

Nationaal Kernteam Crisiscommunicatie  
T.a.v.: 5.1.2.e  
Turfmarkt 147  
2511 DP Den Haag

Directie Communicatie

Contactpersoon

5.1.2.e

5.1.2.e

Datum

24 maart 2020

# memo

Voorstel communicatie aanpak nepnieuws

Beste 5.1.2.e

In overleg met de collega's van beleidsdirectie Democratie en Bestuur, Communicatie en RIVM is dit voorstel tot stand gekomen.

## **Plan van aanpak hoe om te gaan met Desinformatie en Nepnieuws?**

In dit plan van aanpak over desinformatie en nepnieuws worden richtlijnen gegeven van hoe men kan reageren op mis/desinformatie en welke processen hiervoor beschikbaar zijn. Dit plan is mede tot stand gekomen op basis van een advies van de Interdepartementale Werkgroep Desinformatie (IWG) over de afwegingskaders en processen.

### Definitie

Desinformatie is het *doelbewust* verspreiden van misleidende informatie, met het *doel om schade toe te brengen* aan het publieke debat, democratische processen, de open economie of nationale veiligheid<sup>1</sup>. Desinformatie hoeft niet altijd onjuiste informatie te bevatten. Het kan een combinatie zijn van feitelijke, onjuiste of deels onjuiste informatie, maar altijd met de intentie om te misleiden en te schaden.

Aangezien het vaak lastig is om de doelbewustheid van verspreiding aan te tonen, kan in het geval van onjuiste berichten over COVID-19 het beste gesproken worden van misinformatie of misleidende informatie, tenzij er wel aanwijzingen zijn voor een doel om schade aan te brengen door de bron.

In de media en op social media gaat het over nepnieuws. Hoewel het eigenlijk om mis/desinformatie gaat noemen wij het in dit stuk nepnieuws.

### Ontkrachten (debunken) van nepnieuws of misleidende berichtgeving:

- *Overwegingen:* beleidsuitgangspunt is dat de overheid in beginsel niet actief berichten ontkracht. Te allen tijde staat de vrijheid van meningsuiting voorop. Uitzondering van het niet ontkrachten van berichtgeving is als de nationale veiligheid, politieke, maatschappelijke en/of economische stabiliteit in het geding is. De bescherming van de volksgezondheid kan hieronder worden geschaard. Belangrijk is dat per keer moet worden ingeschat wat de impact van een bericht is. Door niet te reageren op bepaalde berichten, wordt er ook

<sup>1</sup> Kamerbrief beleidsinzet bescherming democratie tegen desinformatie (Kamerstukken II, 2019/20, 30821, nr. 91)

geen ruchtbaarheid aan gegeven. Niet reageren kan dus ook een bewuste keuze zijn.

- *Verantwoordelijkheid*: primair ligt de verantwoordelijkheid voor het al dan niet reageren op een bericht bij de betreffende departementen of organisaties. De IWG kan adviseren op ad hoc basis. Omdat de berichtgeving in hoog tempo kan circuleren, is niet altijd afstemming met de IWG mogelijk of nodig.
- *Bereiken van specifieke doelgroepen*: wanneer specifieke doelgroepen benaderd worden met desinfo-berichten, is een optie om gezaghebbende figuren in de betrokken gemeenschap (bijv. influencers uit de doelgroep) de feitelijk juiste boodschap te laten uitdragen.
- *Standaardlijn*: in algemene zin kan worden opgeroepen om alert te zijn op de verspreiding van misleidende informatie over COVID-19. Hierbij kan verwezen worden naar de officiële kanalen waar betrouwbare informatie te vinden is (i.c. RIVM.nl en Rijksoverheid.nl). Een binnenkort te versturen brief van de minister van BZK aan burgemeesters over de continuïteit van het openbaar bestuur bevat de volgende conceptpassage hierover:

#### Belang van betrouwbare informatie

Het internet is een van de meest toegankelijke en invloedrijke middelen voor burgers om informatie tot zich te nemen en te verspreiden. Maar in deze wereld waar informatie zich razendsnel verspreidt, is er soms weinig tijd deze te controleren op feitelijke (on)juistheid. Op verschillende manieren, via sociale media maar ook in brieven of via berichtendiensten, gaat er dan ook misleidende informatie over het virus rond. Bijvoorbeeld over de oorzaak, mogelijke remedies of maatregelen die de overheid neemt. Ik benadruk daarom de oproep van minister-president Rutte om te vertrouwen op de kennis en ervaring van deskundigen zoals het RIVM en te blijven varen op het kompas van wetenschappelijke kennis en betrouwbare feiten. In algemene zin kunt u deze boodschap bekrachtigen door in uw informatievoorziening te verwijzen naar de communicatie van het RIVM en de Rijksoverheid om zo de eventuele impact van misleidende informatie te beperken. Graag vraag ik u om ook in deze tijd in uw communicatie zorg te besteden aan begrijpelijke taal, zodat voor al uw inwoners de boodschap duidelijk is.

