intersection/2011/05/05/what-is-motivated-reasoning-how-does-it-work-dan-kahan-answers/#.WfHrl4ZrzBI [bezocht op 28/03/2018]. Gemotiveerde redenatie refereert naar de onbewuste neiging van individuen om hun verwerking van informatie af te stemmen op conclusies die passen bij een bepaald doel. Reflecteer bijvoorbeeld op dit klassieke voorbeeld. In de Jaren '50 van de vorige eeuw vroegen psychologen proefpersonen (studenten van twee 'Ivy League' universiteiten) een video te bekijken van een rugbywedstrijd tussen teams van de desbetreffende universiteiten. In de video waren een reeks controversiële besluiten van scheidsrechters opgenomen. De studenten van beide scholen waren sneller geneigd om de beslissingen van de scheidsrechter goed te keuren wanneer ze voordelig waren voor de eigen universiteit, dan wanneer ze voordelig waren voor de rivaal. Het onderzoek concludeerde dat het emotionele belang van de studenten om hun loyaliteit voor hun eigen instituties te bevestigen, hun interpretatie van de beelden vormde.

Beschikbaarheidsheuristiek [Uit Oxford University Press Vanderbilt University A Dictionary of Psychology — http://www.oxfordreference.com/view/10.1093/acref/9780199534067.001.0001/acref-9780199534067-e-830 [bezocht 28/03/2018]. Een cognitieve heuristiek waardoor de frequentie of waarschijnlijkheid van een gebeurtenis wordt beoordeeld naar aanleiding van het aantal gevallen dat we ons direct kunnen herinneren. Dit kan ertoe leiden dat mensen een incorrecte bewering als waar zien, puur omdat ze zich deze bewering goed kunnen herinneren. In een experiment door

Liza Fazio aan 'Vanderbilt University' werden mensen gevraagd om de bewering 'een sari is een kilt' zes keer te herhalen. Mensen die deze bewering zes keer herhaalden, waren meer overtuigd van deze overduidelijke leugen dan mensen die de bewering maar een keer herhaalden. Wanneer journalistiek onwaarheden kritiekloos behandeld, verandert het zichzelf in een vector waarbinnen onwaarheden geloofd worden. Mediaverslaggeving over komplottheorieën rond de geboorteplaats van Barack Obama kunnen bijvoorbeeld een rol hebben gespeeld in de verspreiding van de overtuiging dat de voormalige Amerikaanse president niet echt in Hawaii zou zijn geboren.

Het is hier belangrijk te noemen dat feitencontroles een onvolmaakt instrument zijn. Iets kan 100% juist zijn en toch belangrijke context weglaten.[10] Feiten krijgen betekenis doordat ze binnen een bredere narratieve structuur worden geconstrueerd, geordend en geherstructureerd. Deze verschillende narratieve structuren kunnen ervoor zorgen dat dezelfde basisfeiten een verschillende betekenis of een verschillend gewicht krijgen. Bovendien is de waarheid meer dan een verzameling feiten. Feitencontrole is een hulpmiddel om een reeks feiten te onderschrijven die de narratieve structuur en individuele aanleg kan beïnvloeden, en rationeel debat mogelijk maakt – in plaats van dat het een hulpmiddel is dat ingezet kan worden om alternatieve interpretaties tegen te gaan.

Doelstellingen van de module

- Het vergroten van de bekendheid met wereldwijd opkomende goede werkwijzen voor 'fact-checking';
- Het vergroten van bewustzijn van de cognitieve vooroordelen die feitelijkheid kunnen belemmeren;
- Het verbeteren van kritische analyse-vaardigheden.

Leerdoelen

1. Kennis over de opkomst van 'fact-checking' als een specifieke vorm van journalistiek, en kennis over de ethische standaarden en methodologie van feitencontrole;
2. Kennis van de vragen die men kan stellen tijdens het beoordelen van de kwaliteit van bewijs;
3. Versterking van capaciteiten om op feiten controleerbare beweringen te onderscheiden van meningen en hyperbolen;

10 Zie het voorbeeld: Yanofsky, D.(2013). *The chart Tim Cook doesn't want you to see*. Beschikbaar op: https://qz.com/122921/the-chart-tim-cook-doesnt-want-you-to-see/. [bezocht op 28/03/2018].

4. Een basisbegrip van vormen van cognitieve vooringenomenheid die feitelijk begrip kan belemmeren.

Werkvorm van de module

Het theoretische gedeelte van deze les behandelt:

1. Geschiedenis en semantiek
2. Methodologie en ethiek
3. Wat feiten kan belemmeren

Het praktische gedeelte van deze les is verdeeld in twee activiteiten:

1. Het vinden van beweringen die op feitelijkheid gecontroleerd kunnen worden
2. Het vinden van de feiten. De opdracht is gefocust op het corrigeren van de verslaggeving.

De verbinding tussen het lesplan en de leerdoelen

Het theoretische gedeelte

Module Plan	Aantal uren	Leerdoelen
1. Geschiedenis en semantiek	20 min	1
2. Methodologie en ethiek	20 min	1
3. Wat feiten kan belemmeren	20 min	4

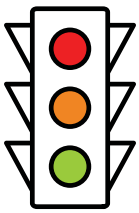
B. Het praktische gedeelte

Module Plan	Aantal uren	Leerdoelen
Activiteit 1: Het vinden van beweringen die op feitelijkheid gecontroleerd kunnen worden	30 min	3
Activiteit 2: Het vinden van de feiten	1 hour	2

i) Het vinden van beweringen die op feitelijkheid gecontroleerd kunnen worden

Een feitencontrole kan uitgevoerd worden wanneer een bewering ten minste één feit of cijfer heeft dat objectief geverifieerd kan worden. Feitencontrole oordeelt niet over de waarheidsgetrouwheid van meningen, voorspellingen, hyperbolen en grappen.

Activiteit 1: De studenten lezen de volgende fragmenten van toespraken door publieke figuren, en markeren de feitelijke beweringen die een feitencontrole kunnen ondergaan GROEN. De meningen die geen feitencontrole kunnen ondergaan markeren ze ROOD. De beweringen die hiertussen zitten markeren ze ORANJE. Nadat de studenten de geannoteerde fragmenten hebben ingeleverd, behandelt de docent elke van de beweringen en bespreekt wat een op feitelijkheid controleerbare bewering is.



GIDS

Rood – bewering kan geen feitencontrole ondergaan

Oranje – bewering valt hier tussenin

Groen – bewering kan gecontroleerd worden op feitelijkheid

Michelle Bachelet, voormalig president van Chili

Terwijl we grote vooruitgangen hebben geboekt, zijn we ons ervan bewust dat we een tweede bedreiging voor het marine-ecosysteem moeten onderkennen – plastic. Jaar naar jaar beland er wel 8 miljoen ton plastic in de oceaan. Dit plastic blijft daar honderden jaren ronddrijven en heeft een grote negatieve impact. Om dit probleem aan te pakken participeren wij in de 'Clean Seas' campagne van het VN-Milieuprogramma. Tegelijkertijd zullen we op lokaal niveau een wetsvoorstel presenteren waardoor het gebruik van plastic tasjes in kuststeden binnen 12 maanden verboden zal worden. We zullen hierdoor het eerste land in Amerika worden dat dergelijke wetgeving invoert, en moedigen andere landen aan deze verantwoordelijkheid ook op zich te nemen. Het is nu 30 jaar sinds het aannemen van 'the Montreal Protocol on Substances that Deplete the Ozone Layer', dat ervoor zorgde dat de ozonlaag zich kon herstellen. Om het 30-jarige bestaan van dit protocol te vieren wil ik graag aankondigen dat mijn land zonet het 'Kigali Amendment tot he Montreal Protocol' (2016) heeft ondertekend. Dit amendement beoogt de opwarming van de aarde met 0,5°C te voorkomen. Chili wordt hierdoor een van de eerste landen die dit verdrag zal onderteken. Maar dat is nog niet alles.

Door de creatie van een netwerk van parken in Patagonië hebben we 4,5 miljoen hectare van natuurgebieden met een grote biodiversiteit toegevoegd. Deze gebieden zullen vanaf nu beschermd worden voor openbaar gebruik.

Jacob Zuma, voormalig president van Zuid-Afrika

De huidige structuur van de wereldwijde economie zorgt ervoor dat de kloof tussen het 'Mondiale Noorden' en het 'Mondiale Zuiden' blijft groeien. Terwijl sommigen profiteren van de mondialisering leeft de meerderheid van alle volken in de wereld nog in diepe armoede en met honger, zonder hoop dat deze leefomstandigheden in de toekomst zullen verbeteren. Zelfs in ontwikkelde landen is de kloof tussen rijk en arm groot, en blijft deze kloof zeer zorgwekkend. Als we de doelen en ambities van Agenda 2030 willen

behalen, zullen de we de politieke wil en toewijding van wereldleiders nodig hebben om de uitdagingen en obstakels - die het gevolg zijn van de ongewijzigde structuur van de wereldeconomie - aan te kunnen pakken. Deze ongelijke en onrechtvaardige economische machtsverhoudingen manifesteren zich scherp in Afrika. Ons continent beschikt bijvoorbeeld over bodemschatten, maar heeft wereldwijd nog steeds het grootste aantal van minst ontwikkelde landen.

Sigmar Gabriel, voormalig minister van Buitenlandse Zaken van Duitsland

We moeten de Verenigde Naties de middelen geven die ze nodig hebben om hun mandaat te vervullen. Cijfers over de huidige situatie laten echter een ander verhaal zien:

'The World Food Programme' krijgt minder dan 50% van de financiële steun die ze nodig hebben om wereldhonger te bestrijden. 'The World Development Programme' ontvangt slechts 15% van haar bijdragen als vrijwillige, niet-gebonden betalingen, terwijl dit in 2011 nog 50% was. En het ziet er niet beter uit voor andere VN-hulpprogramma's.

Het kan niet zo zijn dat werknemers van de Verenigde Naties die veel verantwoordelijkheid hebben meer tijd besteden aan het versturen van smeekbrieven om de benodigde financiële steun te krijgen, dan aan het organiseren van actieve hulp. We moeten de koers veranderen. We moeten de Verenigde Naties het juiste niveau van financiële steun en meer vrijheid geven. In ruil hiervoor hebben wij meer efficiëntie en transparantie nodig in het uiteindelijke gebruik van deze financiële steun.

Duitsland is in ieder geval van plan zijn financiële steun aan de Verenigde Naties te behouden.

Als zijnde de op drie na grootste leverancier van de vastgestelde bijdragen - en nog veel meer dan dat, bijvoorbeeld als zijnde een van de grootste donoren van humanitaire hulp over de hele wereld - willen we een substantiële bijdrage leveren.

Mark Zuckerberg, CEO van Facebook

'Facebook' is een idealistisch en optimistisch bedrijf. Voor een groot deel van ons bestaan hebben we ons gefocust op al het goede dat het verbinden van mensen kan brengen.

Naarmate Facebook is gegroeid, hebben mensen over de hele wereld een krachtig nieuw hulpmiddel gekregen om verbonden te blijven met mensen van wie ze houden, hun stemmen kunnen laten horen, en gemeenschappen en bedrijven te kunnen vormen. Onlangs hebben we gezien dat de #MeToo-beweging en de 'March for Our Lives' deels via Facebook georganiseerd werd. Na orkaan Harvey zamelden mensen meer dan 20 miljoen dollar in voor hulpverlening. En meer dan 70 miljoen kleinschalige bedrijven gebruiken Facebook tegenwoordig om te groeien en banen te creëren.

ii) Het vinden van de feiten

Activiteit 2: Splits de groep op in kleinere subgroepjes. Laat ieder subgroepje één 'groene' bewering kiezen van de bovenstaande voorbeelden (of laat ze uit een eigen lijst kiezen).

Laat de subgroepjes zoeken naar bewijs dat de beweringen tegenspreekt of ondersteund. Moedig ze voordat ze dit doen aan om de bronnen te evalueren aan de hand van de volgende parameters:

Nabijheid: Hoe dicht staat het bewijs bij het fenomeen? *Bijv. Een nieuwsorganisatie die verslaggeeft over de huidige werkloosheidsstatistieken staat minder dicht bij de data – en is daarom minder waardevol – dan het nationale instituut dat deze werkloosheidscijfers daadwerkelijk meet.*

Expertise: Welke kwalificaties en referenties zijn er voorhanden om de kunde en kwaliteiten van de maker van het bewijs in te schatten? *Bijv. De auteur van een boek heeft een PhD op het gebied van het onderwerp en wordt zeer vaak geciteerd in zijn/haar veld.*

Nauwkeurigheid: Hoe werd het bewijs gevonden? *Bijv. Gegevens over geweld tegen vrouwen worden vaak verzameld door middel van surveys.*[11] *Surveys kunnen generalisaties en internationale vergelijkingen vermoeilijken, aangezien de bereidheid van vrouwen om deel te nemen aan een survey en de conceptualisatie van seksuele intimidatie kunnen verschillen van land tot land. Dit vermindert niet de ernst van geweld jegens vrouwen, maar benadrukt het belang van nauwkeurigheid bij het maken van beweringen.*

Transparantie: Wat weet je over het bewijs? *Bijv. Een wetenschappelijk onderzoek heeft alle gegevens online gepubliceerd zodat andere onderzoekers deze ook nauwkeurig kunnen onderzoeken.*

Betrouwbaarheid: Is er een staat van dienst die beoordeeld kan worden? *Bijv. 'Transparancy International' publiceert al meer dan 20 jaar 'the Corruption Perceptions Index'. Hierdoor hebben experts genoeg tijd gehad om eventuele tekortkomingen te vinden.*[12]

Belangenverstrengeling: Worden er ook persoonlijke of privé-belangen van de bron behartigd door het bewijs? Bijv. *Een onderzoek naar de vermeende gezondheidsvoordelen van pasta werd deels gefinancierd door een groot pasta-bedrijf.*[13]

11 Zie indicator (48) van de VN 'Gender Statistics' https://genderstats.un.org/#/downloads

12 Hough, D. (2016) Here's this year's (flawed) Corruption Perception Index. Those flaws are useful. The Washington Post. Beschikbaar op: https://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2016/01/27/how-do-you-measure-corruption-transparency-international-does-its-best- and-thats-useful/?utm_term=.7ff90ea2890f [bezocht op 23/03/2018].

