



VERSLAG VAN DE BELGISCHE EXPERTENGROEP INZAKE FAKE NEWS EN DESINFORMATIE

— JULI 2018 —

INLEIDING

Op 2 mei 2018 startte de Minister van Digitale Agenda een expertenconsultatie rond fake news en de verspreiding van online desinformatie. De expertengroep kreeg de opdracht om aanbevelingen en voorstellen te formuleren om het probleem van fake news en de verspreiding van online desinformatie aan te pakken. De experts werden daarbij niet alleen gevraagd om aanbevelingen te formuleren over regelgeving en standpunten die België in internationale fora zou moeten innemen, maar ook over concrete voorstellen om in België een proeftuin op te zetten om fake news en de verspreiding van online desinformatie te bestrijden¹.

Aan de experts werd een aantal vragen voorgelegd die het denkproces hebben gestuurd:

- Hoe kunnen burgers anno 2018 een onderscheid maken tussen betrouwbare en minder betrouwbare online informatiebronnen? Welke tools kunnen daartoe worden aangereikt?
- Hoe kunnen burgers gemakkelijker toegang krijgen tot een meer diverse online content?
- Hoe zorgen we ervoor dat algoritmes de creatie van een online publieke ruimte niet ondermijnen?
- Welke maatregelen moeten platformen nemen om fake news en de verspreiding van desinformatie te bestrijden en om een evenwichtig publiek debat te faciliteren?
- Welke actie kan de Belgische overheid ten aanzien van deze platformen ondernemen?
- Welke rol kunnen netwerken van experts en stakeholders spelen?

Dit verslag vormt de neerslag van de vergaderingen van deze expertengroep die gedurende de periode van begin mei tot eind juni 2018 hebben plaatsgevonden.

In eerste instantie zijn de experts tot een aantal bevindingen gekomen over de vraag hoe de Belgische beleidsmakers het probleem van fake news en desinformatie het best definiëren (A), waar zich de kern van het probleem precies situeert (B), in welke mate dit fenomeen reeds een probleem van betekenis vormt in België (C) en in welke mate er nood is aan actie (D). Deze bevindingen worden uiteengezet in Deel I van dit verslag.

Daarnaast identificeerden de experts, rekening houdend met de initiatieven die momenteel op Europees niveau worden genomen, en met *best practices* in België en in andere landen, een aantal oplossingsrichtingen die in Deel II van het verslag worden uiteengezet. Deel III, tenslotte, bevat een aantal conclusies en aanbevelingen.

Er dient op gewezen te worden dat ook op Europees niveau begin 2018 een deskundigengroep op hoog niveau inzake nepnieuws en desinformatie werd opgericht met als doel de Europese Commissie te adviseren over het fenomeen “fake news” en desinformatie². Het rapport van de Europese deskundigengroep werd in de loop van de maand maart 2018 gepubliceerd³ en bevat naast een omstandig onderzoek van de problematiek een aantal beleidsaanbevelingen. Deze hebben als basis gediend voor de Mededeling van de Europese Commissie “Bestrijding van online-desinformatie: een Europese benadering” van april 2018⁴.

Het doel van de Belgische expertengroep was geenszins om het werk van de Europese deskundigengroep over te doen, maar eerder om een aantal specifieke beleidsaanbevelingen te formuleren toegespitst op een Belgische context.

Parallel met de Belgische expertenconsultatie werd door de Minister van Digitale Agenda ook een burgerparticipatietraject gelanceerd via de website stopfakenews.be. Dit burgerparticipatietraject staat los van dit verslag. De conclusies die daaruit getrokken worden maken geen deel uit van de bevindingen in dit document.

1 <http://www.decroo.belgium.be/nl/stopfakenews>

2 <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/commission-appoints-members-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>

3 <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>

4 Mededeling van de Commissie aan het Europees Parlement, de Raad, het Europees Economisch en sociaal comité en het Comité van de Regio's, *Bestrijding van online-desinformatie: een Europese benadering*, COM(2018) 236 final; 26 april 2018. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/PDF/?uri=CELEX:52018DC0236&from=NL>

ALGEMENE VISIE VAN DE EXPERTENGROEP

De Belgische expertengroep is van oordeel dat repressief wetgevend werk nooit een totaalaanpak kan vertegenwoordigen voor de risico's van desinformatie. De Belgische expertengroep kiest daarom resoluut voor een overlegmodel waarbij alle relevante spelers worden aangesproken op hun verantwoordelijkheid ten aanzien van de kwaliteit van het maatschappelijk debat, en waarbij empowerment en transparantie ten aanzien van de burger worden vooropgesteld.

Overleg en uitwisseling over desinformatie tussen alle spelers die een rol spelen in het informatie-ecosysteem in België en een permanente zoektocht naar *best practices* daaromtrent vormen een basisverantwoordelijkheid voor elke speler. Spelers die economisch actief zijn in Belgische media- en informatielandschap moeten verantwoordelijk omgaan met de impact die zij hebben op de kwaliteit van de maatschappelijke debatten en dat landschap in het algemeen. Het is belangrijk dat dit een permanent proces blijft omdat zowel de maatschappelijke rol, als de technologie en de internationale omgeving constant veranderen. Dit proces mag niet vrijblijvend zijn, maar moet leiden tot concrete resultaten. Het is de rol van de overheid om de kwaliteit van het proces, de resultaatgerichtheid en het naleven van gemaakte afspraken te (blijven) controleren.

Zelfs al is het probleem van desinformatie urgent, eventuele wetgeving als antwoord erop mag niet overhaast worden aangenomen. Verschillende landen hebben reeds hun toevlucht genomen tot wetgeving. Wetgevende initiatieven in Duitsland en Frankrijk leveren heel verschillende kaders op. Beide lijken door haastwerk hun doel soms voorbij te schieten of creëren bijkomende juridische problemen.

De expertengroep is van oordeel dat regelgeving over het onderwerp het best op Europees niveau kan worden georganiseerd. Dit neemt niet weg dat de Belgische overheid actie kan ondernemen om aanvullend wetgevend of regelgevend werk op Belgisch niveau ten gronde te onderzoeken. De expertengroep adviseert de Belgische overheid dan ook om deze werkzaamheden op te starten en dit om te garanderen dat zorgvuldig te werk wordt gegaan bij het overwegen van eventueel wetgevend werk.

Hierbij pleit de expertengroep ervoor dat de Belgische overheid zich aansluit bij de visie van overleg die doorheen dit verslag wordt aangenomen, eerder dan bij een repressieve aanpak.

Een dergelijke constructieve houding van de Belgische overheid zou, in combinatie met de proximitéit van de Europese beleidsmakers, en de diversiteit van consumenten en aanbod in een geografisch kleine markt, voor België een opportuniteit zijn om zich als testbed of proeftuin te positioneren om *best practices* van over heel Europa samen te brengen in een etalage en proeftuinomgeving nabij de Europese regelgever.

Spelers die zich werkelijk aan elke verantwoordelijkheid en dus ook aan het overleg zouden willen onttrekken, zouden daar echter op aangesproken moeten kunnen worden.

