

De coronacrisis heeft de zwakke plekken in onze informatievoorziening pijnlijk blootgelegd: tijdens de crisis nam de verspreiding van nepnieuws enorm toe, en complottheorieën beleven hoogtijdagen.

in de **informatie**

Hoe zorgen we als samenleving voor goed geïnformeerde burgers en hoe kunnen informatie-professionals daarin een rol spelen?



Marianne Hermans

Kennisadviseur bij
de Koninklijke Bibliotheek



Jos van Helvoort

Hogeschooldocent en
onderzoeker bij
De Haagse Hogeschool



Anne van den Dool

Onderzoeksredacteur bij
de Koninklijke Bibliotheek

Het internet heeft de manier waarop we informatie creëren, vindbaar maken en delen compleet veranderd. De consumptie van nieuws en informatie is voor een deel verschoven naar sociale media en on-demand-diensten. Het verdienmodel van deze platforms is gebouwd op aandacht, niet op het bieden van betrouwbare en relevante informatie. De coronacrisis zorgt voor een enorme toename van nepnieuws en onbetrouwbare informatie. Door de World Health Organization (WHO) is de pandemie al bestempeld als infodemie: niet alleen de ziekte verspreidt zich in razend tempo over de wereld, maar ook foutieve informatie die het virus omringt (WHO, 2020).

Filterbubbels en echokamers

De crisis brengt aan het licht hoe

kwetsbaar de organisatie van de digitale nieuwsvoorziening is. Het onderliggende model, met advertenties als inkomstenbron, werkt perverse mechanismen in de hand. Verrassend nieuws wordt vaker aangeklikt dan saai nieuws. Dat leidt tot 'klikpulp', nieuws dat de aandacht trekt om maar zoveel mogelijk kliks te krijgen. Wanneer mensen nauwelijks meer worden blootgesteld aan ongemakkelijke, uitdagende of prikkelende perspectieven, kunnen echokamers ontstaan waarin vooral bevestiging van vooringenomen ideeën plaatsheeft. Omwille van hun privacy delen mensen hun informatie weer vaker in gesloten gelijkgestemde groepen in plaats van open voor het hele internet. Ook gepersonaliseerde nieuws-feeds kunnen leiden tot blikvernaauwing en bevestiging van vooringenomen ideeën. De pluriformiteit van

storm

Factchecking

Alexander Pleijter, onderzoeker en docent bij Journalistiek en Nieuwe Media van de Universiteit Leiden en coördinator van Nieuwscheckers, stelde in een eerdere *IP* een overzicht op van samenwerkingsverbanden en initiatieven in de strijd tegen nepnieuws. Het artikel vind je via: <http://bit.ly/strijdentegennepnieuws>. Intussen zijn er ook nieuwe initiatieven. Waaronder Make Media Great Again (MMGA, <https://www.mmga.io>). En online tool Factrank (<https://factrank.org>), die op basis van kunstmatige intelligentie automatisch 'checkbare' uitspraken in Kamerdebatten of tweets van politici detecteert en zo factcheckers helpt een stuk sneller te werken.

het Nederlandse mediamodel dempt gelukkig het risico van filterbubbels en echokamers enigszins (Möller, 2019).

(On)betrouwbare bronnen

Sociale media kunnen een katalysator zijn voor de verspreiding van desinformatie. Sociale media en zoekmachines hebben voor een deel de rol van de traditionele media als nieuwsvoorziening overgenomen. Mensen zien, horen of lezen het nieuws vaker op hun mobiele telefoon, via een gepersonaliseerde timeline van berichten. Vooral jongeren delen nieuwsberichten via de smartphone (Beekmans, 2019). Ook maken nieuwsdiensten gebruik van sociale media om hun content te verspreiden. Socialemediaplatforms nemen intussen maatregelen om mensen te verwijzen naar betrouwbare bronnen, maar het is de vraag wie daar ook echt gebruik

'Het menselijk brein is gemakzuchtig. We zoeken naar informatie die onze vermoedens bevestigt en negeren informatie die onze ideeën tegenspreekt'

van maakt. Dankzij het internet en de verschuivingen in nieuwsconsumptie is het onderscheid tussen betrouwbare en onbetrouwbare bronnen voor veel mensen niet meer zo helder. De WHO streed hier bijvoorbeeld tegen door zich te begeven op TikTok, om daar met name onder jongeren juiste informatie over het virus te verspreiden (WHO, 2020).