13 Dit is een echt voorbeeld. Hier vindt u er meer: http://www.healthnewsreview.org/2016/07/study-really-find-pasta-opposite-fattening/. [bezocht op: 23/03/2018].

Docenten kunnen de volgende tabel uitprinten, zodat studenten het kunnen gebruiken bij het beoordelen van elke bron:

	Zwak	Matig	Goed
Nabijheid			
Expertise			
Nauwkeurigheid			
Transparantie			
Betrouwbaarheid			
Belangenverstrengeling			

Voorgestelde opdracht

Het bericht corrigeren

De deelnemers schrijven aan de hand van het beoordeelde bewijs uit de werkgroep een feitencontrole-verslag van rond de 1200 woorden. In dit verslag trekken de deelnemers een conclusie over de relatieve waarheidsgetrouwheid van de gekozen bewering. Deelnemers worden aangemoedigd een eigen beoordelingsschaal te ontwikkelen waarmee ze de op feitelijkheid gecontroleerde bewering kunnen beoordelen. 'PolitiFact' gebruikt bijvoorbeeld de volgende beoordelingsschaal:

Waar – De bewering is nauwkeurig en er mist geen belangrijke informatie.
Grotendeels waar – De bewering is waar, maar aanvullende opheldering of informatie is nodig.
Half waar – De bewering is deels waar, maar laat belangrijke details weg of haalt dingen uit de context.
Grotendeels onwaar – De bewering is gebaseerd op waarheid, maar negeert cruciale feiten die een andere indruk zouden geven.
Onwaar – De bewering is onjuist.
Complete leugen – De bewering is onjuist en maakt een belachelijke bewering.

Bij de beoordelingsschaal van 'PolitiFact' wordt de beoordeling telkens negatiever op een schaal van Waar tot Complete leugen, maar een beoordelingsschaal hoeft niet per sé lineair te zijn. 'El Sabueso' in Mexico[14] heeft bijvoorbeeld beoordelingen als 'het kan

14 AnimalPolitico (2015). Beschikbaar op:http://www.animalpolitico.com/blogueros-blog-invitado/2015/01/28/el-sabueso-un-proyecto-para-vigilar-el-discurso-publico/. [bezocht op 6/04/2018].

niet bewezen worden' voor beweringen waar helemaal geen bewijs voor te vinden is, of 'discutabel' voor beweringen waar de waarheidsgetrouwheid afhangt van de gebruikte methodologie. Moedig studenten aan creatief te zijn bij het ontwikkelen van een eigen beoordelingsschaal, om zo de verschillende kwalificaties die we een bewering kunnen geven te erkennen.

Afhankelijk van de beschikbare tijd en hulpbronnen kunnen docenten studenten ook vragen de feitencontrole te presenteren op een andere manier dan door middel van een geschreven verslag. 'Memes', korte video's, GIF's, Snapchat zijn één voor één goede instrumenten om onwaarheden tegen te gaan. Sterker nog, één onderzoek gaf zelfs dat eenzelfde feitencontrole effectiever is wanneer het gepresenteerd wordt als grappige video dan wanneer het gepresenteerd wordt als een artikel.[15]

Voor een paar voorbeelden van het presenteren van een feitencontrole op een creatieve manier kunnen docenten kijken naar de volgende artikelen van 'Poynter':

Mantzarlis, A. (2016). Fact-checkers experiment with Snapchat, GIFs and other stuff millennials . Beschikbaar op: https://www.poynter.org/news/fact-checkers-experiment-snapchat-gifs-and-other-stuff-millennials [bezocht op 28/03/2018].

Mantzarlis, A. (2016). How (and why) to turn a fact check into a GIF. [bezocht op: 28/03/2018. Beschikbaar op: https://www.poynter.org/news/how-and-why-turn-fact-check-gif [bezocht op 28/03/2018].

Literatuur

Naast de genoemde literatuur heeft 'Poynter' een speciaal feitencontrole-onderdeel beschikbaar op https://www.poynter.org/channels/fact-checking dat meerdere keren per week wordt bijgewerkt. Hieronder staan verschillende actuele en behulpzame bronnen, een groot deel hiervan komt van deze site.

Poynter (2018). How to fact-check a politician's claim in 10 steps. Beschikbaar op: https://factcheckingday.com/articles/5/how-to-fact-check-a-politicians-claim-in-10-steps. [bezocht op 06/04/2018].

Van Ess, H. (2017). *The ultimate guide to bust fake tweeters: A video toolkit in 10 steps* Beschikbaar op: https://www.poynter.org/news/ultimate-guide-bust-fake-tweeters-video-toolkit-10-steps. [bezocht op 06/04/2018].

Mantzarlis, A. (2015). *5 things to keep in mind when fact-checking claim about science.* Beschikbaar op: https://www.poynter.org/

15 Young, D., Jamieson, K., Poulsen, S. and Goldring, A. (2017). *Fact-Checking Effectiveness as a Function of Format and Tone: Evaluating* FactCheck.org *and FlackCheck.org.* Journalism & Mass Communication Quarterly, 95(1), pp.49-75

news/5-things-keep-mind-when-fact-checking-claims-about-science. [bezocht op 06/04/2018].

Mantzarlis, A. (2016). *5 tips for fact-checking claims about health.* Beschikbaar op https://www.poynter.org/news/5-tips-fact-checking-claims-about-health. [bezocht op 06/04/2018].

Mantzarlis, A. (2015). *5 tips for fact-checking datasets.* Beschikbaar op: https://www.poynter.org/news/5-tips-fact-checking-datasets. [bezocht op 06/04/2018].

Mantzarlis, A. (2015). *5 studies about fact-checking you may have missed last month* (Poynter). Beschikbaar op: https://www.poynter.org/news/5-studies-about-fact-checking-you-may-have-missed-last-month. [bezocht op 06/04/2018].

Mantzarlis, A. (2017). *Repetition boosts lies — but it could help fact-checkers too.* Beschikbaar op: https://www.poynter.org/news/repetition-boosts-lies-could-help-fact-checkers-too. [bezocht op 06/04/2018].

Mantzarlis, A. (2017). *French and American voters seem to respond to fact-checking in a similar way.* Beschikbaar op: https://www.poynter.org/news/french-and-american-voters-seem-respond-similar-way-fact-checking. [bezocht op 06/04/2018].

Funke, D. (2017). *Where there's a rumour, there's an audience. This study sheds light on why some take off.* Beschikbaar op: https://www.poynter.org/fact-checking/2017/where-theres-a-rumor-theres-an-audience-this-study-sheds-light-on-why-some-take-off/ [bezocht op 06/04/2018].

Funke, D. (2017). *Want to be a better online sleuth? Learn to read webpages like a fact-checker.* Beschikbaar op: https://www.poynter.org/news/want-be-better-online-sleuth-learn-read-webpages-fact-checker. [bezocht op 06/04/2018].

Funke, D. (2017). *These two studies found that correcting misperceptions works. But it's not magic.* Beschikbaar op: https://www.poynter.org/news/these-two-studies-found-correcting-misperceptions-works-its-not-magic. [bezocht op 06/04/2018].

Mantzarlis, A. (2017). *What does the "Death of Expertise" mean for fact-checkers?* Beschikbaar op: https://www.poynter.org/news/what-does-death-expertise-mean-fact-checkers. [bezocht op 06/04/2018].

Mantzarlis, A. (2017). *Journalism can't afford for corrections to be the next victim of the fake news frenzy.* Beschikbaar op: https://www.poynter.org/fact-checking/2017/journalism-cant-afford-for-corrections-to-be-next-victim-of-fake-news-frenzy/. [bezocht op 06/04/2018].

Mantzarlis, A. (2016). *Should journalists outsource fact-checking to academics?* Beschikbaar op: https://www.poynter.org/news/should-journalists-outsource-fact-checking-academics. [bezocht op 06/04/2018].

Boeken

Ball, J. (2017). *Post-Truth: How Bullshit Conquered the World*. London: Biteback Publishing.

Gladstone, B. (2017). *The Trouble with Reality: a Rumination on Moral Panic in Our Time*. New York: Workman Pu.

Graves, L. (2016). *Deciding What's True: the Rise of Political Fact-Checking Movement in American Journalism*. New York: Columbia University Press.

Online hulpbronnen

Het 'International Fact-Checking Day' rollenspel kaartspel lesplan (gemaakt voor studenten van 14 tot 16 jaar) is beschikbaar op: http://factcheckingday.com/lesson-plan. Op deze website staan ook pagina's met tips en informatie, een link naar een online les voor universiteitsstudenten, en een literatuurlijst over feiten en feitencontroles.

SOCIALE MEDIA VERIFICATIE: HET BEOORDELEN VAN BRONNEN EN VISUEEL MATERIAAL

door Tom Trewinnard en Fergus Bell

MODULE 6

Deze module is ontworpen om deelnemers te helpen bij het identificeren en verifiëren van primaire en originele online digitale informatiebronnen. De module introduceert verschillende strategieën voor het bepalen van de authenticiteit van bronnen, foto's en video's, waaronder voornamelijk Gebruiker-Genereerde Inhoud (UGC, 'User Generated Content) die gedeeld is via sociale netwerken.

Aan het einde van deze module zijn deelnemers zich meer bewust van de verschillende soorten onjuiste en misleidende uitingen die vaak gedeeld worden tijdens actuele gebeurtenissen op platformen zoals *Facebook*, *Twitter*, *Instagram* en *YouTube*.[1] Dergelijke uitingen worden regelmatig opgepikt en versterkt door nieuwsorganisaties die verder betrouwbaar zijn, met als resultaat dat deze nieuwsorganisaties zichzelf in diskrediet brengen. Ze worden ook onopzettelijk verspreid en versterkt binnen sociale netwerken door journalisten die soms het doelwit zijn van kwaadwillige actoren die het publieke debat willen beïnvloeden[2] en de geloofwaardigheid van verslaggevers als betrouwbare bronnen willen benutten[3].

Deelnemers worden aangemoedigd om hun instincten te testen met echte scenario's en voorbeelden, nog voordat ze de basis onderzoekstechnieken en -strategieën in praktijk brengen bij het verifiëren van uitingen, waaronder:

- Het identificeren van originele bronnen en hier op juiste wijze naar verwijzen, in lijn met de ethische richtlijnen voor journalistiek gebruik van 'Gebruiker-Gegenereerde Inhoud' (oftewel 'User-Generated-Content', UGC)[4]
- Het identificeren en uitsluiten van nep-accounts, internettrollen of bots[5] [6]
- Bevestigen dat beeldmateriaal op correcte wijze toegeschreven is aan de originele bron
- Het verifiëren van de opname- en uploadtijd
- Het geo-lokaliseren van foto's en video's

1 Alejandro, J. (2010). *Journalism In The Age Of Social Media.* Reuters Institute Fellowship.Beschikbaar op: http://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/research/files/Journalism%2520in%2520the%2520Age%25200f%2520Social%2520Media.pdf [bezocht op: 22/04/2018].

2 Paulussen, S. & Harder, R. (2014). *Social Media References in Newspapers*. Journalism Practice, 8(5), pp.542-551.

3 In module 7 wordt dit probleem uitvoerig behandeld

4 Zie de 'UGC Ethics guide': https://ethics.journalists.org/topics/user-generated-content/ van de 'Online News Association' [bezocht op 18/4/2018].

5 163 Woolley, S.C. & Howard, P.N. (2017). *Computational Propaganda Worldwide: Executive Summary*. Samuel Woolley en Philip N. Howard, Eds. Working Paper 2017.11. Oxford, UK: Project on Computational Propaganda. comprop.oii.ox.ac.uk. Beschikbaar op: https://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Casestudies-ExecutiveSummary.pdf [bezocht op 22/04/2018].

6 Joseph, R. (2018). Guide. *How to verify a Twitter account*. Africa Check. Beschikbaar op: https://africacheck.org/factsheets/guide-verify-twitter-account/. [bezocht op 6/04/2018]

Doordat journalisten in staat zijn originele bronnen te identificeren en verifiëren, kunnen zij deze originele bronnen toestemming vragen om de Gebruiker-Gegenereerde Inhoud (UGC) te publiceren. Zo kunnen ze voldoen aan de ethische en wettelijke vereisten.

Theoretisch kader

In *The Elements of Journalism*[7] bevestigen Bill Kovach en Tom Rosenstiel: "Uiteindelijk is de discipline van verificatie hetgeen dat de journalistiek onderscheidt van amusement, propaganda, fictie, of kunst... Enkel journalistiek richt zich voornamelijk op het achterhalen van de werkelijke gebeurtenissen...". In dezelfde geest onderzoekt deze module de 'discipline van verificatie" in het huidige tijdsgewricht.