BELGISCHE EXPERTENGROEP INZAKE FAKE NEWS EN DESINFORMATIE

- **Alexandre Alaphilippe**, EU DisinfoLab
- **Prof. dr. Lieven De Marez**, Universiteit Gent
- **Alain Gerlache**, RTBF
- **Prof. dr. Eva Lievens**, Universiteit Gent
- **Tim Pauwels**, VRT
- **Prof. dr. Ike Picone**, Vrije Universiteit Brussel
- **Prof. dr. Antoinette Rouvroy**, Université de Namur

INHOUDSTAFEL

DEEL I. OMSCHRIJVING VAN DE PROBLEMATIEK	5
A. Definitie	5
B. Probleemstelling	5
C. Desinformatie in België	6
D. Nood aan actie	7
DEEL II. OPLOSSINGSRICHTINGEN	8
A. Transparantie	8
B. Tools voor burgers	8
C. Mediawijsheid	10
D. Het bevorderen van kwaliteitsjournalistiek	10
E. Verantwoordelijkheid van de platformen	11
DEEL III. CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN	12

DEEL I. OMSCHRIJVING VAN DE PROBLEMATIEK

A. Definitie

De EU High Level Expert Group on Fake News and Online Disinformation (HLEG, 2018) beveelt aan om het gebruik van de term fake news te vermijden om twee redenen. Ten eerste laat deze niet toe om de complexiteit van desinformatie te vatten. Desinformatie heeft immers ook betrekking op inhoud die niet echt of volledig “vals” of “nep” is, maar kan ook gefabriceerde informatie vermengd met feiten omvatten. Ook bepaalde vormen van geautomatiseerde accounts die gebruikt worden voor astroturfing, netwerken van valse volgers, gefabriceerde of gemanipuleerde video's, politieke microprofilering, georganiseerde trolling, enz. kunnen onder het begrip desinformatie vallen⁵.

Ten tweede zijn er sommige politici die de term “fake news” hanteren om te verwijzen naar berichtgeving waar ze het niet mee eens zijn of die hen niet welgevallig is. De term is op die manier een wapen geworden waarmee machtige actoren onafhankelijke nieuwsmedia kunnen trachten in diskrediet te brengen of te ondermijnen⁶.

In lijn met de bevindingen van de Europese expertengroep hanteert de Europese Commissie de term online-desinformatie in haar Mededeling inzake de bestrijding van online-desinformatie van april 2018.

Deze term wordt gedefinieerd als *“aantoonbaar foute of misleidende informatie die wordt gecreëerd, gepresenteerd en verspreid voor economisch gewin of om het publiek opzettelijk te bedriegen, en die schade in het publieke domein kan veroorzaken”*. De Communicatie verduidelijkt verder dat deze definitie geen betrekking heeft op vergissingen in berichtgeving, satire en parodie, of partijdig nieuws en commentaren⁷.

Het is deze definitie van de Europese Commissie die wordt gehanteerd in dit verslag.

B. Probleemstelling

Hoewel desinformatie altijd heeft bestaan, **stellen een aantal evoluties** ons voor een nieuwe uitdaging.

Voor wat de **technische creatie van desinformatie** betreft, gaat het vandaag in de meest bekende gevallen over geschreven tekst, waarbij soms authentiek beeldmateriaal wordt gevoegd dat uit de context wordt gerukt. Daarnaast bestaan ondertussen ook technologieën om foto's en audiovisuele content te vervalsen, de zgn. *deep fakes*. Deze technologieën worden steeds goedkoper en makkelijker te gebruiken. Een vaststelling daarbij is dat het veel makkelijker en goedkoper is om fake news te maken dan om kwaliteitsnieuws te maken. Eens de leugens verspreid zijn, vergt het echter heel veel inspanningen om ze te weerleggen. In heel wat gevallen komt er ook geen weerlegging omdat er, met name in België, te weinig actoren zijn die daar werk van willen maken of die daarvoor over de nodige middelen beschikken. Bovendien kan het weerleggen van valse informatie, zonder eerst de verspreiding ervan te begrijpen, ook helpen om ze nog meer bekend te maken, of om er de aandacht van het publiek te vestigen.

De distributie van desinformatie op een goedkope, grootschalige en gepersonaliseerde manier is vandaag mogelijk dankzij de massale aanwezigheid van burgers op sociale netwerken en het feit dat burgers steeds meer nieuws consumeren via dit kanaal. Daar waar de pers vroeger een dominantere filterfunctie vervulde, kan nepnieuws vandaag makkelijk tot rechtstreeks bij de burger gebracht worden. Het gebruik van profilering laat bovendien het viseren van mensen op basis van psychografische kenmerken toe, met boodschappen aangepast aan hun profiel.

Algoritmes die geparametriseerd en geïmplementeerd worden door de online platformen⁸, zoals zoekmachines en sociale media, structureren tegenwoordig de publieke mediaruimte, maar dienen doelstellingen die niet altijd in overeenstemming zijn met de basisvoorwaarden voor een bloeiende publieke politieke sfeer. Doordat algoritmes gebaseerd zijn op een logica van populariteit en/of personalisatie, zorgen zij ervoor dat de selectie-, verificatie- en redactieprocessen toegepast door de traditionele media omzeild worden.

5 *A multi-dimensional approach to disinformation Report of the independent High level Group on fake news and online disinformation*, Europese Commissie (2018), Verslag van de deskundigengroep op hoog niveau inzake nepnieuws en desinformatie, maart 2018, p. 10.

6 Idem.

7 Mededeling van de Europese Commissie, p. 4.

8 Voor wat betreft het begrip “online platformen” wordt in deze nota verwezen naar de bemerkingen van de Europese High Level Expert Group. Zie rapport p. 11 voetnoot 3.

Dat internetgebruikers toegang hebben tot een selectie van informatie die door algoritmes gepersonaliseerd wordt op basis van hun profiel hoeft niet noodzakelijkerwijs te betekenen dat iedereen opgesloten zit in een “*filterbubble*” of dat de verscheidenheid aan informatie waaraan iemand wordt blootgesteld afneemt. Het betekent vooral dat iemand doorgaans minder blootgesteld dreigt te worden aan informatie die tegelijkertijd door alle anderen wordt gezien. De gemeenschappelijke publieke sfeer, waar openbare informatie circuleert waarop mensen hun politieke keuze baseren, wordt gereduceerd tot geïndividualiseerde informatiesferen.

Een aantal studies nuanceren de impact of het belang van de zgn. *filter bubbles* of *echo chambers*⁹, maar dit mag geen excuus zijn om zich niet te wapenen tegen een potentiële impact. De inzet van de filter bubbles en echo chambers in actieve desinformatiecampagnes verdient wel degelijk verder onderzoek. Algoritmes bieden middelen voor de psychografische verkenning van doelpublieken die meer vatbaar zouden zijn voor bepaalde desinformatiecampagnes.