Mediawijsheid

Hoewel de zorgen om nepnieuws en dito informatie wereldwijd toenemen (Reuters, 2019) lijkt de Nederlandse samenleving tot nu toe weerbaar tegen beïnvloeding door desinformatie. Nederlanders hebben, in vergelijking met mensen in andere landen, veel vertrouwen in het nieuws van omroepen en krantenbedrijven. In sociale media als nieuwsbron hebben ze veel minder

vertrouwen (Lauf & Scholtens, 2019). Onderzoek van het Rathenau Instituut toont aan dat de mediawijsheid van verschillende groepen burgers vaak tekortschiet (Van Keulen, et al., 2018). In het beleid van de Nederlandse overheid staat dat ze wil voorkomen dat de democratie en de rechtsorde in ons land door desinformatie worden ondermijnd. Het kabinet zet daarbij uitdrukkelijk in op verbetering van het vermogen van de burgers om desinformatie te herkennen (Rijksoverheid.nl, 2019).

Remedies tegen desinformatie

Er zijn verschillende manieren om de verspreiding van desinformatie tegen te gaan. Bijvoorbeeld door technologieën in te zetten, zoals automatische identificatie en het blokkeren van nepsites, advertenties en klikpulp. Door te stre-

'Beeld en Geluid als vraagbaak voor IP'ers'

Bij zijn aantreden in 2018 als algemeen directeur van Beeld en Geluid zei Eppo van Nispen tot Sevenaer dat hij voor het instituut 'een duidende rol' ziet weggelegd. Intussen in 2020 is 'de organisatiestructuur van Beeld en Geluid totaal veranderd'. En zijn mediawijsheid en het duiden van media geïntegreerd in de hernieuwde missie en visie: in 2025 zal Beeld en Geluid de hoeder en het leidende instituut voor journalistieke en media-archivering en -duiding zijn, waarbij de democratische kernwaarde van het vrije woord in tekst, beeld en geluid en het maken en uitdragen daarvan vooropstaat. 'Vorige maand bijvoorbeeld zijn we in samenwerking met het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek gestart met de workshop "Data als kans", zegt Van Nispen tot Sevenaer. 'Daarnaast hebben we in het begin van de coronatijd een veelbekeken serie met Harm Edens gemaakt die ging over media in crisistijd. Ook hebben we ons educatief aanbod daarop afgestemd. Beeld en Geluid is een vraagbaak voor bibliotheken en informatieprofessionals als het gaat om te leren hoe om te gaan met specifieke media.'

ven naar transparantie over de werking van algoritmes die bepalen wie welk nieuws te zien krijgt. Door strengere internationale regelgeving en het aan banden leggen van de vrijheid van grote platforms. En door te investeren in professionele journalistiek. Het blijft echter een kat-en-muisspel tussen factcheckers en makers van nepnieuws. Minstens zo belangrijk als het controleren van feiten en het corrigeren van schadelijke inhoud is het begrijpen van de werking van desinformatie. Wat maakt mensen, zeker in tijden van crisis, zo ontvankelijk voor desinformatie, welke mechanismen bevorderen de verspreiding ervan en hoe kunnen mensen weerbaar worden gemaakt tegen nepnieuws? Het menselijk brein is gemakzuchtig en selectief. We zoeken naar informatie die onze vermoedens bevestigt en negeren informatie die onze ideeën tegensprekt. Wanneer we

onder druk komen te staan, zoals in een crisis, filteren we nog meer dan normaal: we kiezen voor de kortste gedachtenroute (Beunders, 2020). In crisistijd zoeken we naar houvast en eenduidige antwoorden. En die zijn er niet.