Sociale media hebben de journalistiek veranderd. 'Real-time' publieksbetrokkenheid heeft geleid tot het 'crowdsourcing' van nieuwsberichten. Zelfs onderdelen van verslaggeving, zoals verificatie, kunnen nu uitbesteed worden aan het publiek.[8] Journalistiek blijft in wezen een discipline van verificatie[9], maar methodes voor het verifiëren van inhoud en bronnen moeten constant worden bijgewerkt en aangevuld, zodat ze in lijn blijven met de snel veranderende technologieen, online gedragingen en nieuwspraktijken. Tijdens de Arabische Lente is bijvoorbeeld de 'open verificatie' benadering – een proces van publieke, collaboratieve, 'real-time' verificatie - ontwikkeld. Maar vanwege de risico's die gepaard gaan met het viraal gaan van misinformatie tijdens het verloop van het stapsgewijs verifiëren van informatie op een publiek forum (bijvoorbeeld een verslaggever die ongeverifieerde informatie deelt met als doel het verificatieproces uit te besteden aan het publiek), blijft dit een omstreden proces.[10]

Vandaag de dag behoren verslagen van ooggetuigen en beeldmateriaal tot de belangrijkste en meest overtuigende middelen die een journalist of nieuwsorganisatie kan gebruiken om een indrukwekkend verhaal te vertellen. Bij een actueel onderwerp is snelheid een cruciale factor bij het verifiëren van sociale media informatie.[11]

Journalisten moeten in staat zijn om in grote hoeveelheden informatie hun weg te vinden, om zo de bronnen, informatie en beelden te kunnen bereiken die van belang zijn. De snel toenemende hoeveelheid beeldmateriaal (foto's, video's en GIF's) die op sociale platformen wordt geüpload, wordt aangedreven door drie belangrijke factoren:

7 Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *The elements of journalism: What newspeople should know and the public should expect*. New York: Crown Publishers.

8 Carvin, A. (2012). *Distant witness: Social Media's Journalism Revolution*. New York, NY: CUNY Journalism Press.

9 Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2014). Op cit

10 Posetti, J. & Silverman, S. (2014). *When Good People Share Bad Things: The basics of social media verification*. In Mediashift, 24 juli 2014. Beschikbaar op: http://mediashift.org/2014/07/goodwhen-good-people-share-bad-things-the-basics-of-social-media-verification/ [bezocht op 22/04/2018]

11 Brandtzaeg, P., Lüders, M., Spangenberg, J., Rath-Wiggins, L. & Følstad, A. (2015). *Emerging Journalistic Verification Practices Concerning Social Media*. Journalism Practice, 10(3), pp.323-342

- De verspreiding van met camera uitgeruste smartphones over de hele wereld[12]
- Een vergrote toegang tot goedkope (en op sommige plekken gratis) mobiele dataverbindingen
- De opkomst van wereldwijde sociale netwerken en sociale netwerken waarop iedereen uitingen kan publiceren en publieke aandacht kan genereren

Bij veel nieuwsscenario's worden de eerste verslagen, foto's en videomaterialen van een gebeurtenis – zoals een protest, een treinongeluk, een orkaan, of een terroristische aanval – vaak gepubliceerd door een ooggetuige, deelnemer of omstander met een smartphone.

De technieken om deze berichten te verifiëren kunnen verschillen. Deze hangen af van de bronnen, normen en standaarden van een nieuwsredactie, en van de werkwijze van de journalisten zelf. In deze module maken studenten kennis met enkele algemeen geaccepteerde methodes, online hulpmiddelen en online bronnen, maar net als de technologie ontwikkelen deze hulpmiddelen zich snel.[13]

Zoals Kovach en Rosenstiel (2014)[14] voorstellen, gelden er enkele algemene richtlijnen voor verificatie:

- Wees sceptisch tijdens het redigeren
- Houd een nauwkeurigheids-checklist bij
- Neem niets aan – laat je niet misleiden door misbruik van signalen die doorgaans geassocieerd worden met 'waarachtigheid'[15]
- Wees voorzichtig met anonieme bronnen.

Door de bron van de informatie of het beeldmateriaal te identificeren, en door een reeks van controles uit te voeren op zowel de bron als de gedeelde inhoud, zou u in staat moeten zijn het als de bron te identificeren (mits de controles de vereiste resultaten opleveren).[16]

Deze controles bootsen het werk dat een journalist zou uitvoeren als hij of zij fysiek aanwezig was op de plaats van een nieuwsgebeurtenis en hier een ooggetuige interviewde na. Een journalist die een persoonlijk interview afneemt, zou het verhaal van

12 Zie dia 5 van het 'Internet Trends Report': https://www.slideshare.net/kleinerperkins/internet-trends-v1 Door 'Mary Meeker' [bezocht op 22/04/2018].

13 Schifferes, S., Newman, N., Thurman, N., Corney, D., Göker, A. & Martin, C. (2014). *Identifying and Verifying News through Social Media.* Digital Journalism, 2(3), pp.406-418.

14 Kovach & Rosenstiel (2014). Op cit.

15 Zimmer, B (2010). "Truthiness", The New York Times.https://www.nytimes.com/2010/10/17/magazine/17FOB-onlanguage-t.html?searchResultPosition=1[bezocht op 15/04/2018].

16 Bell, F. (2015). *Verification: Source vs Content* [*online*] *Medium*. Beschikbaar op: https://medium.com/1st-draft/verficiation-source-vs-content-b67d6eed3ad0 [bezocht op 22/04/2018].

de ooggetuige nauwkeurig onderzoeken en ondervragen. Hij of zij zou verder vragen naar belangrijke details en gebaseerd op deze feitencontrole een conclusie trekken over de betrouwbaarheid. Instinct kan hier ook een rol spelen, naast aanwijzingen die zijn af te leiden uit het gedrag van een persoon. Het proces van het bevestigen van een digitale bron moet het mogelijk maken conclusies te trekken, zelfs als het niet mogelijk is om persoonlijk of 'in real-time' met de persoon in kwestie te spreken.[17]

Veel grote nieuwsredacties hebben teams en dure technologie, of hebben contracten met dienstverleners afgesloten, die er op gericht zijn deze berichten zo snel mogelijk te vinden[18]. Daarnaast proberen ze tegelijkertijd ook de publicatie- en zendrechten te verkrijgen, en verifiëren ze de inhoud vóór publicatie. De meeste kleinere nieuwsredacties en individuele journalisten hebben geen beschikking over dergelijke middelen[19], en zijn afhankelijk van hun eigen evoluerende, systematische methodologie om de betrouwbaarheid te bepalen.[20]

Waarom is verificatie van de bron en het beeldmateriaal zo belangrijk? Kort gezegd; het is onontbeerlijk voor goede journalistiek. Het is in de huidige digitale wereld makkelijk voor actoren met slechte bedoelingen om overtuigende en moeilijk te identificeren nep-uitingen te maken en delen. Er zijn veel gevallen bekend waarin professionele journalisten en nieuwsredacties hun reputatie schaadden, doordat ze misleidende informatie, foto's of video's, of informatie van een neppersoon deelden of publiceerden. Soms interpreteren ze satirische berichten verkeerd, en delen of publiceren ze het als feitelijk nieuws.[21]

Het probleem wordt verergerd door de hoeveelheid beeldmateriaal die online beschikbaar is. Al dit beeldmateriaal kan uit de context gehaald en hergebruikt worden bij verslaggeving van toekomstige nieuwsgebeurtenissen. Dit zien we dagelijks over de hele wereld in gevallen waarin actoren met slechte bedoelingen met hoaxen zowel politici als professionele journalisten om de tuin leiden.

Er zijn echter vele stappen die genomen kunnen worden om de geloofwaardigheid van een bepaalde bron vast te stellen. Er zullen belangrijke vragen gesteld moeten worden.

17 Kovach & Rosenstiel (2014). Op cit.

18 Diakopoulos N., De Choudhury M. & Naaman M. (2012). *Finding and assessing social media information sources in the context of journalism* Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings, , pp. 2451-2460. Beschikbaar op: http://www.nickdiakopoulos.com/wp-content/uploads/2011/07/SRSR-diakopoulos.pdf [bezocht op 22/04/2018]

19 Schifferes, S., Newman, N., Thurman, N., Corney, D., Goker, A.S. & Martin, C. (2014). *Identifying and verifying news through social media: Developing a user-centred tool for professional journalists*. Digital Journalism, 2(3), pp. 406-418. Beschikbaar op: http://openaccess.city.ac.uk/3071/1/IDENTIFYING AND VERIFYING NEWS THROUGH SOCIAL MEDIA.pdf [bezocht op 22/04/2018]

20 Brandtzaeg, P. B., Lüders, M., Spangenberg, J., Rath-Wiggins, L., & Følstad, A. (2016). *Emerging journalistic verification practices concerning social media*. Journalism Practice, 10(3), 323-342.

21 Deutsche Welle (2018) *Germany's Bild falls for hoax and unleashes fake news debate* (22/02/2018) Beschikbaar op: http://www.dw.com/en/germanys-bild-falls-for-hoax-unleashes-debate-on-fake-news/a-42704014 [bezocht op 22/04/2018].

Sommige vragen zullen direct gericht zijn aan de bron, anderen zullen beantwoord worden door gebruik te maken van bewijs dat beschikbaar wordt door middel van onderzoek. Er kunnen verificatiehulpmiddelen gebruikt worden om te achterhalen waarvandaan een bron iets post, maar het is ook mogelijk om een bron handmatig aan triangulatie te onderwerpen. Dit kan men doen door de sociale mediageschiedenis van de persoon te analyseren en te zoeken naar aanwijzingen die erop wijzen hoe aannemelijk het is dat iemand op een bepaalde tijd op een bepaalde plek was. Het onderzoeken van de geschiedenis van zijn of haar interacties met andere mensen en het controleren van gelinkte inhoud in berichten op sociale media helpt ook bij een dergelijk handmatig verificatieproces. Ook helpt dit bij het verwijderen van informatie die is gedeeld door bots of internettrollen.

Het is essentieel om sceptisch te zijn tijdens het bewerkingsproces, maar van de mensen die verwikkeld raken in nieuwsgebeurtenissen en hun verhalen hierover delen, zal de overgrote meerderheid er niet op uit zijn mensen te bedriegen. De meerderheid deelt slechts hun ervaringen. Wanneer er wel misinformatie ontstaat is deze niet per definitie kwaadaardig. In plaats daarvan kan het zo zijn dat individuen zich de gebeurtenis niet goed kunnen herinneren, of ervoor gekozen hebben het verhaal te verfraaien. Dit kan ook voorkomen wanneer je de gelegenheid krijgt om een fysiek, persoonlijk interview af te nemen, zoals ook herkenbaar is in de tegenstrijdige verhalen die gedeeld worden en uitspraken die gedaan worden vanaf een plaats delict. Op dergelijke plekken kunnen de relazen van de getraumatiseerde getuigen of slachtoffers zeer sterk uiteenlopen.

De herkomst van beeldmateriaal is misschien niet met volledige zekerheid vast te stellen, maar er zijn verschillende aspecten die gezien kunnen worden als duidelijke waarschuwingen. Deze kunnen ontdekt worden door middel van een simpel verificatieproces, dat op basis van de volgende vragen uitgevoerd kan worden:

- Is het beeldmateriaal origineel, of is het afkomstig uit eerdere verslaggeving en wordt het op een misleidende manier hergebruikt?
- Is het beeldmateriaal digitaal gemanipuleerd?[22]
- Is het mogelijk de tijd en plek waarop de foto of video is (op)genomen te achterhalen met behulp van metadata?
- Is het mogelijk de tijd en plek waarop de foto of video is (op)genomen te achterhalen met behulp van visuele aanwijzingen in het beeldmateriaal?

22 Studenten die de schietpartij op een school in Parkland (Florida, de VS) hebben overleefd en een succesvol nationaal protest hebben georganiseerd voor controle en betere wetgeving rond wapenbezit, werden afgebeeld in gemanipuleerde afbeeldingen die op kanalen van partijdige sociale media websites verspreid werden: https://www.buzzfeed.com/janelytvynenko/here-are-the-hoaxes-and-conspiracies-still-going-around?utm_term=.euy6NPayy#.jhe2YvV44. [bezocht op 22/04/2018].

Om deze waarschuwingssignalen efficiënt te kunnen achterhalen, moeten we ook begrijpen welke verschillende soorten vals of misleidend beeldmateriaal vaak voorkomen:

- **Verkeerde tijd/verkeerde plaats:** de meest veelvoorkomende soort van misleidend beeldmateriaal is hergebruik van oud beeldmateriaal waarbij nieuwe beweringen gedaan worden over wat er in de beelden te zien is. Wanneer deze beelden viraal gaan, komt dit meestal door gebruikers die het bericht per ongeluk delen. De berichten zijn vaak gemakkelijk te ontkrachten, maar niet makkelijk terug te trekken[23].
- **Gemanipuleerd beeldmateriaal:** beeldmateriaal dat digitaal is gemanipuleerd met behulp van foto- of videobewerkingssoftware.
- **Geënsceneerd beeldmateriaal:** origineel beeldmateriaal dat gecreëerd of gedeeld is met als doel mensen te misleiden[24].