De bedrijfsmodellen van de internetplatformen zoals zoekmachines en sociale netwerken zijn - zoals een groot deel van de traditionele pers - voornamelijk gebaseerd op advertentie-inkomsten. In de context van de platformeconomie is deze reclamevergoeding echter “in real time” te berekenen en berekend op basis van het publiek (verkeer). Deze situatie genereert voor de platformen een stimulans om hun algoritmen zodanig te parametriseren dat ze de zichtbaarheid van inhoud die het meest waarschijnlijk is om verkeer te genereren, bevorderen en versnellen: niet-gescreende ‘scoops’ in plaats van inhoudelijke analyses, eerder uitgesproken meningen dan genuanceerde betogen, ... Deze bedrijfsmodellen kunnen door spelers misbruikt worden om desinformatie verder te versterken.

Bepaalde onlinetechnologieën zoals automatische diensten (“bots” genoemd) laten de kunstmatige verspreiding van desinformatie toe. Deze mechanismen kunnen verder worden versterkt met gesimuleerde profielen (nepaccounts) waarachter geen authentieke gebruiker schuilgaat, die soms op enorme schaal worden georkestreerd (“troll factories” genoemd)¹⁰.

De “**georganiseerde**” verspreiding door malafide actoren, die allerlei middelen - ook menselijke- inzetten om de verspreiding van desinformatie te versterken. Zo worden bijvoorbeeld soms specifieke groepen in de samenleving geïdentificeerd, wetende dat zij de verspreiding van desinformatie wellicht verder zullen versterken.

Ten slotte dient te worden opgemerkt dat, doordat nieuwsverspreiding vooral gebaseerd is op popularity metrics en dat **internetgebruikers** alsnog sneller informatie delen, bijvoorbeeld puur op basis van titels, zij onbewust ook de verdere verspreiding van desinformatie dreigen te versterken.

C. Desinformatie in België

Hoewel de term “fake news” aanwezig is in het Belgische medialandschap, en er aanzienlijke aandacht aan wordt besteed¹¹, is er tot nu toe geen hard bewijs van een sterke impact in ons land van doelbewuste creatie van (buitenlands) vals nieuws met als doel om een bepaalde sferesetting te creëren, noch van (buitenlandse) gestuurde campagnes die met behulp van fake sociale media accounts pogen te destabiliseren.

Men kan echter moeilijk met zekerheid stellen dat de impact van desinformatie in ons land vandaag beperkt blijft. In elk geval bestaat in ons land ook de kwetsbaarheid t.o.v. dit soort desinformatiemechanismen. Het vertrek van heel wat Belgische jongeren naar Syrië bijvoorbeeld kan zeker niet uitsluitend verklaard worden door aanbod op internet, maar verantwoordt wel waakzaamheid voor propaganda en misleiding.

Vanuit de klassieke media stelt men bovendien vast dat burgers vandaag ook via sociale media desinformatie oppikken uit buitenlandse media en de Belgische klassieke media verwijten deze informatie niet te brengen. Een aantal buitenlandse - en soms ook binnenlandse - spelers creëren met graagte een sfeer van wantrouwen tegenover de klassieke Belgische media. Deze klassieke media krijgen dan het verwijt dat zij informatie “verzwijgen”, terwijl het inhoudelijk om desinformatie gaat. De klassieke media hebben noch de wil, noch de middelen om dergelijke desinformatie voortdurend te weerleggen of te deconstrueren. Maar daardoor lijken ze het verwijt juist te bevestigen. Het wantrouwen in de media dat op deze manier wordt opgewekt vormt wel degelijk een voedingsbodem voor mogelijk succesvolle desinformatie en manipulatie van een deel van het publiek in ons land.

9 Onderzoek van Princeton University over echo chambers: geconsulteerd via: <https://medium.com/trust-media-and-democracy/avoiding-the-echo-chamber-about-echo-chambers-6e1f1a1a0f39>. Onderzoek van de University of North Carolina rond *filter bubbles*: geconsulteerd via: <https://medium.com/trust-media-and-democracy/filter-bubbles-are-only-part-of-the-problem-d3add635651c>

10 Mededeling van de Europese Commissie, p. 6.

11 “Fake news” and online disinformation, Case Study – Belgium, Author: Eugénie Coche, LL.M., Supervisor: Dr. Tarlach McGonagle, Institute for Information Law (IVI), Amsterdam Law School, University of Amsterdam, p.1.

Uit de cijfers voor België van het Reuters Digital News Report blijkt dat slechts 13% van de Belgen aangeeft de afgelopen week blootgesteld te zijn aan verzonden verhalen. Dat neemt niet weg dat 50% aangeeft er bezorgd over te zijn. Bovendien zegt ruim 1 op 4 Belgen afgelopen week te zijn blootgesteld aan verhalen waarin feiten worden verdraaid om een bepaald doel te bereiken en ook hier geeft 48% aan er bezorgd over te zijn. De helft van de burgers maakt zich dus wel degelijk zorgen over verzonden of gesponnen verhalen¹².

Ook uit de data van het Digital News Report 2018 voor België, blijkt dat slechts 20% van de Belgen een aanvaardbare kennis hebben over hoe nieuws wordt gemaakt en op sociale media gepresenteerd¹³. Onderzoek van de Artevelde Hogeschool in Gent rond fake news & jongeren geeft ook aan dat erg veel jongeren moeite hebben om echt nieuws te onderscheiden van vals nieuws op Facebook¹⁴.

D. Nood aan actie

Online desinformatie is een complex probleem, van haar creatie en distributie tot amplificatie en verspreiding. Het is een probleem dat men nog maar begint te bestuderen en te begrijpen. Tot op heden zijn de studies eerder kwantitatief en ad hoc dan kwalitatief en longitudinaal van aard, en nuanceren bepaalde studies de impact van desinformatie¹⁵. Om ten opzichte van een fenomeen te kunnen ageren is er nood aan objectivering en bijkomend onderzoek. Een gebrek aan toegang tot de gegevens van bepaalde online platformen verhindert vandaag een meer diepgaande studie van het ontstaan, de beweging en de effecten van de verspreiding van desinformatie¹⁶. Niettemin brengt het fenomeen van desinformatie risico's met zich mee die de overheid serieus moet nemen.

Ook al lijkt België tot nu toe relatief gespaard van grootschalige desinformatiecampagnes, ons land is ook kwetsbaar ten opzichte van een aantal mechanismen die eigen zijn aan nieuwe creatie- en verspreidingstechnieken van desinformatie in de digitale wereld. Dit is zeker het geval in periodes van verkiezingen¹⁷.

De Belgische overheid heeft de positieve verplichting om het recht op de vrijheid van meningsuiting te beschermen en een gezond publiek debat te faciliteren¹⁸. Actie ondernemen ten opzichte van het fenomeen van online desinformatie is dan ook gerechtvaardigd, maar mag in geen geval vervallen in maatregelen van publieke of private censuur.

Zoals ook gesteld door de Europese High Level Expert Group dient elke mogelijke actie van de overheid te vertrekken vanuit de erkenning dat informatie zelden duidelijk als waar of onwaar kan worden gecategoriseerd. Men moet ook vertrekken vanuit de overtuiging dat geen enkele autoriteit het monopolie heeft op kennis en dat vrije samenlevingen baat hebben bij - en gedefinieerd worden door - de acceptatie van de vrije confrontatie van uiteenlopende en soms ongemakkelijke ideeën en informatie¹⁹.