#### **Stappenplan aanpak bestrijding van nepnieuws**

Dit gedeelte gaat over het bestrijden van nepnieuwsberichten. Het betreft dan berichten die gedeeld worden op open platforms als Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn en YouTube. Het geldt ook voor besloten Facebook en LinkedIn groepen, Whatsapp en stories op alle platforms.

Wij doen het voorstel om de aanpak van nepnieuws uit te voeren in de newsroom corona die opgezet wordt. Binnen de newsroom zijn meerdere ministeries aanwezig, kunnen we gemakkelijk met elkaar overleggen en ervaring opdoen met het aanpakken van nepnieuws. BZK neemt graag het voortouw voor deze aanpak binnen de newsroom corona.

Rol van de overheid (binnen de newsroom corona):

1. Signaleren door Monitoring
2. Beoordelen  
Is het bericht:
  - schadelijk voor de volksgezondheid en of;
  - veroorzaakt het onrust en of ;
  - tast het de reputatie van instituties als het RIVM aan;→ Afweging: Is reactie noodzakelijk?
3. Kunnen we gebruikmaken van steunpilaren zoals:  
Media (NOS.nl, RTLnieuws.nl, Nu.nl, EenVandaag etc.) en hun factcheckingrubrieken (verzoek om paywall tijdelijk op te heffen verzoek voor OCW)  
  
Factcheckers (Redditt, IFCN, Nu.nl)  
  
Experts van o.a. RIVM  
  
Politie, Veiligheidsregio's  
  
→ Ja: gebruik de informatie die steunpilaren op hun online kanalen hebben gedeeld. Door het bericht te liken, delen, retweeten of retweeten met een opmerking.  
  
→ Nee: maak zelf een reactie op basis van de informatie waar we zelf over beschikken. Bijvoorbeeld QenA's op Rijksoverheid.nl of RIVM.nl
4. Binnen de newsroom corona kan er vanuit elk ministerie gereageerd worden, het liefst zo spoedig mogelijk.

Om nepnieuws zo effectief mogelijk te bestrijden is het belangrijk dat elk ministerie dit doet voor haar onderwerpen. Voorbeeld: ministerie van Defensie pakt een bericht op als het leger genoemd wordt. En het ministerie van Justitie als de politie onderwerp is van het bericht.

Rol sociale media platforms:

De overheid heeft geen bevoegdheid om berichten van het internet te verwijderen. Dat gaat namelijk in tegen de vrijheid van meningsuiting. Wel hebben sociale mediabedrijven de mogelijkheid om berichten van hun eigen platforms te verwijderen of andere acties te nemen indien hun gebruikersvoorwaarden overtreden worden. Globaal nemen de bedrijven de volgende acties:

- **Bevorderen betrouwbare informatie**  
Google (incl. Youtube, Google Search), Facebook (incl. Instagram), Twitter en TikTok verwijzen allen naar betrouwbare informatie van de Rijksoverheid of RIVM. Dit gebeurt op de homepage en/of wanneer mensen zoeken naar COVID-19 of gerelateerde termen.
- **Ruimte voor overheden om hun boodschap te verkondigen**

Google, Facebook en Twitter hebben programma's waarin zij gratis advertenties beschikbaar stellen aan overheden of instellingen als de WHO, of content van deze instellingen promoten om betrouwbare informatie beter vindbaar te maken. De programma's van Google en Facebook zijn in NL aangeboden aan de overheid, hier is vooralsnog geen gebruik van gemaakt.

- **Verwijderen misleidende informatie en advertenties m.b.t. COVID-19**

De bedrijven verwijderen of verminderen het bereik van misleidende informatie. Soms wordt er ook verwezen naar een factcheck artikel over het onderwerp. Ook zijn advertenties m.b.t. het virus of geneesmiddelen, mondkapjes etc. verboden.