In deze module zullen studenten kennis maken met basishulpmiddelen en -technieken voor bron- en inhoudsverificatie (dia's, waaronder aantekeningen voor docenten, en aanvullende literatuur is inbegrepen). Deze basishulpmiddelen en -technieken omvatten: [25]

***Facebook* account analyse:** Je kan meer te weten komen over een bron door het Facebook account van deze bron te analyseren en hierbij gebruik te maken van een online hulpmiddel van Intel Techniques[26].

***Twitter* account analyse**: Je kan meer te weten komen over een bron door de sociale geschiedenis van een bron te analyseren en hierbij gebruik te maken van 'Africa Check'. Dit maakt het makkelijker om bots en internettrollen die Tweets posten te identificeren.[27]

Omgekeerd afbeelding zoeken: Met 'Google Reverse Image Search'[28], 'TinEye'[29]or 'RevEye'[30], kan men controleren of een afbeelding hergebruikt wordt om een nieuwe bewering te ondersteunen of een nieuwe gebeurtenis te representeren. Door omgekeerd een afbeelding te zoeken onderzoek je of één of meer beelddatabases een eerdere versie van de betreffende afbeelding bevatten. Het is een groot

23 Deze video claimt bewijs te zijn van een overstroming in 'Bengaluru International Airport' in India, maar is eigenlijk hergebruikt beeldmateriaal van een overstroming bij een Mexicaans vliegveld. https://www.thequint.com/news/webqoof/fake-video-claiming-bengaluru-airport-was-flooded-is-from-mexico [bezocht op 22/04/2018].

24 Kunstmatige intelligentie en geavanceerde videobewerkingshulpmiddelen zorgen ervoor dat het moeilijk is valse video's te herkennen, zoals dit beeldmateriaal van Obama laat zien: https://www.youtube.com/watch?v=AmUC4m6w1wo [bezocht op 03/04/2018].

25 Onthoud dat nieuwshulpmiddelen zich blijven ontwikkelen, en dat de docent deze nieuwe technologieën en technieken kan vinden en testen samen met de studenten.

26 Beschikbaar op: https://inteltechniques.com/osint/facebook.html. [bezocht op 03/04/2018].

27 Joseph (2018). Op cit

28 *How to do a Google Reverse Image Search*: https://support.google.com/websearch/answer/1325808?hl=en [bezocht op 22/04/2018].

29 Ga naar https://www.tineye.com/ [bezocht op 22/04/2018]

30 http://squobble.blogspot.co.uk/2009/12/chromeeye-tineye-extension-for-google.html [bezocht op 22/04/2018]

waarschuwingsteken wanneer een zoekopdracht aantoont dat de afbeelding bestond vóór dat de geclaimde gebeurtenis plaats vond. In dit geval is het zeer waarschijnlijk dat een afbeelding is hergebruikt en eigenlijk bij een andere gebeurtenis hoort. Wanneer een zoekopdracht geen resultaten toont, betekent het nog niet dat de afbeelding origineel is. Er moeten in dit geval nog meer controles gedaan worden.

'YouTube Data Viewer': Er is geen 'omgekeerd video zoeken'-hulpmiddel dat publiekelijk beschikbaar is, maar hulpmiddelen als 'YouTube Data Viewer'[31] van *Amnesty*, 'InVID'[32] en 'NewsCheck'[33] kunnen thumbnail-afbeeldingen van *YouTube*-video's detecteren, en door middel van 'omgekeerd afbeeldingen zoeken' ('reverse image search') zoeken of er eerdere versies van de video zijn geüpload. (Hulpmiddelen laten ook precies zien wannéér de video is geüpload.)

'EXIF Viewer': EXIF zijn de metagegevens die gekoppeld zijn aan beeldmateriaal dat een breed scala aan gegevens bevat. Deze gegevens zijn tijdens het vastleggen van het beeldmateriaal gecreëerd door digitale camera's en telefooncamera's. Deze gegevens kunnen metagegevens omvatten over de precieze tijd, datum en locatie van het vastleggen. Ook kunnen ze apparaat-gegevens en gegevens over de lichtinstellingen omvatten. EXIF metagegevens zijn dus uiterst nuttig tijdens het verificatieproces, maar een grote beperking ervan is dat sociale media de metagegevens van beeldmateriaal verwijderen. Dit houdt in dat afbeeldingen die gedeeld worden op *Twitter* of *Facebook* geen EXIF-gegevens weergeven. Het is echter wel mogelijk om contact op te nemen met degene die het beeldmateriaal heeft geüpload, om op die manier het originele beeldmateriaal te verkrijgen. Hierdoor wordt het mogelijk de EXIF-gegevens alsnog te gebruiken om het bericht te verifiëren. Het is belangrijk te onthouden dat EXIF-gegevens kunnen worden gewijzigd. Verdere verificatie is dus vereist.

Deelnemers zullen een algemene introductie krijgen in geavanceerde technieken. Ook krijgen ze aanvullende leesmaterialen en casestudy's aangereikt. Deze technieken omvatten:

31 How to use Amnesty's YouTube Data Viewer: https://firstdraftnews.org/curriculum_resource/youtube-data-viewer/ [bezocht op 22/04/2018].

32 Het video verificatie-hulpmiddel 'InVid' is beschikbaar op: http://www.invid-project.eu/tools-and-services/invid-verification-plugin/. [bezocht op 22/04/2018].

33 Over '*NewsCheck*: https://firstdraftnews.org/launching-new-chrome-extension-newscheck/ [bezocht op 22/04/2018].

- **Geolocatie:** Geolocatie is het proces waarin wordt vastgesteld waar een video of afbeelding is vastgelegd. Dit kan eenvoudig zijn als de geschikte metagegevens beschikbaar zijn. EXIF-gegevens van mobiele telefoons omvatten vaak coördinaten, en berichten op sociale media (bijvoorbeeld Instagram, Facebook en Twitter) bevatten soms een 'geotag' ('geotagging' is een proces waarbij een bericht op sociale media gelinkt wordt aan gps-coördinaten. Het is echter belangrijk om te noemen dat dit soort metagegevens bewerkbaar zijn en dus misleidend kunnen zijn). Voor geolocatie wordt er vaak geprobeerd kruisverbanden te vinden tussen de technische beeldkenmerken en herkenningspunten die in het beeldmateriaal te vinden zijn, en tussen satellietbeelden, 'Google Street View'-beelden en beeldmateriaal dat via andere bronnen beschikbaar is (zoals ander beeldmateriaal dat op *Twitter*, *Facebook* en *YouTube* is geplaatst).
- **Bevestiging van het weer:** Bronnen als 'WolframAlpha'192 bevatten historische gegevens over het weer, en maken het mogelijk te controleren of de weersomstandigheden die te zien zijn in het beeldmateriaal bevestigd worden door het historische gegevens. (Bijvoorbeeld: Wordt er regen weergegeven in het beeldmateriaal terwijl er volgens meteorologische bronnen op de desbetreffende dag geen regen is gemeten?)
- **Schaduwanalyse:** Een mogelijke manier om een foto of video te onderzoeken is door onderzoek te doen naar de interne samenhang tussen de zichtbare schaduwen (bijvoorbeeld: Zijn er schaduwen waar je ze zou verwachten, en komen alle zichtbare schaduwen overeen met de relevante lichtbronnen?)
- **Forensisch onderzoek naar beeldmateriaal:** Sommige hulpmiddelen zijn in staat om inconsistenties en mogelijke manipulatie te detecteren in de metagegevens van beeldmateriaal. De toepasbaarheid van deze technieken is zeer afhankelijk van de context en beoogde doelen, maar hulpmiddelen als 'Forensically'[34], 'Photo Forensics'[35] en 'IziTru'[36] kunnen klonen detecteren en foutenanalyses uitvoeren. Hierdoor kunnen deze hulpmiddelen nuttige inzichten opleveren.

34 'WolframAlpha'-hulmiddelen zijn beschikbaar op: https://www.wolframalpha.com/examples/science-and-technology/weather-and-meteorology/ [bezocht op 22/04/2018].

35 Wagner, J. (2015). *Forensically, Photo Forensics for the Web*. [Blog] 29a.ch. Beschikbaar op: https://29a.ch/2015/08/16/forensically-photo-forensics-for-the-web [bezocht op 22/04/2018].

36 'Fotoforensics'-hulpmiddelen zijn beschikbaar op: http://fotoforensics.com/ [bezocht op 22/04/2018]

Doelstellingen van de module

- Het vergroten van het bewustzijn over de rol van Gebruiker-Gegenereerde Inhoud (UGC) die via sociale netwerken is gedeeld binnen huidige journalistiek, naast de risico's en valkuilen die afhankelijkheid van Gebruiker-Gegenereerde Inhoud (UGC) met zich mee brengt;
- Het vergroten van inzicht in het belang van het verkrijgen van toegang tot en informatie over de primaire bron in een nieuwsverhaal en het proces om dit te kunnen doen;
- Het vergroten van het begrip dat Gebruiker-Gegenereerde Inhoud (UGC) geverifieerd moet worden, en het uitsluiten van verschillende soorten onechte en misleidende berichten;
- Het vergroten van het bewustzijn over de basismethoden die gebruikt worden bij het verifiëren van afbeeldingen en video's, en ontkrachten van onecht beeldmateriaal.

Leerdoelen

1. Een diepgaand begrip van de rol van Gebruiker-Gegenereerde Inhoud (UGC) in de huidige journalistiek;
2. Een begrip van het belang van verificatie van digitale berichten;
3. Bewustzijn en een technisch begrip van hoe hulpmiddelen gebruikt kunnen worden bij het verifiëren van een originele bron;
4. De mogelijkheid om een algemene verificatie van foto's en video's uit te voeren;
5. Bewustzijn vergroten van verder geavanceerde technieken en metagegevens die gebruikt kunnen worden bij het verificatieproces;
6. Bewustzijn creëren van het belang van het vragen van toestemming voor het gebruik van Gebruiker-Gegenereerde Inhoud (UGC) en andere online berichten, en kennis over hoe dit gedaan moet worden;

Werkvorm van de module

Deze module wordt gepresenteerd in een theoretisch hoorcollege van 60 minuten, en een driedelige praktische demonstratie van in totaal 120 minuten. Het is de praktische aard van dit onderwerp dat zich goed leent voor een langere interactieve werkgroep met praktische opdrachten die de demonstraties aanvullen.

Theoretisch: Maak gebruik van het bovenstaande theoretische kader bij het ontwerpen van een hoorcollege dat gaat over verificatie als een integrale maar evoluerende journalistieke methode in het digitale tijdperk.

Praktisch: De praktische sessie van 120 minuten leent zich voor een interactieve demonstratie en een interactief werkcollege. Deze praktische sessie kan worden opgedeeld in drie verschillende delen.

Docenten behoren de bovenstaande informatie te gebruiken, en de dia's die via de onderstaande links zijn te downloaden te behandelen. Bij de dia's staan ook aanvullende aantekeningen voor docenten:

i. **Bron-identificatie en -verificatie.** Het controleren van de sociale geschiedenis van bronnen: https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_one.pdf

ii. **Basis afbeeldingverificatie.** Veel voorkomende soorten valse beelden en basisverificatie-stappen: https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_ curriculum_verification_digital_sources_two.pdf

iii. **Verder geavanceerde verificatie.** Benaderingen voor inhoudsanalyse, waaronder metagegevensanalyse en geolocatie: https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_three.pdf

De verbinding tussen het lesplan en de leerdoelen

A. Het theoretische gedeelte

Module Plan	Aantal uren	Leerdoelen
Hoorcollege: Achtergrond en theoretische informatie over verificatie en de ontwikkeling van methoden	1 uur	1, 2, 6

B. Het praktische gedeelte

Module Plan	Aantal uren	Leerdoelen
i) Bronverificatie – sociaal (Opdracht)	30 min	2, 3
ii) Omgekeerd Afbeelding Zoeken (Demonstratie & opdracht)	15 min	2, 3, 4
ii) Video analyseren (Demonstratie)	30 min	2, 3, 4
iii) Introductie tot verschillende soorten metagegevens (Demonstratie)	15 min	2, 5
iii) Geolocatie (Demonstratie + opdracht)	20 min	2, 4, 5
iii) Weeronderzoek, schaduwanalyse en forensisch onderzoek naar afbeeldingen (Demonstratie)	10 min	2, 4, 5

Voorgestelde opdracht

- Deelnemers ontwerpen een bronverificatiewerkstroom met behulp van het algemene voorbeeld op de 8e dia van de eerste diapresentatie. Deelnemers gebruiken een echte rol, de plek waar ze werken, of een nieuwsorganisatie die ze kennen.
- Selecteer een sociale media-account van een populair persoon en vraag de deelnemers de gedemonstreerde hulpmiddelen te gebruiken om vast te stellen of de accounts oprecht zijn, en laat ze hulpmiddelen gebruiken om gerelateerde maar niet-authentieke accounts te identificeren.
- Selecteer en deel een beeldbestand met de groep en vraag hen bepaalde informatie te identificeren door gebruik te maken van een online 'EXIF viewer'. Laat ze ook gebruik maken van 'Reverse Image Search'-hulpmiddel zodat de deelnemers achter de originele bron kunnen komen.

Werkmateriaal

Dia's

1. https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_one.pdf
2. https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_two.pdf

3. https://en.unesco.org/sites/default/files/unesco_fake_news_curriculum_verification_digital_sources_three.pdf

Literatuur

Bronverificatie

Ayala Iacucci, A. (2014). Case Study 3.1: *Monitoring and Verifying During the Ukrainian Parliamentary Election, Verification Handbook*. European Journalism Centre. Beschikbaar op: http://verificationhandbook.com/book/chapter3.1.php. [bezocht op 04/04/2018].