De experts zijn geen voorstander van een repressief wetgevend initiatief, maar zijn van oordeel dat er zich vandaag een aantal positieve oplossingsrichtingen aftekenen, waarrond ook de Belgische overheid actie kan ondernemen.

Deze oplossingsrichtingen worden behandeld in Deel II van dit verslag.

12 Zie <http://smit.vub.ac.be/nieuwe-smit-policy-brief-nieuwsgebruik-disinformatie> en https://drive.google.com/file/d/1MaBHZd-PJog1qZhPaA2z_e43cMiUy1kX/view

13 <http://smit.vub.ac.be/nieuwe-smit-policy-brief-nieuwsgebruik-disinformatie> en https://drive.google.com/file/d/1MaBHZd-PJog1qZhPaA2z_e43cMiUy1kX/view

14 <https://www.arteveldehogeschool.be/nieuws/onderzoek-de-kijker-jongeren-herkennen-fake-nieuws-niet>

15 Brendan Nyhan. Fake News and Bots May Be Worrisome, but Their Political Power Is Overblown. *The Upshot*. 13 februari 2018. Geraadpleegd via <https://www.nytimes.com/2018/02/13/upshot/fake-news-and-bots-may-be-worrisome-but-their-political-power-is-overblown.html>

16 Zie bijvoorbeeld <https://www.politico.com/story/2017/09/07/facebook-fake-news-social-media-242407> en <https://www.politico.com/story/2018/01/07/facebook-fake-news-326996>

17 Mededeling van de Europese Commissie, pp. 12-13.

18 Verslag van de deskundigengroep op hoog niveau inzake nepnieuws en desinformatie, maart 2018, pp. 18-19.

19 Verslag van de deskundigengroep op hoog niveau inzake nepnieuws en desinformatie, maart 2018, p. 19.

DEEL II. OPLOSSINGSRICHTINGEN

A. Transparantie

Vanuit verschillende hoeken worden vandaag initiatieven genomen om meer transparantie te bewerkstelligen. Niet alleen online platformen nemen maatregelen²⁰, maar ook de media zetten projecten op die streven naar meer transparantie²¹.

De Europese Commissie stelt in haar recente mededeling inzake de bestrijding van desinformatie transparantie als een belangrijk principe voorop. Er moet volgens de Commissie een grotere transparantie komen voor burgers over de oorsprong van informatie en de manier waarop ze wordt opgesteld, gesponsord en verspreid en op bepaalde doelgroepen wordt gericht. In de Gedragscode voor platformen en voor de advertentie sector die als gevolg van de mededeling zal worden opgesteld, zijn ook verschillende elementen m.b.t. transparantie voorzien. Het gaat onder meer over transparantie m.b.t. gesponsorde inhoud (in het bijzonder politieke en “issue based” reclame), mechanismen zodat gebruikers begrijpen waarom ze door een bepaalde advertentie zijn getarget, transparantie met betrekking tot media-eigendom, geverifieerde identiteit en gedetailleerde informatie over het functioneren van algoritmes die de weergave van bepaalde inhoud prioriteren. Ook toegang van betrouwbare factchecking organisaties en wetenschappers tot platformgegevens is voorzien²², en moet bijdragen tot transparantie over de circulatie en amplificatie van desinformatie.

Dergelijke transparantie moet burgers in staat stellen om online inhoud te beoordelen en mogelijke pogingen tot manipulatie op te merken en is dan ook een noodzakelijke eerste stap.

B. Tools voor burgers

Hoewel transparantie een essentiële stap is, kan men niet van elke nieuwsconsument verwachten dat hij of zij – dankzij deze transparantie - om het even welke poging tot desinformatie of manipulatie doorziet. De burger heeft - zeker in de informatiemaatschappij waarin hij dagelijks overspoeld wordt door een massa berichten - noch de tijd noch de middelen om elk bericht grondig te onderzoeken. Dit betekent dat transparantie op zich nooit zal volstaan om desinformatie tegen te gaan.

Vertrouwen speelt in de relatie tussen nieuws media en burgers een cruciale rol²³. In Vlaanderen blijft het vertrouwen in de klassieke nieuwsmerken volgens het Digital News Report 2018 relatief hoog, al liggen de vertrouwenscores bij de -35 jarigen consequent lager. Waar burgers vroeger voornamelijk hun vertrouwen legden in bepaalde nieuwsproducenten die de functie van gatekeeper op zich namen, heeft digitalisering ervoor gezorgd dat deze rol van nieuwsproductie en gatekeeping alsmaar minder aan elkaar gekoppeld zijn. Nieuws spelers of individuen nemen de rol van gatekeeper op, zonder dat ze zelf nieuws produceren. En zij die nieuws produceren hebben niet altijd meer zicht of controle over het pad via hetwelk “hun nieuws” tot de bij de eindgebruiker komt.

De burger heeft in de digitale omgeving dan ook nood aan tools om hem te gidsen doorheen de veelheid aan informatie en aan nieuwe kompaspunten waarop hij zijn vertrouwen kan baseren.

20 Twitter bijvoorbeeld plant de lancering van een [transparantiecentrum](#) dat inzicht biedt in wie adverteert op Twitter, meer details over deze advertenties, en tools voor gebruikers om feedback te delen bijvoorbeeld over ongepaste ads. Ook Facebook zet stappen richting transparantie, meer bepaald inzake [advertising](#). Google biedt meer transparantie over zoek algoritmes via de website [How Search Works](#).

21 Zie bijvoorbeeld het [Trust Project](#) een consortium van nieuwsbedrijven dat transparantienormen ontwikkelt om de kwaliteit en geloofwaardigheid van journalistiek gemakkelijk te beoordelen of de Spaanse [Transparent Journalism Tool \(TJ Tool\)](#).

22 Mededeling van de Europese Commissie, pp. 8-9.

23 JRC Digital Economy Working Paper 2018-02. The digital transformation of news media and the rise of disinformation and fake news, p. 12.

Tools voor burgers moeten merken overschrijden en nieuwe vormen van houvast bieden.
Het kan bijvoorbeeld gaan om:

- **Tools met betrekking tot de kwaliteit van bronnen**

In andere landen hebben stakeholders (vb. journalistenverenigingen, media,...) reeds concrete samenwerkingsprojecten inzake betrouwbaarheid van nieuwsinhoud opgezet. Initiatieven worden genomen rond zgn. "geloofwaardigheids-indexen"²⁴. In België zijn tot op vandaag nog geen dergelijke projecten opgericht.

- **Tools om desinformatie te ontmaskeren**

Vanuit het maatschappelijk middenveld zijn al heel wat nuttige tools voor burgers om desinformatie te ontmaskeren ontstaan, zoals bijvoorbeeld Who Targets Me²⁵ (dat burgers toelaat te begrijpen wie er achter bepaalde advertenties zit) of het InVID project²⁶ dat toelaat om de manipulatie van video beelden te controleren. Ook de media ontwikkelen tools voor burgers zoals bijvoorbeeld de zgn. "Decodex" van Le Monde, een zoekmachine om de betrouwbaarheid van nieuwssites te verifiëren²⁷.