Debunking–prebunking

Een fundamenteel onderscheid in de bestrijding van nepnieuws is het verschil tussen *debunking* en *prebunking*. Debunking is het ontmaskeren van nepnieuws door met de feiten te komen, met tegenargumenten en alternatieve bronnen. Prebunking is juist gericht op het vooraf weerbaar maken van mensen door ze alvast opzettelijk te confronteren met nepnieuws. Vergelijk het met de maatregelen ter voorkoming van de verspreiding van een virus door het toedienen van een vaccin versus het zo snel mogelijk opsporen en ontmaskeren van 'patiënt zero'. Als mensen met opzet en in een educatieve setting aan nepnieuws worden blootgesteld, zullen ze uiteindelijk gaan begrijpen hoe bepaalde mechanismen werken. Ze krijgen de argumenten in handen om misleidende informatie te herkennen, ook als die desinformatie aansluit bij hun vooropgezette ideeën. Het brein wordt getraind om minder snel de makkelijkste, vooringenomen weg te nemen.

Burgers trainen

Informatieprofessionals bij bibliotheken en het onderwijs kunnen met



'Beter is het om de eenzijdige focus op desinformatie los te laten en breder in te zetten op een gezond democratisch debat'

hun programma's bijdragen aan het vergroten van de mediawijsheid van burgers door ze te gidsen door de wirwar van informatie en te verwijzen naar betrouwbare bronnen. Bijvoorbeeld zoals de bibliotheek Eindhoven doet met haar pagina over coronanieuws. Maar het kan ook door het bieden van instrumenten voor factchecking, zoals de infographic (zie links) van de International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA). Of een podcast over het herkennen van nepnieuws (Bibliotheek Zuid-Kennemerland). Belangrijk verder in het vergroten van de weerbaarheid tegen nepnieuws is mensen te trainen in het herkennen van misleidende informatie. Maar de strijd tegen nepnieuws is niet het enige dat aandacht behoeft. Beter is het om de eenzijdige focus op desinformatie los te laten en breder in te zetten op een gezond democratisch debat. Een democratische samenleving heeft baat bij goed geïnformeerde burgers die mogen meepraten en meebepalen in een debat over de toekomst van het land, over de beste uitweg uit deze crisis, en de inrichting van de samenleving. Bibliotheken kunnen met hun kernfunctie van ontmoeting én debat bijdragen aan het faciliteren van debat en het voeden van de maatschappelijke dialoog.

BRONNEN

- > Beekmans, I. (2019). *Jongvolwassenen betalen niet voor nieuws, maar vinden het wél belangrijk*. Geraadpleegd op 13-11-2019.
- > Beunders, H. (2020). *De 'infodemie' en het 'niet-willen-zien'*. De Groene Amsterdammer. Geraadpleegd op 13-05-2020.
- > Keulen, I. van, Korthagen, I., Diederens, P. & Boheemen, P. van (2018). *Digitalisering van het nieuws. Online nieuwsgedrag, desinformatie en personalisatie in Nederland*. Den Haag: Rathenau Instituut.
- > Lauf, E. & Scholtens, J. (2019). *Mediamonitor 2019. Mediabedrijven en mediamarkten*. Reuters Institute Digital News Report Nederland 2019. Hilversum: Commissariaat voor de Media (CvdM).
- > Möller, J., Helberger, N., & Makhortyk, M. (2019). *Filterbubbles in Nederland*. Amsterdam: Universiteit van Amsterdam.
- > Plantinga, S. & Kaal, M. (2018). *Hoe mediawijs is Nederland? Onderzoek mediawijsheid*. Amsterdam: Kantar Public.
- > World Health Organization (WHO) (2020). *Novel Coronavirus (2019-nCoV) Situation Report – 13*. Genève: WHO.

Voor dit artikel is gebruikgemaakt van het KB-trenddossier op www.bibliotheeknetwerk.nl/onderzoek/trends en van bronnen uit een literatuurstudie in het kader van een KIEM-onderzoek onder leiding van dr. Jos van Helvoort van De Haagse Hogeschool, Lectoraat Duurzame Talentontwikkeling. De KB is partner in het KIEM-onderzoek.