- **Melding maken van misleidende informatie bij sociale media**

Het BZK desinformatie team heeft toegang tot zogeheten 'escalatie kanalen' van Facebook, Google en Twitter. Dit betekent dat na een eventuele melding over een bericht van het desinformatie team deze bedrijven de melding met prioriteit bekijken. Dit middel moet uiteraard met grote terughoudendheid worden ingezet. De bedrijven maken hierbij nog steeds hun eigen onafhankelijke afweging of er sprake is van overtreding van de gebruikersvoorwaarden en dus of verwijdering of een andere actie gerechtvaardigd is.

#### Rol van gebruikers van social media:

Wij kunnen gebruikers ondersteunen met een campagne gericht op bewustwording van nepnieuws. Hoe ziet zo'n campagne er dan uit? Hierbij een voorstel.

##### 1. Check de feiten

Naast dat we vanuit het Rijk proberen het nepnieuws zo goed mogelijk te bestrijden is het van groot belang om mensen alert te maken en te houden op verspreiding van nepnieuws. Dit kunnen zij doen aan de hand van vier checkvragen: de oproep 4 keer Checken:

- Check waar het bericht vandaan komt, wees kritisch.
- Check welke bron is gebruikt en of die betrouwbaar is.
- Check de volledige inhoud van het bericht.
- Check waar de foto's en video's vandaan komen #denknavoorhetdelen
- Voor goede informatie ga je naar:
  - <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/coronavirus-covid-19>  
en
  - <https://www.rivm.nl/nieuws/actuele-informatie-over-coronavirus>

##### 2. Campagne (zoals Hou Afstand) met plaatsing via Initiative met oproep 4 keer checken voor je iets deelt.

3. Aansluitend op de campagne worden berichten geplaatst op alle social media kanalen met posters, twittercards, afbeeldingen en infographics. Frequentie meerdere keren per week.
4. Berichten met onderwerp Hoe herken je nepnieuws? Infographics en afbeeldingen met de belangrijkste tips:
  - o **Kijk goed naar het webadres (URL).** Een URL of een URL die lijkt op die van een bestaande site, kan een voorteken zijn van nepnieuws. Veel nepnieuwssites imiteren authentieke nieuwsbronnen door kleine wijzigingen aan te brengen in de URL.
  - o **Controleer de bron.** Verzeker je ervan dat het verslag is geschreven door een bron die je vertrouwt met een reputatie voor nauwkeurige berichtgeving.
  - o **Controleer het bewijs.** Controleer de bronnen van de auteur om te bevestigen dat deze kloppen. Een gebrek aan bewijs of een grote afhankelijkheid van anonieme experts kunnen wijzen op een nepnieuwsverslag.
  - o **Kijk goed naar de foto's.** Nepnieuwsverslagen bevatten vaak gemanipuleerde afbeeldingen of video's. Soms is de foto authentiek maar uit zijn context gehaald. Je kunt met bijvoorbeeld Google Reverse Image Search zoeken naar de foto of afbeelding om te controleren waar deze vandaan komt.
  - o **Kijk naar andere reportages.** Als geen andere nieuwsbron hetzelfde verhaal rapporteert, wijst dit er mogelijk op dat het verslag nep is. Als het verhaal wordt gerapporteerd door meerdere bronnen die je vertrouwt, is de kans groter dat het waar is.
  - o **Wees sceptisch over koppen.** Nepnieuwsverslagen hebben vaak pakkende koppen met hoofdletters en uitroepetekens. Als schokkende beweringen in de kop ongeloofwaardig klinken, zijn ze dat waarschijnlijk.
5. Berichten van erkende factcheckers op social media liken, retweeten of retweeten met een opmerking. Altijd met verwijzing naar de juiste informatie op RO.nl en RIVM.nl, (DenB wijst erop dat hier met terughoudendheid gebruik van moet worden gemaakt)
6. Zet influencers in om bepaalde doelgroepen te bereiken. Voorbeeld jongeren op Instagram en YouTube.

#### Rubriek in dossier Covid19 op Rijksoverheid.nl

Er komt een rubriek met feit en fabel waar nepnieuwsberichten worden geplaatst zonder link naar of vermelding van de bron. Uiteraard wordt er melding gemaakt van de juiste informatie. Dit gaat in samenwerking met RIVM.

Met vriendelijke groet,

5.1.2.e