- **Fact checking initiatieven**

Fact checking initiatieven kunnen een hulp zijn voor burgers die meer willen te weten komen over de correctheid van bepaalde informatie. In heel wat andere landen bestaan er interessante voorbeelden van samenwerking tussen verschillende media inzake fact check, o.m. in de Scandinavische landen²⁸. Ook in Nederland²⁹ en Frankrijk³⁰ bestaan initiatieven. In België bestaat deze cultuur van fact checking minder³¹. In het Nederlands is het fact check initiatief van de opleiding journalistiek van de Universiteit Leiden internationaal erkend door het International Fact-Checking Network (IFCN)³², maar er is tot op heden geen Vlaams initiatief van vergelijkbare omvang. In het kader van journalistieke opleidingen in België wordt wel aandacht aan het onderwerp besteed, bijvoorbeeld door initiatieven zoals dat van de Erasmushogeschool waarbij studenten journalistiek de Vlaamse kranten fact checken³³.

- **Tools ter bevordering van diversiteit**

Een belangrijk speerpunt dat ook door de Europese Commissie in haar mededeling wordt naar voor geschoven is het bevorderen van diversiteit van informatie, zodat de burgers weloverwogen beslissingen kunnen nemen op basis van kritisch denken³⁴. In België lopen al verschillende onderzoeksprojecten die interessant zijn in dit verband. Zo wordt door de Universiteit van Gent onderzoek uitgevoerd rond het gebruik van nieuwe interfaces en plug-ins die gebruikers mogelijkheden moeten geven om de diversiteit van hun nieuwsgebruik beter in te schatten of bij te sturen. Het onderzoeksproject NewsDNA (Diversity in the News through Algorithmization; Universiteit Gent) wil een algoritme ontwikkelen dat op een gepersonaliseerde manier een divers nieuwsaanbod aanreikt aan nieuwsconsumenten/lezers, op basis van automatische tekst- en sentimentanalyse van artikels³⁵. Het Diamond onderzoek (Diversity and Information Media: New Tools for a Multifaceted Public Debate; KU Leuven, Universiteit Antwerpen en Vrije Universiteit Brussel) kijkt naar pluralisme in de media, en bekijkt of algoritmes kunnen bijdragen tot meer pluralisme³⁶.

Heel wat tools kunnen burgers helpen bij het detecteren van desinformatie of bij het op zoek gaan naar een kwalitatief en divers nieuwsgebruik. Hoewel het zeker niet aan de overheid is om te zeggen welke tools de burger al dan niet moet gebruiken, kan de overheid bij de ontwikkeling van deze tools wel een positieve, stimulerende rol spelen.

24 Adam Moseri. Helping Ensure News on Facebook Is From Trusted Sources. Facebook Newsroom. 19 January 2018. Geconsulteerd via: <https://newsroom.fb.com/news/2018/01/trusted-sources/>

25 <https://whotargets.me/en/>

26 <http://www.invid-project.eu/>

27 <https://www.lemonde.fr/verification/>

28 <https://www.faktisk.no/> ; <https://www.faktiskt.se/>

29 <http://www.factory.fhj.nl/>: richt zich begrijpelijkerwijze op een Nederlands publiek en volgt niet op wat verschijnt in communities en websites die zich richten op Vlaanderen of Franstalig België.

30 <http://www.lemonde.fr/les-decodeurs/>

31 Als mogelijk tegengewicht tegen heel wat pseudowetenschap bestaat in België bijvoorbeeld wel al de website <https://www.gezondheidenwetenschap.be/>. In wetenschappelijke hoek zijn UGent, KU Leuven, UAntwerpen, UHasselt, VUB, ULB, ULiège, UMons lid van de "The Conversation", een internationaal samenwerkingsverband van academici en journalisten tegen pseudowetenschap. <https://theconversation.com/au/factcheck> Maar dit heeft niet geresulteerd in een Belgische editie van "The Conversation".

32 <https://www.universiteitleiden.nl/nieuws/2017/11/nieuwscheckers-internationaal-erkend-als-factcheck-initiatief>

33 <https://factcheckers.ehb.be/>

34 Mededeling van de Europese Commissie, p. 7.

35 <https://research.flw.ugent.be/nl/node/36338>

36 <https://soc.kuleuven.be/fsw/diamond>

C. Mediawijsheid

Transparantie en tools voor burgers hebben maar zin als burgers er ook mee kunnen werken. Mediawijsheid is belangrijk in dit opzicht. Meer algemeen is de levenslange ontwikkeling van kritische en digitale vaardigheden, cruciaal om de weerbaarheid van onze samenleving ten opzichte van desinformatie te versterken. Media- en informatie geletterdheid heeft als voordeel dat ze preventief is in plaats van reactief. Dit is des te meer cruciaal naarmate desinformatie gesofisticeerder en voor verificatiesystemen steeds moeilijker te detecteren wordt³⁷.

In België heeft de Conseil Supérieur d'Éducation aux Médias (CSEM) initiatieven zoals "journaliste en classe" of "ouvrir mon quotidien" opgezet en heeft deze ook een werkgroep "Usages médiatiques" opgericht. Verenigingen zoals Lapresse.be werken al sinds jaar en dag samen met de CSEM rond mediawijsheid. Mediawijs.be heeft binnen haar acties rond 'Nieuws in de klas' een specifiek lespakket rond fake news³⁸ en maakte een poster met de tien belangrijkste vragen die jongeren zichzelf moet stellen om na te gaan of berichten echt of nep zijn³⁹. Ook ngo's zoals Lie Detectors zijn actief in ons land en willen jongeren vaardigheden inzake kritisch denken en 'nieuwsgelertheid' bijbrengen. Ze proberen de interesse van leerkrachten voor het onderwerp te stimuleren, hen te ondersteunen en journalisten tot bij de leerlingen in klas te brengen⁴⁰.

Hoewel platformen niet de belangrijkste initiatiefnemers zijn op het gebied van mediawijsheid, beginnen ook zij een rol te spelen in dit domein⁴¹.

Het realiseren van deze digitale vaardigheden en mediageletterdheid is een verantwoordelijkheid van de overheid, al hebben ook het maatschappelijk middenveld en gespecialiseerde stakeholders (vb. journalistiek, media en platformen) een rol te spelen.

D. Het bevorderen van kwaliteitsjournalistiek

Onafhankelijke en pluralistische media vormen de hoeksteen van een democratische samenleving en de duurzaamheid van de journalistiek is essentieel om inhoud van hoge kwaliteit aan consumenten te blijven bieden⁴².

Via advertenties en andere gecommercialiseerde diensten op de platformen lekt onvermijdelijk geld uit het Belgische media-ecosysteem weg naar spelers die ten aanzien van de Belgische publieke debatten geen algemene redactionele aansprakelijkheid voor hun content opnemen. Dit zet niet alleen het verdienmodel van klassieke media onder druk, maar creëert precies ook kansen voor desinformatie.