Bell, F. (2015). *Verification: Source vs*. Content, First Draft News. Beschikbaar op: https://medium.com/1st-draft/verification-source-vs-content-b67d6eed3ad0. [bezocht op 04/04/2018].

Carvin, A. (2013), *Distant Witness*, CUNY Journalism Press. Beschikbaar op: http://press.journalism.cuny.edu/book/distant-witness-social-media-the-arab-spring-and-a-journalism-revolution/. [bezocht op 04/04/2018].

Toler, A. (2017). *Advanced guide on verifying video content*. Beschikbaar op: https://www.bellingcat.com/resources/how-tos/2017/06/30/advanced-guide-verifying-video-content/.[bezocht op 04/04/2018].

Trewinnard, T. (2016). *Source verification: Beware the bots, First Draft News*. Beschikbaar op: https://firstdraftnews.com/source-verification-beware-the-bots/. [bezocht op 04/04/2018].

Video

Real or Fake: How to verify what you see on the internet. (2015). France24. Beschikbaar op: https://www.youtube.com/watch?v=Q8su4chuU3M&feature=yout [bezocht op 04/04/2018].

Knight, W. (2018). *The Defense Department has produced the first tools for catching deepfakes*, MIT Technology Review. Beschikbaar op: https://www.technologyreview.com/s/611726/the-defense-department-has-produced-the-first-tools-for-catching-deepfakes/ [bezocht op 23/08/2018].

'Eyewitness Media'

Brown, P. (2015). *A global study of eyewitness media in online newspaper sites*. Eyewitness Media Hub. Beschikbaar op: http://eyewitnessmediahub.com/uploads/browser/files/Final%20Press%20Study%20-%20eyewitness%20media%20hub.pdf. [bezocht op 04/04/2018].

Hermida, A. (2013). *#JOURNALISM*. Digital Journalism, 1(3), pp.295-313.

Koettl, C. (2016, Januari 27). *Citizen Media Research and Verification: An Analytical Framework for Human Rights Practitioners*. Centre of Governance and Human Rights, University of Cambridge. Beschikbaar op: https://www.repository.cam.ac.uk/handle/1810/253508. [bezocht op 04/04/2018].

Kuczerawy, A. (2016, 16 december). *Pants on fire: content verification tools and other ways to deal with the fake news problem*. Beschikbaar op: https://revealproject.eu/pants-on-fire-content-verification-tools-and-other-ways-to-deal-with-the-fake-news-problem/ [bezocht op 22/01/2018].

Novak, M. (n.d.). *69 Viral Images From 2016 That Were Totally Fake*. Beschikbaar op: https://gizmodo.com/69-viral-images-from-2016-that-were-totally-fake-1789400518. [bezocht op 12/11/2017].

Online News Association: UGC Ethics Guide https://ethics.journalists.org/topics/user-generated-content/ [bezocht op 18/4/2018].

Pierre-Louis, K. (2017). *You're probably terrible at spotting faked photos*. Beschikbaar op: https://www.popsci.com/fake-news-manipulated-photo. [bezocht op 12/11/2017].

Rohde, D. (2013). *Pictures That Change History: Why the World Needs Photojournalists*. The Atlantic. Beschikbaar op: https://www.theatlantic.com/international/archive/2013/12/pictures-that-change-history-why-the-world-needs-photojournalists/282498/. [bezocht op 03/04/2018].

Shapiro, I., Brin, C., Bédard-Brûlé, I. & Mychajlowcz, K. (2013) *Verification as a Strategic Ritual: How journalists retrospectively describe processes for ensuring accuracy*, published in Journalism Practice, 7(6).

Smidt, J. L., Lewis, C. & Schmidt, R. (2017). *Here's A Running List Of Misinformation About Hurricane Irma.* Beschikbaar op: https://www.buzzfeed.com/janelytvynenko/irma-misinfo/. [bezocht op 23/10/2017].

Wardle, C. (2015). *7/7: Comparing the use of eyewitness media 10 years on*. Beschikbaar op: https://firstdraftnews.com:443/77-comparing-the-use-of-eyewitness-media-10-years-on/. [bezocht op 12/11/2017].

Wardle, C., Dubberley, S., & Brown, P. (2017). *Amateur Footage: A Global Study of User-Generated Content in TV and Online News Output*. Beschikbaar op: http://usergeneratednews.towcenter.org/how-when-and-why-ugc-is-integrated-into-news-output/. [bezocht op 23/10/2017].

Zdanowicz, C. (2014). *"Miracle on the Hudson" Twitpic changed his life*. Beschikbaar op: http://www.cnn.com/2014/01/15/tech/hudson-landing-twitpic-krums/index.html. [bezocht op 12/11/2017].

'Reverse Image Search'

First Draft News. *Visual Verification Guide - Photos* -. Beschikbaar op: https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2017/03/FDN_verificationguide_photos.pdf?x47084. [bezocht op 06/11/2017].

Suibhne, E. (2015). *Baltimore "looting" tweets show importance of quick and easy image checks*. Beschikbaar op: https://medium.com/1st-draft/baltimore-looting-tweets-show-importance-of-quick-and-easy-image-checks-a713bbcc275e. [bezocht op 06/11/2017].

Seitz, J. (2015). *Manual Reverse Image Search With Google and TinEye*. Beschikbaar op: https://www.bellingcat.com/resources/how-tos/2015/05/08/manual-reverse-image-search-with-google-and-tineye/. [bezocht op 06/11/2017].

'YouTube Data Viewer'

First Draft News. (n.d.). *Using YouTube Data Viewer to check the upload time of a video* -. Beschikbaar op: https://firstdraftnews.com:443/resource/using-youtube-data-viewer-to-check-the-upload-time-of-a-video/. [bezocht op 13/11/2017].

Toler, A. (2017). *Advanced Guide on Verifying Video Content*. Beschikbaar op: https://www.bellingcat.com/resources/how-tos/2017/06/30/advanced-guide-verifying-video-content/. [bezocht op 13/11/2017].

Meta-gegevens analyse

Honan, M. (2012). *How Trusting in Vice Led to John McAfee's Downfall*. Beschikbaar op: https://www.wired.com/2012/12/how-vice-got-john-mcafee-caught/. [bezocht op 03/04/2018].

Storyful. (2014). *Verifying images: why seeing is not always believing*. Beschikbaar op: https:/storyful.com/blog /2014/01/23/verifying-images-why-seeing-is-not-always-believing/. [bezocht op 13/11/2017].

Wen, T. (2017). *The hidden signs that can reveal a fake photo*. Beschikbaar op: http://www.bbc.com/future/story/20170629-the-hidden-signs-that-can-reveal-if-a-photo-is-fake. [bezocht op 12/11/2017].

Inhoudsanalyse

Ess, H. van. (2017). *Inside the trenches of an information war*. Medium. Beschikbaar op: https://medium.com/@henkvaness/how-to-date-a-mysterious-missile-launcher-78352ca8c3c3. [bezocht op 03/04/2018].

Farid, H. (2012a). *Image Authentication and Forensics | Fourandsix Technologies - Blog - A Pointless Shadow Analysis*. Beschikbaar op: http://www.fourandsix.com/blog/2012/9/4/a-pointless-shadow-analysis.html. [bezocht op 03/04/2018].

Farid, H. (2012b). *Image Authentication and Forensics | Fourandsix Technologies - Blog - The JFK Zapruder Film*. Beschikbaar op: http://www.fourandsix.com/blog/2012/9/11/the-jfk-zapruder-film.html. [bezocht op 03/04/2018].

Farid, H. (n.d.-c). Photo Forensics: In the Shadows - Still searching - Fotomuseum Winterthur. Beschikbaar op: https://www.fotomuseum.ch/de/explore/still-searching/articles/26425_photo_forensics_in_the_shadows. [bezocht op 03/04/2018].

First Draft News. (2016). *Watch Eliot Higgins demonstrate advanced verification techniques at #FDLive*. Beschikbaar op: https://firstdraftnews.com:443/watch-eliot-higgins-discuss-advanced-verification-and-geolocation-techniques-at-fdlive/. [bezocht op 03/04/2018].

Higgins, E. (2015, July 24). *Searching the Earth: Essential geolocation tools for verification*. Beschikbaar op: https://medium.com/1st-draft/searching-the-earth-essential-geolocation-tools-for-verification-89d960bb8fba. [bezocht op 03/04/2018].

Online bronnen

First Draft Interactive: Geolocation Challenge. Beschikbaar op: https://firstdraftnews.com/resource/test-your-verification-skills-with-our-geolocation-challenge/. [bezocht op03/04/2018].

First Draft Interactive: Observation Challenge. Beschikbaar op: https://firstdraftnews.com/resource/test-your-verification-skills-with-our-observation-challenge/. bezocht op 03/04/2018].

First Draft Online Verification Course. Beschikbaar op: https://firstdraftnews.org/learn/ [bezocht op 03/04/2018]

HET BESTRIJDEN VAN ONLINE MISBRUIK: WANNEER JOURNALISTEN EN HUN BRONNEN HET DOELWIT ZIJN

door Julie Posetti

MODULE 7

Samenvatting

Het probleem van desinformatie en misinformatie[1], dat geloofwaardige journalistiek en betrouwbare informatie ondermijnt, is tijdens het sociale media tijdperk drastisch geëscaleerd. Als gevolg hiervan worden journalisten, online uitgevers, en hun bronnen, die informatie en commentaar willen verifiëren en delen, opzettelijk tot doelwit gemaakt. De daaraan verbonden risico's kunnen het vertrouwen in de journalistiek en de veiligheid van zowel journalisten als hun bronnen verder ondermijnen.

In sommige gevallen worden journalisten het doelwit van 'astroturfing'[2] en 'trolling'[3] - opzettelijke pogingen om journalisten te "misleiden, mis-informeren, verwarren en bedreigen"[4] door middel van het delen van informatie die gemaakt is om journalisten of hun bronnen af te leiden en ze in de verkeerde richting te sturen. Ook kunnen journalisten het doelwit worden van mensen die hen willen misleiden zodat ze onjuiste informatie delen. Hierdoor kan het zijn dat feiten op een valse manier geïnterpreteerd worden, of kan de geloofwaardigheid van de journalist (en de nieuwsorganisatie waarbij hij of zij is aangesloten) worden verminderd wanneer onthuld wordt dat het valse informatie is. In andere gevallen worden ze geconfronteerd met digitale aanvallen, die er bijvoorbeeld op gericht zijn hun bronnen bloot te leggen, hun privacy te schenden zodat ze grotere risico's lopen, of toegang te krijgen tot ongepubliceerde gegevens.

Daarnaast is er ook een fenomeen genaamd 'digital hate squads', waarbij overheden 'digitale haatploegen' mobiliseren om kritisch commentaar minder hevig te maken en vrijheid van meningsuiting te onderdrukken.[5] Dan is er ook nog een serieus probleem van online intimidatie en geweld (wat soms de problematische term 'trolling'[6] krijgt). Online intimidatie en geweld zijn zeer vaak vrouwonvriendelijk, en voornamelijk vrouwen zijn hier vaak het doelwit van. Hierdoor kunnen journalisten, hun bronnen, en commentatoren onderhevig raken aan een golf van online misbruik, valse beweringen

1 Voor definities zie: Wardle, C. & Derakhshan, H. (2017). *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policymaking* (Council of Europe). https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-researc/168076277c [bezocht op 30/03/2018].

2 'Astroturfing' is een term die afgeleid is van een bepaald soort kunstgras dat gebruikt wordt om oppervlaktes te bedekken zodat het lijkt op natuurlijk gras. In de context van desinformatie gaat het over het verspreiden van nep-informatie, gericht op journalisten en het publiek met het doel om ze om te leiden of te misleiden, voornamelijk in de vorm van 'bewijs' of valse algemene steun voor een persoon, een idee of wetgeving. Zie ook: https://www.techopedia.com/definition/13920/astroturfing [bezocht op 20/03/2018].

3 Coco, G. (2012). *Why Does Nobody Know What Trolling Means? A quick reference guide for the media* op Vice.com. https://www.vice.com/en_au/article/ppqk78/what-trolling-means-definition-UK-newspapers [bezocht op 30/03/2018].

4 Posetti, J. (2013). *The 'Twitterisation' of investigative journalism* in S. Tanner & N. Richardson (Eds.), Journalism Research and Investigation in a Digital World (pp. 88-100): Oxford University Press, Melbourne. http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=2765&context=lhapapers [bezocht op 30/03/2018].

5 Riley M, Etter, L and Pradhan, B (2018) *A Global Guide To State-Sponsored Trolling*, Bloomberg: https://www.bloomberg.com/features/2018-government-sponsored-cyber-militia-cookbook/ [bezocht op 21/07/2018].

6 Let op: in de context van het internet refereert de term 'trolling' naar bepaalde handelingen die bijvoorbeeld kunnen variëren van plagen, iemand om de tuin leiden, en aanzetten tot opzettelijk bedrog. Het wordt echter steeds vaker gebruikt om alle vormen van online misbruik te omvatten. Dit is mogelijk problematisch, aangezien het een breed scala aan handelingen samenvoegt en hierdoor mogelijk de ernst van online misbruik onderschat.

over hun gedrag, misrepresentaties van hun identiteit, en bedreigingen die gemaakt zijn om ze te vernederen, om hun zelfvertrouwen te ondermijnen, ze in diskrediet te brengen, ze af te leiden en hun verslaggeving minder doeltreffend te maken.[7] Tegelijkertijd wordt er op veel plekken voortdurend fysiek geweld gebruikt met als doel kritische verslaggeving te onderdrukken. Het gevaar hiervan wordt vergroot doordat het nu ook wordt gevoed door online aanmoediging en intimidatie.