Initiatieven waarbij platformen blijf geven van verantwoordelijkheidsgevoel en van een grotere algemene bekommernis voor de kwaliteit van de Belgische maatschappelijke debatten zijn dan ook te verwelkomen. In België werd door het Google DNI (Digital News Innovation) fonds bijvoorbeeld in 2018 een totaal van 3,7 miljoen euro toegekend aan Belgische projecten⁴³.

Kwaliteitsjournalistiek en kwaliteitsmedia kunnen desinformatie aan het licht brengen en er tegenwicht tegen geven. De financiering van initiatieven om kwaliteitsjournalistiek te bevorderen is dan ook belangrijk.

37 Verslag van de deskundigengroep op hoog niveau inzake nepnieuws en desinformatie, maart 2018, p. 26.

38 <https://www.nieuwsindeklas.be/lesmateriaal/lessendatabank/>

39 Het heeft daarnaast ook andere relevante initiatieven, zoals een online dossier Nieuws- en Informatiegeletterdheid (<https://www.nieuwsindeklas.be/indekijker/dossier-nieuws-en-informatiegeletterdheid/>), een themasite rond reclame voor leerkrachten en begeleiders (www.reclamewijs.be) en een website over mediaopvoeding voor ouders (MediaNest.be).

40 <https://lie-detectors.org/>

41 Zie bijvoorbeeld het [media geletterdheid programma van Twitter](#).

42 Verslag van de deskundigengroep op hoog niveau inzake nepnieuws en desinformatie, maart 2018, p. 29.

43 Zie het Google [DNI Fund Report 2018](#), p. 5.

E. Verantwoordelijkheid van de platformen

Online platformen die inhoud verdelen, en met name vooral sociale media, videoplatformen en zoekmachines, spelen een belangrijke rol in de verspreiding en versterking van desinformatie online⁴⁴. Verschillende van hen nemen vandaag al maatregelen in de strijd tegen desinformatie⁴⁵. Hoewel deze platformen geen rol van uitgever op zich kunnen nemen, dienen zij wel verantwoordelijkheid op te nemen en *best practices* na te leven. Naast het bestrijden van misbruiken werken zij vandaag in bepaalde landen samen met stakeholders en academici rond projecten om een meer kwaliteitsvol debat op hun netwerken te promoten⁴⁶. Hoewel dergelijke maatregelen positief zijn is transparantie en controle op zijn plaats omdat ook hier een risico op censuur bestaat.

Daarnaast zouden betrouwbare fact-checking organisaties en wetenschappers – met eerbiediging van de privacy van de gebruikers - toegang moeten hebben tot de data van de platformen die hen in staat stellen de werking van gerelateerde algoritmes beter te begrijpen, en om de desinformatie-dynamiek en haar impact op de samenleving beter te analyseren. Er is immers nood aan het voeren van verder onderzoek met betrekking tot desinformatie en het verstrekken van informatie hierover aan de burgers. Ook de impact van acties om desinformatie te bestrijden moet kunnen worden onderzocht en geëvalueerd, wat een monitoring van desinformatie op de sociale netwerken impliceert.

De platformen moeten voor de overheid en de burger ook aanspreekbaar zijn. De communicatiekanalen moeten open zijn en platformen moeten op een snelle en efficiënte manier reageren bij problemen. De burger mag zich niet machteloos voelen tegenover de platformen, want ondanks welwillendheid van alle partijen vaak toch nog het geval is.

Gezien de nationale specificiteiten met betrekking tot desinformatie, en de constant evoluerende technologieën en desinformatietechnieken zou er ook in België tot een permanente dialoog en samenwerking over dit onderwerp met de online platformen moeten worden gekomen. De overheid kan in deze dialoog nagaan of de best beschikbare methodes en technologieën worden gebruikt, of de ingezette maatregelen effectief zijn in België en of de noodzakelijke gegevens voor onderzoek door de platformen ter beschikking worden gesteld van Belgische onderzoekers.

44 Mededeling van de Europese Commissie, p. 2.

45 Zie onder meer: <https://newsroom.fb.com/news/2018/06/increasing-our-efforts-to-fight-false-news/> ; https://blog.twitter.com/official/en_us/topics/product/2018/Serving_Healthy_Conversation.html ; <https://www.blog.google/outreach-initiatives/google-news-initiative/announcing-google-news-initiative/>

46 Zie bijvoorbeeld: <https://www.universiteitleiden.nl/en/news/2017/02/leiden-students-help-in-battle-against-fake-news> of het [Crosscheck](#) project waarbij redactiekamers en technologiebedrijven samenwerkten in het kader van de Franse verkiezingen van 2017.

DEEL III. CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

Desinformatie is een bedreiging voor de democratie. De nood aan actie is dringend, maar antwoorden vergen nader onderzoek en dialoog tussen de betrokken stakeholders.

Oplossingsrichtingen die toelaten om desinformatie tegen te gaan, situeren zich op verschillende vlakken en bij verschillende partijen. De overheid moet dan ook – in het kader van haar verplichting om het recht op de vrijheid van meningsuiting te beschermen en een gezond publiek debat te faciliteren - de verschillende stukjes van de puzzel samenleggen en een faciliterende rol spelen. Ze dient ervoor te zorgen dat initiatieven tegen desinformatie bottom-up vanuit de samenleving en de verantwoordelijke spelers kunnen ontstaan, dat deze initiatieven worden samengebracht en dat ze elkaar versterken.

De experts geven dan ook volgende aanbevelingen:

1. Creatie van een permanent overlegplatform tussen betrokken actoren

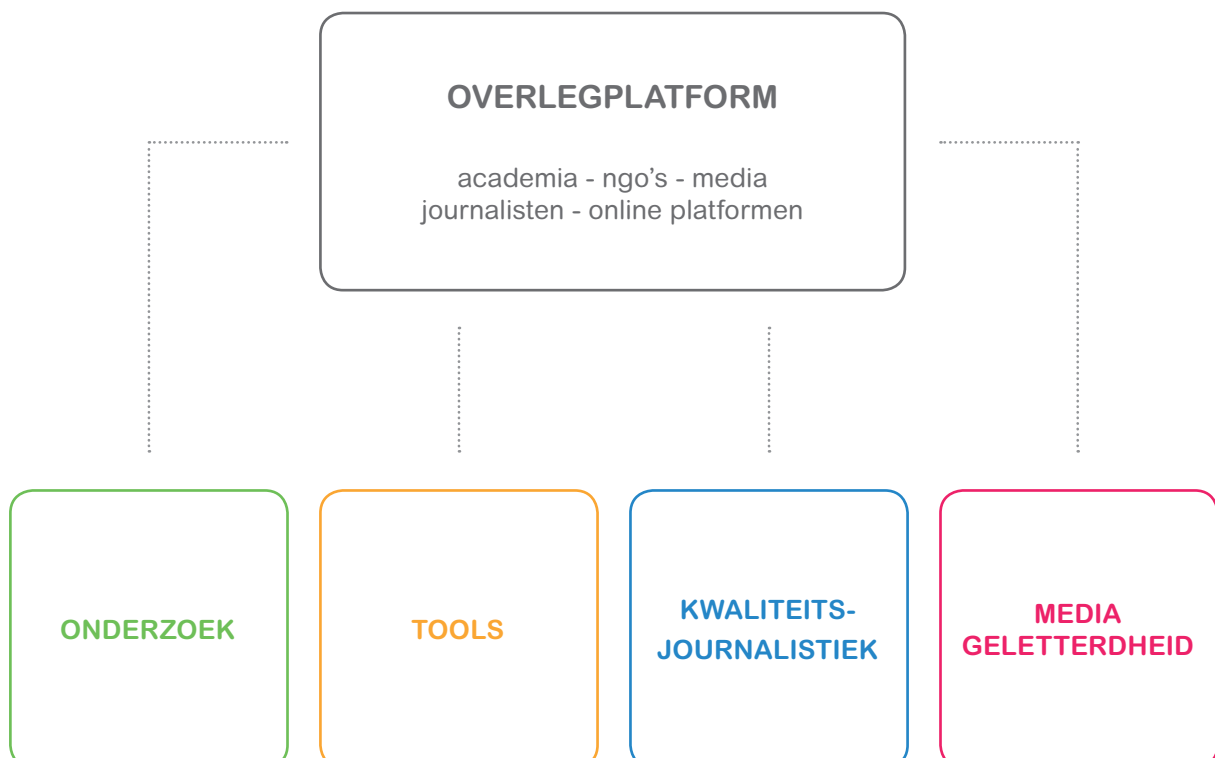
De betrokken Belgische actoren - academia, media, journalisten en journalistieke opleidingen, ngo's en platformen – dienen samengebracht te worden in een permanent overlegplatform met volgende functies:

- Dialoog, kennisdeling en coördinatie
- Het centraliseren van informatie en activiteiten rond desinformatie in België
- Het faciliteren van samenwerkingsprojecten tussen verschillende actoren

Het overlegplatform strekt ertoe te verzekeren dat alle spelers een maximale verantwoordelijkheid nemen en zich gezamenlijk inspannen om het maatschappelijk debat zo gezond mogelijk te houden, zonder de vrijheid van meningsuiting in het gedrang te brengen.

De creatie van dit overlegplatform kan eventueel aangevuld worden met een repressief sluitstuk voor die spelers die geen enkele verantwoordelijkheid zouden willen nemen en die toch actief zijn op de Belgische online advertentiemarkt, maar dit slechts na een grondig en verder onderzoek naar de wenselijkheid en eventuele vormgeving daarvan.

In dit overlegplatform kunnen verschillende stakeholders betrokken worden bij initiatieven rond volgende pijlers: onderzoek, tools, kwaliteitsjournalistiek en mediageletterdheid.



ONDERZOEK

Binnen deze pijler is het centraliseren van relevant onderzoek een eerste logisch actiepunt. Er wordt in België heel wat onderzoek uitgevoerd dat misschien niet rechtstreeks betrekking heeft op desinformatie, maar wel relevant is voor de aanpak van het fenomeen. We denken daarbij aan volgende domeinen: computerwetenschappen (in het bijzonder algoritmes en artificiële intelligentie), psychologie, sociologie, mediawijsheid, media- en nieuwsdiversiteit en pluralisme, politieke wetenschappen, Het bestaande onderzoek dat kan leiden tot het uitwerken van *best practices* of tools in een proeftuin zou in kaart moeten worden gebracht in een centrale (steeds evoluerende) mapping. Dit zou niet alleen toelaten om op een efficiënte manier een aantal proefprojecten op te starten, maar ook om eventuele gaps in het huidige onderzoek te identificeren en nieuwe projecten op te starten.

TOOLS

Binnen deze pijler kunnen via concrete samenwerkingsprojecten tools voor burgers inzake kwaliteit, diversiteit, etc. (zoals bedoeld onder punt II.B) worden ontwikkeld en gefinancierd. Het oprichten van een fact checking initiatief in België dat kan deelnemen aan het onafhankelijk Europees netwerk van factcheckers zou een eerste mogelijk actiepunt kunnen zijn. Dergelijk initiatief vraagt immers belangrijke investeringen, waarover momenteel geen enkel Belgisch medium alleen beschikt, uitgenomen voor bepaalde ad hoc initiatieven. Ook tools voor journalisten zouden onder deze pijler kunnen vallen⁴⁷. Het is daarbij belangrijk dat deze tools beantwoorden aan een gebruikersnood, kunnen ingepast worden in het businessmodel van betrokken bedrijven en ook beantwoorden aan een sociale aanvaardbaarheid die binnen het platform wordt vooropgesteld.

KWALITEITSJOURNALISTIEK

Gezien het belang van kwaliteitsjournalistiek in de bestrijding van desinformatie is het van belang dat deze content voldoende aanwezig is en ook haar weg op de platformen vindt. Het overlegorgaan zou er kunnen over waken dat een permanente uitwisseling tussen het Belgisch medialandschap en de platformen wordt georganiseerd. Verder kan onderzocht worden of de platformen ook financieel kunnen bijdragen aan kwaliteitsjournalistiek in België. Dat kan bijvoorbeeld door het financieren van factcheck initiatieven op Belgisch niveau maar er kan evenzeer onderzocht worden of de platformen ook op andere manieren kwaliteitsvolle journalistiek in België financieel kunnen ondersteunen. Het overlegorgaan kan hiervoor concrete voorstellen uitwerken.

MEDIAWIJSHEID

Om effectief te zijn in de strijd tegen desinformatie zouden de bestaande initiatieven in Belgische context nog verder opgedreven moeten worden, meer op maat en op locatie kunnen worden aangeboden en nog meer naar samenwerkingsverbanden tussen stakeholders moeten evolueren. Binnen deze pijler zouden bijvoorbeeld samenwerkingsprojecten rond volwassenen en oudere leeftijdsgroepen of mediaprofessionals kunnen worden overwogen, een grotere inzet op communicatie en bereik van de bestaande projecten, ondersteuning van leerkrachten, ontmoetingen tussen professionele journalisten en leerlingen via speed date events, lespakketten inzake de werking van algoritmes, enz.

⁴⁷ In dit opzicht bestaan in België al een aantal interessante projecten zoals het VeriFlix-project van Roularta Media Group in samenwerking met de KU Leuven en startup Look Live Media dat tot doel heeft een reeks tools te ontwikkelen voor nieuwsmidia om "fake news" bij user generated content (UGC) tegen te gaan op basis van artificial intelligence. (zie <https://digitalnewsinitiative.com/dni-projects/veriflix-intelligently-managing-user-generated-content-round-4/>) of het News Audit programma dat in samenwerking met de Universiteit Antwerpen, Textgain en VRT NWS software heeft ontwikkeld die waarschijnlijke desinformatie kan ontdekken en kan nagaan wat de oorspronkelijke bron was voor tekstblokken.