Journalisten kunnen directe slachtoffers van desinformatiecampagnes zijn, maar ze proberen dit actief tegen te werken. Naast het versterken van digitale verdediging, werken veel journalisten actief aan het blootleggen van de aanvallen en de aanvallers die er achter zitten. Door samen te werken met initiatieven en NGO's op het gebied van Media en Informatie Geletterdheid, spelen nieuwsmedia ook een rol in het onderwijzen van het publiek over waarom het koesteren en beschermen van de journalistiek zo belangrijk zijn.

Theoretisch kader

Het ontwarren van de problemen

i) Het herkennen van en reageren op 'trolling' en 'astroturfing'[8]

Onder deze fenomenen valt ook het fabriceren van personen en gebeurtenissen met als doel journalisten en hun publiek om te tuin te leiden, en het organiseren van sociale mediacampagnes die gericht zijn op het nabootsen van spontane publieke reacties. Het kan moeilijk zijn om actueel nieuws en legitieme ooggetuigenverklaringen te onderscheiden van vervalste berichten, of berichten die vol zitten met onjuistheden. Deze berichten trachten journalisten, andere online commentators, en hun werk opzettelijk te misleiden of ondermijnen door hen ertoe te verleiden valse informatie te delen.

Voorbeelden van dit soort gedrag zijn:

- De fabricatie van slachtoffers van rampen en terroristische aanvallen (zie het voorbeeld van de bomaanslagen in Manchester[9]) om mensen ertoe te verleiden berichten te delen die de reputatie en/of geloofwaardigheid van individuen die mogelijk betrokken zijn geweest in het distributieproces, waaronder journalisten, kunnen schaden.

7 Zie bijvoorbeeld: https://www.independent.co.uk/news/world/americas/twitter-maggie-haberman-new-york-times-quits-social-media-jack-dorsey-a8459121.html

8 De volgende link is erg nuttig voor een uitleg van 'astroturfing' die gebruikt kan worden bij het lesgeven: https://youtu.be/Fmh4RdIwswE

9 Zie voor verdere toelichting over het voorbeeld van de bomaanslag in Manchester: https://www.theguardian.com/technology/2017/may/26/the-story-behind-the-fake-manchester-attack-victims [bezocht op 30/03/2018].

- De publicatie van berichten die zich voordoen als nieuwswaardig en geproduceerd zijn door fictieve personen zoals het 'lesbische meisje in Damascus'[10]. In 2011 deden de media massaal verslag over de arrestatie van een Syrische lesbienne – de auteur bleek een student uit de Verenigde Staten te zijn die buiten het land gevestigd was. 'The Australian Broadcasting Corporation' wees het verhaal toe aan Jess Hill. Zij zegt dat de waarden en methoden van traditionele verificatie hebben voorkomen dat zij in haar programma een onjuistheid heeft gereproduceerd en versterkt.
  "Wij hebben geen verslag gedaan van de arrestatie, omdat we simpelweg niemand konden vinden die haar daadwerkelijk persoonlijk had ontmoet. Geen familieleden, geen persoonlijke vrienden. We hebben twee dagen naar mensen gezocht, vroegen of onze Syrische contacten ons konden doorverwijzen naar mensen die mogelijk contact met haar hadden gehad, maar geen één aanwijzing bleek ergens toe te leiden. Het feit dat wij geen één persoon konden vinden die haar daadwerkelijk kent of heeft ontmoet, vormde een sterke waarschuwing waardoor wij het verhaal niet hebben gepubliceerd. Nieuwsorganisaties die zich haastten om verslag te doen van het verhaal hebben een belangrijke basisstap overgeslagen. Ze zijn niet terug naar de bron gegaan, en rapporteerden nieuws gebaseerd op een blogpost."[11]

Een andere motivatie voor fenomenen als 'trolling' en 'astroturfing' is de wens journalisten af te leiden van hun onderzoek door vruchteloze onderzoekslijnen naar voren te brengen. Hierdoor worden rapportage-inspanningen belemmerd en worden journalisten afgeschrikt van het zoeken naar de waarheid.

Voorbeelden van deze soort misleiding omvatten:

- De poging de beweringen over de grootte van het publiek bij de inhuldiging van Donald Trump op 20 januari 2017 te duiden als 'alternatieve feiten'[12]
- Hedendaagse oorlogspropaganda, bijvoorbeeld de Taliban die valse en misleidende details over gevechten tweet naar journalisten in Afghanistan.[13]
- Datasets die worden overhandigd aan journalisten. Deze datasets bevatten verifieerbare informatie van algemeen belang, maar worden onbetrouwbaar wanneer er desinformatie aan is toegevoegd.

10 Young, K. (2017). *How to Hoax Yourself: The Case of the Gay Girl in Damascus,* 9 november 2017, in The New Yorker. https://www.newyorker.com/books/page-turner/how-to-hoax-yourself-gay-girl-in-damascus [bezocht op 30/03/2018].

11 Posetti, J. (2013). op cit

12 NBC News (2017) Video: https://www.nbcnews.com/meet-the-press/video/conway-press-secretary-gave-alternative-facts-860142147643 [bezocht op 30/03/2018].

13 Cunningham, E (2011). *In shift, Taliban embrace new media*, GlobalPost. https://www.pri.org/stories/2011-05-21/shift-taliban-embrace-new-media [bezocht op 30/03/2018].

Door de komst van computationele propaganda[14] is het risico van 'astroturfing' en 'trolling' voor journalisten in de laatste jaren groter geworden. Bots en internettrollen worden gebruikt om doelgerichte valse informatie en propagandaberichten te verspreiden en deze te laten lijken op een organische groeiende collectieve beweging.[15] Kunstmatige intelligentie wordt gebruikt om 'deepfake'-video's en andere soorten berichten te creëren. Deze 'deepfake'-video's[16] en andere soorten berichten zijn gemaakt om de doelwitten, waaronder journalisten en voornamelijk vrouwelijke verslaggevers, in diskrediet te brengen.

Voorbeelden van dit soort praktijken omvatten:

- De onafhankelijke nieuwssite 'Rappler.com' en haar grotendeels vrouwelijke personeel die het doelwit werden van een actieve online misbruikcampagne. "Betaalde 'trollen', misleidende redeneringen, grote sprongen in logica en lastercampagnes (ook wel 'smear tactics') zijn een paar van de propagandatechnieken die ervoor gezorgd hebben dat de publieke opvattingen over belangrijke kwesties in de Filipijnen zijn veranderd."[17] (zie hieronder voor een uitgebreide discussie)
- Een rijke familie werd beschuldigd van corruptie en beïnvloeding van belangrijke staatsbedrijven en politici in Zuid-Afrika (ook wel 'state capture'), en huurde het Britse PR-bedrijf 'Bell Pottinger' in om een uitgebreide propagandacampagne te bedenken. 'Bell Pottinger' verspreidde de berichten via een groot desinformatie-netwerk bestaande uit websites, media en een betaald Twitter-leger dat journalisten, zakenmensen en politici het doelwit maakte van beledigende en vijandige berichten. Ook werden ze het doelwit van gefotoshopte afbeeldingen die gemaakt waren om de doelwitten te vernederen en hun onderzoek tegen te werken.[18] Prominente redacteur Ferial Haffajee werd in deze periode het doelwit van een online intimidatie-campagne, waarbij haar imago gemanipuleerd werd en er een onjuiste indruk

14 Woolley, S. & Howard, P. (2017). *Computational Propaganda Worldwide: Executive Summary,* Working Paper No. 2017.11 (Oxford University). http://comprop.oii.ox.ac.uk/wp-content/uploads/sites/89/2017/06/Casestudies-ExecutiveSummary.pdf [bezocht op 30/03/2018].

15 Let op: De oppervlakkige verslaggeving over botcampagnes tijdens de verkiezingen in het Verenigd Koninkrijk in 2017 is indicatief voor de vele obstakels die overwonnen dienen te worden om goede verslaggeving te verzorgen op het gebied van dit soort kwesties. C.f. Dias, N. (2017). *Reporting on a new age of digital astroturfing,* First Draft News. https://firstdraftnews.com/digital-astroturfing / [bezocht op 29/03/2018].

16 De term 'deepfake' is een samenvoeging van 'deep learning' en 'fake'. Bij een 'deepfake' wordt kunstmatige intelligentie gebruikt bij het maken van frauduleuze berichten, soms van pornografische aard, die vrijwel niet te detecteren zijn. Het wordt gebruikt bij cyberaanvallen met als doel mensen, waaronder journalisten, in diskrediet te brengen. Zie: Cuthbertson, A (2018) *What is 'deepfake' porn? AI brings face-swapping to disturbing new level* in Newsweek http://www.newsweek.com/ what-deepfake-porn-ai-brings-face-swapping-disturbing-new-level-801328 [bezocht op 17/06/2018].

17 Ressa, M. (2016). Propaganda War: Weaponising the Internet, Rappler. https://www.rappler.com/nation/148007-propaganda-war-weaponizing-internet [bezocht op 30/03/2018].

18 Extensive dossier on the Gupta's 'fake news empire'. Beschikbaar op: https://www.timeslive.co.za/news/south-africa/2017-09-04-the-guptas-bell-pottinger-and-the-fake-news-propaganda-machine/. [bezocht op 30/03/2018].

van haar personage gecreëerd werd. Daarnaast werd de hashtag #presstitute gebruikt.[19]

- Het geval van journaliste Rana Ayyub, waarbij valse informatie die gemaakt was om haar kritische verslaggeving tegen te werken, massaal werd verspreid. Dit leidde ertoe dat vijf speciale rapporteurs van de Verenigde Naties de Indiase overheid om bescherming hebben gevraagd. De onafhankelijke journaliste was het doelwit van een combinatie van desinformatie over haar personage op sociale media, waaronder 'deepfake' video's die vals suggereerden dat ze pornografische video's had gemaakt. Ook ontving ze bedreigingen met verkrachting en doodsbedreigingen.[20]
- De casus aangaande de Finse journaliste Jessikka Aro wordt behandeld onder 'Digitale veiligheidsdreigingen en defensieve strategieën' in deel ii) van deze module.

Andere modules in dit handboek richten zich specifiek op technische verificatietechnieken, maar het is belangrijk om te zorgen dat deelnemers in staat zijn om de kwaadaardige motieven van sommige online operators in het maken, het verspreiden en journalisten tot doelwit maken van desinformatie en misinformatie als deel van een patroon van misbruik te leren begrijpen.

Kritische vragen ter aanvulling van de technische methoden van informatieverificatie:

1. Zouden er kwaadaardige bedoelingen kunnen schuilen achter het gedeelde bericht of de 'tag'?
2. Is de persoon die het bericht plaatst gebaat bij het plaatsen van het bericht? Zo ja, op welke manier?
3. Wat kunnen de gevolgen zijn voor mij/mijn professionele geloofwaardigheid/ een nieuwsmedia institutie of werkgever als ik het bericht deel?
4. Heb ik genoeg gedaan om de identiteit/affiliaties/betrouwbaarheid/motieven van het individu vast te stellen? (bijvoorbeeld: probeert degene desinformatie te verspreiden of te profiteren van de verkoop van berichten die illegaal zijn verkregen zonder dat dit gerechtvaardigd kan worden doordat de berichten van algemeen belang zijn)?

19 Haffajee, F. (2017). Ferial Haffajee: The Gupta fake news factory and me. HuffPost South Africa. [online] Beschikbaar op: https://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/ [bezocht op 06/04/2018].

20 UN experts call on India to protect journalist Rana Ayyub from online hate campaign http://www.ohchr.org/EN/NewsEvents/Pages/DisplayNews.aspx?NewsID=23126&LangID=E; [bezocht op 17/08/2018]. Zie ook: Ayyub, R. (2018). In India, journalists face slut-shaming and rape threats. https://www.nytimes.com/2018/05/22/opinion/india-journalists-slut-shaming-rape.html [bezocht op 17/06/2018].

5. Is de informatie geplaatst of gedeeld door een mens of een bot? [21]

6. Wanneer u een 'data-dump' ontvangt van een vermeende klokkenluider, moet u de gegevens hiervan dan onafhankelijk verifiëren voordat u alle gegevens volledig publiceert? Is het mogelijk dat de dataset doorspekt is met desinformatie en misinformatie met doel u en anderen opzettelijk te misleiden en in diskrediet te brengen?

ii) Digitale veiligheidsdreigingen en defensieve strategieën

Journalisten, mensenrechtenverdedigers en 'bloggers'/sociale media activisten zijn steeds kwetsbaarder geworden voor cyberaanvallen. Hun gegevens of bronnen kunnen worden aangetast door kwaadwillende actoren die onder meer gebruik maken van 'phishing', malware-aanvallen, en identiteitsvervalsing ('identity spoofing').[22]

Een voorbeeld van dit soort praktijken:

Bekroonde onderzoeksjournaliste Jessikka Aro werkt voor de publieke omroep YLE van Finland en is sinds 2014 het doelwit van georganiseerde 'troll'-campagnes. Haar veiligheid is digitaal bedreigd, onder meer door 'spoofing' en 'doxing'[23], waarbij 'trollen' persoonlijke informatie onthulden en desinformatie over haar hebben verspreid. Als gevolg hiervan ontving ze ontelbare boze berichten op berichten-apps en in haar postvak. "Ik werd gebeld door iemand die een pistool afvuurde. Even later werd ik ge-sms't door iemand die beweerde mijn overleden vader te zijn, en hij vertelde mij dat hij mij aan het 'observeren' was," zegt ze.[24] Aro heeft haar waardering uitgesproken voor redacteuren die journalisten beschermen tegen bedreigingen en ze spoort journalisten aan propaganda te onderzoeken en te belichten.