2. Testen van samenwerkingsprojecten in een proeftuin met de platformen

De geografische proximititeit van ons land bij de Europese instellingen zorgt ervoor dat België een ideale proeftuin kan vormen voor initiatieven in samenwerking met de platformen en dat de schaarse expertise inzake desinformatie, die verspreid is over heel Europa, in ons land samengebracht kan worden. *Best practices* uit het buitenland kunnen hier geïmplementeerd en gevalideerd worden. Zo kan men een uitstapraam bieden naar de Europese beleidsmakers toe en ook de hand reiken naar de platformen om hierin samen te werken.

Meer concreet zou er op volgende domeinen vooruitgang moeten worden geboekt:

- **De ontwikkeling van tools met betrekking tot de kwaliteit van bronnen**

Een mogelijk proeftuin-initiatief zou bijvoorbeeld kunnen zijn om in overleg met spelers en stakeholders te bekijken hoe men de mediaconsument meer handvaten kan geven om de kwaliteit van een bron in te schatten. Dit kan bijvoorbeeld door meer informatie te geven over de “verantwoordelijkheidszin” van de bron, wat makkelijker in te schatten is dan “betrouwbaarheid”. De beoordeling gaat uit van criteria als : Kunnen de verantwoordelijken achter deze bron überhaupt geïdentificeerd worden? Werkt de bron met een redactiestatuut die de onafhankelijkheid van de journalisten garandeert? Werken er beroepsjournalisten voor de bron? Heeft de bron een duidelijk verantwoordelijke uitgever in een land met een geloofwaardige persvrijheid en functionerende rechtsstaat ? Is de bron lid van één van de Europese raden voor de Journalistiek⁴⁸? etc. Bepaalde informatie zou men op een gestandaardiseerde manier kunnen labelen, zodat men burgers een houvast kan bieden, gebaseerd op deontologie.

- **De ontwikkeling van een Fact checking initiatief**

Zowel in Vlaanderen als in Franstalig België ontbreekt op dit moment een initiatief dat op systematische wijze georganiseerde desinformatie opspoorst en daar ook op reageert. Nochtans wordt desinformatie ook gretig aangeboden in het Frans en vaak snel opgepikt en vertaald in het Nederlands, met name ook op Belgische websites en communities. Dergelijke fact checking initiatieven zouden in samenwerking met de platformen kunnen worden opgezet.

- **Tools ter bevordering van diversiteit**

Een mogelijk initiatief in dit kader zou kunnen liggen in een Belgische samenwerking die merken overstijgt en waarbij Belgische mediaproductanten een beter en meer verfijnd metadata systeem aannemen. Vandaag is voor het promoten van diversiteit via algoritmes de metadata van persartikels (vb. data over de bron, over het redactionele format,...) immers niet verfijnd genoeg.

- **Ontwikkeling van metadata voor onderzoekers rond de verspreiding van desinformatie**

Dit vereist een actieve medewerking van de platformen door het verstrekken van de nodige gegevens aan ngo's en academici via een operationeel onderzoeksplatform. Het moet transparantie bieden over de verspreiding en amplificatie van desinformatie en toelaten te begrijpen welke *filter bubbles* op een menselijke, artificiële of commerciële manier de verspreiding van desinformatie versterken.

- **Evolutie van bestaande mediawijsheid initiatieven naar 'algoritmewijsheid'**

Dergelijk initiatief zou moeten toelaten om de meer latente problematiek van onbewuste beïnvloeding door desinformatie te tackelen. Hoe evolueren we van de goede bestaande initiatieven inzake mediawijsheid (focus op heel duidelijk 'tastbare' zaken als cyberbullying, sexting,...) naar meer wijsheid over latente zaken zoals algoritmewijsheid? Ook hier hebben we aan beide zijden van de taalgrens partijen die hun pluimen hebben verdiend en een hefboom kunnen zijn om de krachten hierrond te bundelen.

48 <http://www.aipce.net/>

DE CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN VAN DE EXPERTEN KUNNEN SAMENGEVAT WORDEN IN ZEVEN PUNTEN:

- 1 Naïviteit is geen optie. Ook in België heeft georganiseerde desinformatie zijn impact.** Zelfs als die impact niet mainstream is, kan ze het vertrouwen in ons maatschappelijk debat en ons democratisch proces ondermijnen. Een democratie mag en moet zich tegen desinformatie verdedigen. Verder onderzoek naar het fenomeen in België is nodig.
- 2 De snelle creatie van een permanent overlegmodel rond vier actielijnen (onderzoek, tools voor burgers, mediawijsheid en kwaliteitsjournalistiek)** moet ervoor zorgen dat de kanalen open worden gehouden met alle bevoegde ministers en met alle stakeholders die kunnen bijdragen aan een maatschappelijk debat dat het vertrouwen van de bevolking waard is. Laten we dat overleg soepel en praktisch houden.
- 3 Constructieve samenwerking met de platformen is essentieel.** Toegang tot informatie over hun werking is noodzakelijk, ook om een permanente zoektocht naar de beste technische methoden om desinformatiecampagnes te bestrijden mogelijk te maken. Platformen kunnen leren van elkaar en van de academische wereld. Daarnaast moet overleg met de media in België leiden tot het zoeken naar manieren om kwaliteitsvolle en verantwoordelijke journalistiek te ondersteunen. Dat kan bijvoorbeeld door het opzetten van een fact checking initiatief in België.
- 4 De overheid moet niet beslissen wat waar is of wat niet, maar georganiseerde desinformatiecampagnes moeten zo vroeg mogelijk worden gedetecteerd en zo goed mogelijk worden tegengegaan.** Laat journalisten en het maatschappelijk middenveld op basis van de data van de platformen onderzoeken en beslissen wat desinformatie is en wat niet. Mogelijke desinformatie moet ook op een makkelijke wijze gemeld kunnen worden aan de platformen die moeten zorgen voor een efficiënte opvolging ervan.
- 5 Mediawijsheid en de ontwikkeling van tools die de burger meer informatie geven** over de bron van informatie en de diversiteit van het informatieaanbod moet worden gestimuleerd. Laat platformen, de academische wereld, verantwoordelijke media en gespecialiseerde organisaties in België samen zoeken naar manieren om de 'nieuwswijsheid' te verhogen.
- 6 Desinformatie kan je niet weggommen met een wet.** Buitenlandse pogingen daartoe dreigen te raken aan de vrijheid van meningsuiting. De expertengroep kiest voor een overleg- en samenwerkingsmodel. Onderzoek dat nagaat hoe verstandig wetgevend werk een sluitstuk kan zijn voor dat model kan wel worden opgestart.
- 7 België heeft mooie troeven in de hand om een proeftuin op te zetten** in de nabijheid van de Europese instellingen en in samenwerking met de platformen. Daarin kunnen projecten met betrekking tot de kwaliteit van bronnen, fact checking initiatieven, tools ter bevordering van diversiteit, ontwikkeling van metadata voor onderzoekers rond de verspreiding van desinformatie en initiatieven inzake "algoritmewijsheid" worden opgezet.