Hierdoor is het belangrijk dat journalistieke actoren alert zijn op de volgende bedreiging:

21 Zie bijvoorbeeld: https://botcheck.me

22 Op 'Technopedia' wordt 'spoofing' beschreven als een frauduleuze of kwaadaardige praktijk, waarbij communicatie verstuurd wordt door een anonieme bron die zich vermomd als een bron die de ontvanger reeds kent. Een 'spoof' e-mail kan ook aanvullende bedreigingen bevatten, zoals een Trojaans paard of andere virussen. Deze programma's kunnen leiden tot significante schade aan computers, doordat ze onverwachte activiteiten teweegbrengen, waaronder het verlenen van toegang, het verwijderen van documenten enzovoorts: https://www.techopedia.com/definition/5398/spoofing [bezocht op 29/03/2018].

23 Op 'Technopedia' wordt 'doxing' beschreven als het proces van het ophalen, hacken en publiceren van andermans informatie, zoals namen, adressen, telefoonnummers en bankgegevens. 'Doxing' kan gericht zijn op een specifiek persoon of een specifieke organisatie. Er kunnen veel redenen zijn voor 'doxing', maar een van de meest populaire redenen is dwang. 'Doxing' is straattaal, en is afgeleid van het woord ".doc", omdat er bij 'doxing' vaak documenten worden opgehaald en gedeeld. Hackers hebben verschillende manieren ontwikkeld voor 'doxing', maar een van de meest voorkomende methoden is het verkrijgen van het e-mailadres van het slachtoffer, het wachtwoord ontcijferen en inbreken in het account om persoonlijke informatie te verkrijgen: https://www.techopedia.com/definition/29025/doxing [bezocht op 29/03/2018].

24 Aro, J. 2016. *The cyberspace war: propaganda and trolling as warfare tools*. European View. Sage Journals, juni 2016, Vol. 15, nr. 1. http://journals.sagepub.com/doi/full/10.1007/s12290-016-0395-5 [bezocht op 20/07/2018].

12 belangrijke digitale veiligheidsdreigingen[25]

- Doelgerichte controle en massale surveillance;
- Het exploiteren van software en hardware buiten medeweten van het doelwit;
- 'Phishing'-aanvallen[26];
- Aanvallen door gebruik te maken van valse domeinnamen;
- Zogenaamde 'Man-in-the-Middle' aanvallen (MitM)[27];
- 'Denial-of-service' aanvallen (DoS) en 'distributed-denial-of-service' aanvallen (DDOS)[28];
- Het bekladden en ontsieren van websites;
- Compromitteren van gebruikersaccounts;
- Intimidaties, pesterijen en het gedwongen blootleggen van online netwerken;
- Desinformatie- en lastercampagnes;
- Het in beslag nemen van een journalistiek product, en;
- Gegevensopslag en datamining;

Voor verdedigingsstrategieën zie: *Building Digital Safety for Journalism*.[29]

Voor de implicaties voor vertrouwelijke bronnen en klokkenluiders die samenwerken met journalisten en andere mediaproducenten zie: *Protecting Journalism Sources in the Digital Age*.[30]

Het herkennen en omgaan met online intimidatie en geweld

"Ik ben een vieze hoer, verdomde zigeuner, Jood, islamitische slet, Griekse parasiet, walgelijke migrant, domme psychopaat, leugenaar en een bevooroordeelde hater genoemd. Ze blijven mij vertellen dat ik naar huis moet gaan en zelfmoord zou moet

25 Posetti, J. (2015). New Study: *Combatting the rising threats to journalists' digital safety* (WAN-IFRA). https://blog.wan-ifra.org/2015/03/27/new-study-combatting-the-rising-threats-to-journalists-digital-safety [bezocht op 30/03/2018].

26 King, G (2014) *Spear phishing attacks underscore necessity of digital vigilance*, CPJ. https://cpj.org/blog/2014/11/spear-phishing-attacks-underscore-necessity-of-dig.php [bezocht op 29/03/2018].

27 'Technopedia' beschrijft een 'man-in-the-middle' aanval (MITM) als "een vorm van afluisteren waarbij de communicatie tussen twee gebruikers afgeluisterd en aangepast wordt door een onbevoegde partij. Over het algemeen luistert de aanvaller actief af door een belangrijk publiek bericht te onderscheppen, (een deel van) het bericht te vervangen met een eigen bericht en het opnieuw te versturen". https://www.techopedia.com/definition/4018/man-in-the-middle-attack-mitm [bezocht op 29/03/2018].

28 Zie de definities hiervan op 'Technopedia'. https://www.techopedia.com/definition/24841/denial-of-service-attack-dos b. https://www.techopedia.com/definition/10261/distributed-denial-of-service-ddos [bezocht op 29/03/2018].

29 Henrichsen, J. et al. (2015). *Building Digital Safety for Journalism* (UNESCO) Paris. http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002323/232358e.pdf [bezocht op 30/03/2018].

30 Posetti, J. (2017). Protecting Journalism Sources in the Digital Age (UNESCO). Paris. http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002480/248054E.pdf [bezocht op 30/03/2018].

plegen. Ze zeggen dat als ik dat niet doe, ze mij neer zullen schieten, mijn tong af zullen snijden, en een voor een mijn vingers af zullen breken. Ze blijven mij bedreigen met groepsverkrachtingen en seksuele marteling."[31] Dit zijn de woorden van de beroemde Zweeds journaliste Alexandra Pascalidou, die in 2016 voor de Europese Commissie in Brussel een getuigenis aflegde over haar ervaringen op het internet.

De wereldwijde proliferatie van dit soort online misbruik gericht op vrouwelijke journalisten en commentators heeft ertoe geleid dat de Verenigde Naties (waaronder UNESCO[32]) en andere organisaties het probleem herkennen, hebben opgeroepen actie te voeren en er naar streven oplossingen voor dit probleem te vinden.

De 'Organisation for Security and Co-operation in Europe' (OSCE) sponsort onderzoek dat de internationale impact van online misbruik van vrouwelijke journalisten – die in ongelijke mate het doelwit zijn van 'hate trolling' – aantoont.[33]

Dit onderzoek bouwt verder op een onderzoek van de Britse denktank 'Demos', die honderdduizenden tweets analyseerde en ondervond dat journalistiek de enige categorie was waar vrouwen vaker het slachtoffer waren van online misbruik dan mannen. "Vrouwelijke journalisten en TV nieuwspresentatoren zijn het slachtoffer van ongeveer drie keer zoveel online misbruik/mishandeling dan hun mannelijke collega's"[34]. De meest gebruikte woorden waren «slet», «verkrachten» en «hoer».

Een kenmerk van de online mishandeling van vrouwelijke journalistieke actoren is het gebruik van desinformatietactieken – er worden leugens verspreid over hun persoonlijkheid of hun werk met als doel hun geloofwaardigheid te ondermijnen, ze te vernederen en te zorgen dat hun publieke commentaar en verslaggeving minder impact heeft.

De toevoeging van geweldsdreigingen, waaronder verkrachting en moord, en het stapel-effect (organische, georganiseerde of gerobotiseerde online massa-aanvallen op een persoon) verergeren de negatieve impact.

De intieme aard van deze aanvallen, die vaak 's ochtends vroeg en 's avonds laat worden ontvangen op persoonlijke apparaten, maakt deze impact nog groter. "Er zijn dagen dat ik wakker word met berichten van verbaal geweld en in de avond weer ga slapen met seksistische en racistische woede die in mijn hoofd blijft hangen. Het is net een laag-intensieve, constante oorlogvoering", zegt Pascalidou.

---

31 Posetti, J. (2016). *Swedish journalist Alexandra Pascalidou Describes Online Threats of Sexual Torture and Graphic Abuse* in The Sydney Morning Herald, 24/11/2016. http://www.smh.com.au/lifestyle/news-and-views/swedish-broadcaster-alexandra-pascalidou-describes-online-threats-of-sexual-torture-and-graphic-abuse-20161124-gswuwv.html [bezocht op 30/03/2018].

32 Posetti, J. (2017). *Fighting Back Against Prolific Online Harassment: Maria Ressa* in L. Kilman (Ed) op cit Zie ook:: Resolutie 39 van UNESCO's 39e General Conference waarin "the specific threats faced by women journalists including sexual harassment and violence, both online and offline." opgemerkt worden. Beschikbaar op: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000259913.locale=en [bezocht op 25/06/2020].

33 OSCE (2016). *Countering Online Abuse of Female Journalists*. http://www.osce.org/fom/220411?download=true [bezocht op 30/03/2018].

34 Bartlett, J. et al. (2014) *Misogyny on Twitter*, Demos. https://www.demos.co.uk/files/MISOGYNY_ON_TWITTER.pdf [bezocht op 30/03/2018].

Maria Ressa[35], directeur en hoofdredacteur van 'Rappler', is een casestudy in het bestrijden van zeer actieve online misbruik in de context van een gigantische desinformatiecampagne verbonden aan de Filipijnse staat. Ze is voormalig oorlogscorrespondent van 'CNN', maar ze zegt dat geen enkele ervaring in het veld haar heeft kunnen voorbereiden op de gigantische en verwoestende campagne bestaande uit online gendergerelateerd geweld, dat sinds 2016 op haar gericht is. "Ze noemden me lelijk, een hond, een slang, en ik ben bedreigd met verkrachting en moord," zegt ze. Ressa kan de aantal keren dat ze met de dood is bedreigd niet meer bijhouden. Daarnaast is ze het onderwerp geweest van hashtag-campagnes als #ArrestMariaRessa en #BringHerToTheSenate. Deze hastags zijn gemaakt om online groepen in aanval-modus te krijgen, zowel Ressa als 'Rappler' in diskrediet te brengen, de impact van hun verslaggeving kleiner te maken en ze te ontmoedigen. "Het begon in een spiraal van stilte. Iedereen die kritisch was of vragen stelde over buitengerechtelijke moorden werd aangevallen, bruut aangevallen. De vrouwen werden het zwaarst getroffen. En we hebben ons gerealiseerd dat het systeem gemaakt is om afwijkende meningen te onderdrukken – het is gemaakt om journalisten volgzaam te maken. We horen geen moeilijke vragen te stellen, en we horen al helemaal niet kritisch te zijn," zegt Ressa.[36]

Maria Ressa's verzetsstrategie omvat:

- Het herkennen van de ernst van het probleem
- Het herkennen van psychologische impact en het faciliteren van psychologische steun voor getroffen personeel
- Gebruik maken van onderzoeksjournalistiek als een wapen om terug te vechten[37]
- Haar trouwe publiek vragen of ze kunnen helpen bij het afstoten en het in bedwang houden van de aanvallen
- Het versterken van haar online en offline beveiliging in reactie op de intimidatie
- Platformen (zoals *Facebook* en *Twitter*) er publiekelijk op aanspreken dat ze meer moeten doen om gepast om te gaan met online intimidatie en het te beperken

35 Maria Ressa is de voorzitter van de jury van de Guillermo Cano Internationale Prijs voor Persvrijheid van UNESCO: https://en.unesco.org/prizes/guillermo-cano/jury.

36 Posetti, J. (2017). *Fighting Back Against Prolific Online Harassment: Maria Ressa* in Kilman, L. (Ed) An Attack on One is an Attack on All (UNESCO). http://unesdoc.unesco.org/images/0025/002593/259399e.pdf [bezocht op 30/03/2018].

37 Dit was ook een tactiek die gebruikt werd door Ferial Haffajee in de 'Gupta' case study die al eerder werd behandeld. Ze maakte gebruik van technieken uit de onderzoeksjournalistiek en digitale beveiligingsrechercheurs om een deel van de 'trollen' die haar tot doelwit maakten om haar onderzoek van het schandaal in diskrediet te brengen, te ontmaskeren. Zie: https://www.news24.com/SouthAfrica/News/fake-news-peddlers-can-be-traced-hawks-20170123 [bezocht op 16/06/2018].

Bij het aanpakken van de toenemende dreiging van online intimidatie, is het ook belangrijk om de voortdurende offline intimidatie van vrouwelijke journalisten te erkennen in de context van desinformatiecampagnes. Australische onderzoeksjournaliste Wendy Calisle werd bijvoorbeeld mishandeld, uitgejouwd en geduwd tijdens een demonstratie van ontkenners van klimaatverandering in Australië in 2011, terwijl ze een documentaire aan het maken was voor ABC Radio. De mishandeling zorgde ervoor dat ze het evenement voor haar eigen veiligheid moest verlaten.[38]

Doelstellingen van de module

Deze module zal: deelnemers informeren over de risico's van online mishandeling in de context van 'informatiewanorde'; deelnemers helpen bij het herkennen van dreigingen; de vaardigheden van deelnemers ontwikkelen en hulpmiddelen bieden die hen kunnen helpen bij het bestrijden van online misbruik. De doelen zijn:

- Het vergroten van het bewustzijn onder deelnemers over het problem van kwaadwillige actoren die journalisten, hun bronnen en andere online communicatiekanalen tot doelwit maken van desinformatie- en misinformatiecampagnes;
- Deelnemers in staat stellen om 'astroturfing', 'trolling', digitale veiligheidsdreigingen, en online misbruik beter te herkennen;
- Deelnemers uitrusten met kennis en vaardigheden, zodat ze beter voorbereid zijn op het bestrijden van 'astroturfing', 'trolling', digitale veiligheidsdreigingen, en online misbruik, en hierbij rekening houden met gender verhoudingen.

Leerdoelen

Aan het einde van deze module zullen deelnemers:

1. Een beter begrip hebben van de impact van online misbruik en mishandeling op journalistieke actoren, de journalistiek, het delen van informatie, en op vrijheid van meninsuiting;
2. Zich bewuster zijn van het probleem van kwaadwillige actoren die journalisten en andere online communicatiekanalen het doelwit maken van desinformatie- en misinformatiecampagnes;

38 Carlisle, W. (2011). *The Lord Monckton Roadshow*, Background Briefing, ABC Radio National. http://www.abc.net.au/radionational/programs/backgroundbriefing/the-lord-monckton-roadshow/2923400 [bezocht op 30/03/2018].

3. De specifieke veiligheidsdreigingen begrijpen waarmee vrouwen die journalistieke handelingen verrichten op het internet geconfronteerd worden;
4. Beter in staat zijn kwaadwillige actoren, gevallen van 'astroturfing', 'trolling', digitale veiligheidsdreigingen en online misbruik/mishandeling te herkennen;
5. Beter uitgerust zijn om 'astroturfing', 'trolling', digitale veiligheidsdreigingen, en online misbruik te herkennen, en hierbij rekening houden met genderverhoudingen.

Werkvorm van de module

Deze module is bedoeld voor 'face-to-face' of online onderwijs. De module kan in twee delen uitgevoerd worden: een theoretisch en een praktisch deel.

De verbinding tussen het lesplan en de leerdoelen

A. Het theoretische gedeelte

Module Plan	Aantal uren	Leerdoelen
Een interactief hoorcollege en een vragenronde (90 minuten). Dit onderdeel kan op een traditionele manier gegeven worden, of via een webinar-platform dat gemaakt is om deelname op afstand te faciliteren. Informatie voor het hoorcollege kan afgeleid worden van de hierboven gegeven theoretische informatie en voorbeelden. Docenten worden echter aangemoedigd om cultureel specifieke en lokaal relevante casestudy's te gebruiken bij het behandelen van deze module.	60 - 90 min	1, 2, 3, 4, 5

B. Het praktische gedeelte

Module Plan	Aantal uren	Leerdoelen
Een werkgroep (van 90 minuten) die kan worden gegeven in een onderwijsruimte, of via een e-learning platform zoals Moodle, Facebook Groups of andere diensten die deelname op afstand mogelijk maken. De opdracht voor deze werkgroep kan de volgende vorm aannemen: • Deel de werkgroep op in kleinere groepjes van 3 tot 5 deelnemers per groepje. • Elk groepje krijgt een voorbeeld van een kwaadaardig bericht (zoek op blogs en sociale mediakanalen naar berichten die bijvoorbeeld gemaakt zijn om Maria Ressa, Jessikka Aro, en Alexandra Pascalidou tot doelwit te maken) dat verbonden is aan een desinformatie-/misinformatie-/'trolling'/'astroturfing'/online misbruikcampagne. • Elk groepje zal: het materiaal gezamenlijk beoordelen (en het individu of de groep die achter het materiaal zit onderzoeken); de risico's en gevaren identificeren (refereer hierbij aan de relevante onderzoeken over de impact van de desinformatie-/misinformatie-/'trolling'/'astroturfing'/online misbruikcampagnes die te vinden zijn in het aanbevolen leesmateriaal); een actieplan maken voor hoe ze op dit materiaal zouden reageren (dit kan een strategische reactie zijn, ze kunnen de gebruiker melden bij het platform of de politie als dat nodig is, ze kunnen een nieuwsverhaal wijden aan deze kwestie); een samenvatting van ongeveer 250 woorden maken van dit actieplan (hierbij kunnen ze gebruik maken van *Google Docs* of een ander gezamenlijk online tekstverwerkingsplatform) en dit inleveren bij de docent.	90 - 120 min	1, 2, 3, 4, 5

Alternatieve structuur

Voor een uitgebreidere behandeling van de kwesties kan deze module uitgebreid worden tot drie verschillende lessen (waarvan elke les wordt gegeven in twee delen, zoals hierboven wordt beschreven)

- Het herkennen van en reageren op 'trolling' en 'astroturfing'

- Het maken van een digitaal veiligheidsmodel[39] en verdedigingsstrategieën
- Het herkennen van en omgaan met genderspecifieke online intimidatie en geweld

Voorgestelde opdracht

Schrijf een nieuwsverhaal van 1200 woorden, of maak een vijf minuten durend audioverslag, een videoverslag van drie minuten, of een gedetailleerde interactieve 'infographic', gebaseerd op een interview met één of meer journalisten over hun ervaringen met online misbruik (bijvoorbeeld ervaringen met het doelwit zijn van desinformatie en/of geconfronteerd worden met digitale veiligheidsdreigingen als deel van een desinformatiecampagne en/of intimidatie en/of online geweld). Deelnemers behoren gerenommeerd onderzoek te citeren als deel van hun verhaal, en behoren uit te leggen wat de gevolgen van de impact van deze fenomenen op journalisten/de vrijheid van meningsuiting en het publieke recht tot informatie zoal kunnen zijn.

Literatuur

Aro, J. 2016. *The cyberspace war: propaganda and trolling as warfare tools.* European View. Sage Journals, juni 2016, Vol. 15, nr. 1. http://journals.sagepub.com/doi/full/10.1007/s12290-016-0395-5 [bezocht op 20/07/2018].

Haffajee, F. (2017). *The Gupta Fake News Factory and Me* in The Huffington Post. http://www.huffingtonpost.co.za/2017/06/05/ferial-haffajee-the-gupta-fake-news-factory-and-me_a_22126282/ [bezocht op 29/03/2018].

OSCE (2016). *Countering Online Abuse of Female Journalists*. http://www.osce.org/fom/220411?download=true [bezocht op 29/03/2018].

Posetti, J. (2017). *Fighting Back Against Prolific Online Harassment: Maria Ressa* in L.

Kilman (Ed) An Attack on One is an Attack on All (UNESCO 2017). http://unesdoc.unesco.org/images/0025/002593/259399e.pdf [bezocht op 29/03/2018]. Posetti, J. (2016). *Swedish journalist Alexandra Pascalidou Describes Online Threats of*

Sexual Torture and Graphic Abuse in The Sydney Morning Herald, 24/11/2016. http://www.smh.com.au/lifestyle/news-and-views/swedish-broadcaster-alexandra-pascalidou-describes-online-threats-of-sexual-torture-and-graphic-abuse-20161124-gswuwv.html [bezocht op 29/03/2018].

39 Stray, J. (2014). *Security for journalists, Part Two: Threat Modelling*. https://source.opennews.org/articles/security-journalists-part-two-threat-modeling/ [bezocht op 26/06/2020].

Reporters Sans Frontieres (2018) *Online Harassment of Journalists: Attack of the trolls* Reporters Without Borders: https://rsf.org/sites/default/files/rsf_report_on_online_harassment.pdf [bezocht op 20/8/18].

Riley M, Etter, L and Pradhan, B (2018) *A Global Guide To State-Sponsored Trolling*, Bloomberg: https://www.bloomberg.com/features/2018-government-sponsored-cyber-militia-cookbook/ [bezocht op 21/07/2018].

Stray, J. (2014). *Security for journalists, Part Two: Threat Modelling*. https://source.opennews.org/articles/security-journalists-part-two-threat-modeling / [bezocht op 02/03/2018].

Online hulpbronnen

VIDEO: *How to Tackle Trolls and Manage Online Harassment* – een paneldiscussie tijdens het 'International Journalism Festival' in Perugia, Italië (april 2017) met Julie Posetti (*Fairfax Media*), Hannah Storm (*International News Safety Institute*), Alexandra Pascalidou (Zweeds journaliste), Mary Hamilton (*The Guardian*), Blathnaid Healy (*CNNi*). Beschikbaar op: http://media.journalismfestival.com/programme/2017/managing-gendered-online-harrassment

AUTEURS

Magda Abu-Fadil is de directeur van Media Unlimited en is gevestigd in Lebanon

Fergus Bell is een expert op het gebied van digitale nieuwsgaring en verificatie van Gebruiker-Gegenereerde Inhoud (UGC). Hij is de oprichter van Dig Deeper Media

Hossein Derakhshan is een Iraans-Canadese schrijver, onderzoeker en Fellow bij the Shorenstein Center aan de Harvard's Kennedy School

Cherilyn Ireton is een Zuid-Afrikaanse journaliste en leidt the World Editors Forum binnen the World Association of Newspapers and News Publishers (WAN-IFRA)

Alexios Mantzarlis leidt the International Fact-Checking Network van the Poynter Institute

Alice Matthews is een nieuws- en actualiteitenjournaliste bij the Australian Broadcasting Corporation (ABC) in Sydney

Julie Posetti is de Wereldwijde Onderzoeksdirecteur bij the International Center for Journalists (ICFJ); Senior Researcher bij Centre for Media Freedom (CFOM) aan de University of Sheffield; en Research Associate bij Reuters Institute for the Study of Journalism aan de University of Oxford

Tom Trewinnard is programmaleider van Meedan's open source verification toolkit Check

Claire Wardle is uitvoerend directeur van First Draft, en een Research Fellow bij de Shorenstein Center on Media, Politics and Public Policy aan the Harvard Kennedy School

VERTALING

Berit Zandbelt is student Gender Studies (MA) bij de Universiteit Utrecht. Tijdens de afronding van haar studie Taal- en Cultuurstudies (BA), aan dezelfde universiteit, werkte zij als stagiair aan de vertaling van dit handboek.

Koen Leurs is Universitair Docent Gender & Postcolonial Studies bij het Graduate Gender Programme, Departement Media- en Cultuurwetenschappen, Universiteit Utrecht. Recentelijk leidde hij met Sanne Sprenger het onderzoeksproject Mediawijsheid door Media Maken: Een Sleutel tot Participatie van Migrantenjongeren? Zie https://mmm.sites.uu.nl/.

BRONVERMELDING AFBEELDINGEN

Voorpagina: UNESCO/Oscar Castellanos
Module 1: Abhijith S Nair op *Unsplash*
Module 2: Christoph Scholz op *Flickr*
Module 3: Samuel Zeller op *Unsplash*
Module 4: Aaron Burden op *Unsplash*
Module 5: The Climate Reality Project op *Unsplash*
Module 6: Olloweb Solutions op *Unsplash*
Module 7: rawpixel op *Unsplash*
Achterkant: rawpixel op *Unsplash*

GRAFISCHE VORMGEVING

Engelse versie: **Mr. Clinton** www.mrclinton.be

Nederlandse versie: **Miriam van de Ven** www.miriamvandeven.nl

Externe beoordeelaars: Professor Ylva Rodny-Gumede, Department of Journalism, Film and Television, University of Johannesburg, South Africa; Basyouni Hamada, Professor, Department of Mass Communication, College of Arts and Sciences, Qatar University; Prof Jayson Harsin, Department of Global Communications, American University of Paris

Unesco
Nederlandse Commissie

Universiteit Utrecht

Deze publicatie reikt een internationaal georiënteerd model voor onderwijsprogrammering aan. Dit model kan overgenomen worden, of worden aangepast op lokale en nationale contexten, om te reageren op het wereldwijd groeiende probleem van desinformatie waarmee de samenleving en vooral de journalistiek geconfronteerd wordt.

Dit model voor onderwijsprogrammering is samengesteld om journalistiekdocenten een kader en lessen te geven om studenten en journalisten te helpen bij het navigeren van de problemen die geassocieerd worden met 'nepnieuws'. We hopen dat het een nuttig hulpmiddel zal zijn voor journalisten.

Het voegt de kennis samen van prominente internationale docenten, onderzoekers en denkers, die helpen bij het bijwerken van de journalistieke methode en werkwijze, om zo om te kunnen gaan met de uitdagingen die misinformatie en desinformatie met zich mee brengen. De lessen zijn contextueel, theoretisch, en in het geval van online verificatie, zeer praktisch. Afzonderlijk, of als geheel gebruikt in een cursus/vak, kunnen de modules helpen bij het opfrissen van bestaande lesmodules of bij het vormen van nieuwe cursussen.

Het handboek maakt deel uit van het "Global Initiative for Excellence in Journalism Education", dat de focus is van het 'International Programme for the Development of Communication' (IPDC) van UNESCO. Het initiatief tracht journalistiek onderwijs, journalistieke praktijk en journalistiek onderzoek te benaderen vanuit een mondiaal perspectief, en goede internationale werkwijzen te delen.

Organisatie van de Verenigde Naties voor Onderwijs, Wetenschap en Cultuur

UNESCO - Communication and Information Sector
7, place de Fontenoy, F-75352 Paris 07 SP, France
For further information, contact ipdc.secretariat@unesco.org

9 789230 001209