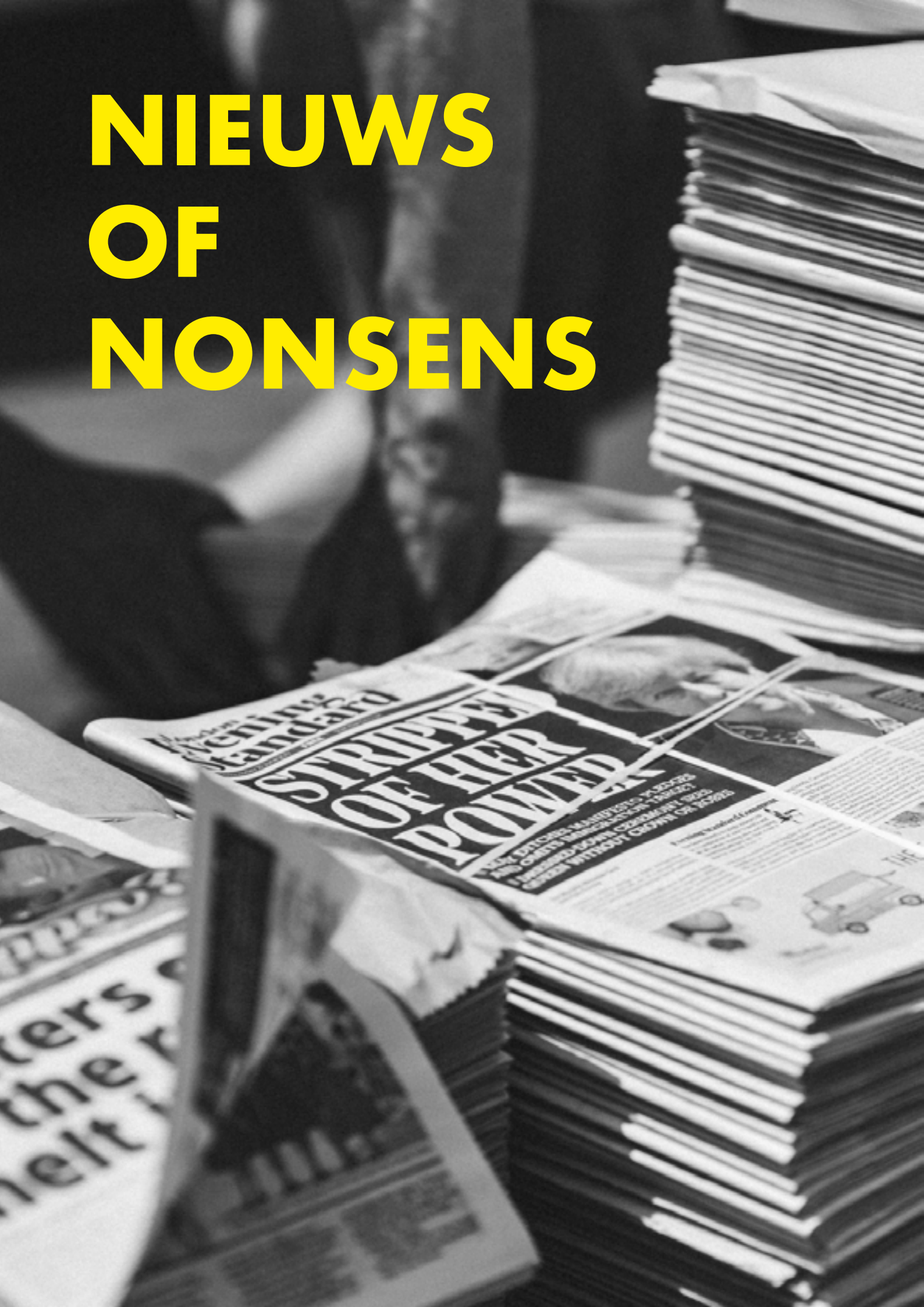


NIEUWS OF NONSENS



F IS FOR FAKE NEWS

Afgelopen jaar heb ik, na een aantal terugvallen, dan toch echt mijn Instagram account verwijderd. Facebook gebruik ik al jaren niet meer. Naast het feit dat ik mij niet bezighoud met het taggen van mijn buurmeisje in grappige kattenfilmpjes en het geven van Candy Crush levens aan mijn oma, is er nog een groot voordeel aan het feit dat ik momenteel geen sociale media meer gebruik. Ik krijg namelijk vrij weinig mee van een verontrustend fenomeen dat overal om ons heen te vinden is: fake news.

Ik hoor je denken: 'Ach ik heb ook wel eens op internet mijn leven leuker gemaakt dan dat het daadwerkelijk is en in de krant staat ook niet altijd de waarheid.' Toch ligt het net even anders. Steeds vaker duiken er artikelen op die gewoonweg niet kloppen. Deze bizarre manier van leugens verspreiden gebeurt op zó'n grote schaal dat de Verenigde Staten een heus International Fact-Checking Network heeft opgericht. In Hongarije is het tegenwoordig zelfs strafbaar om nepnieuws te verspreiden. Deze ingrijpende maatregelen geven al aan hoe groot dit probleem is.

Het maken en verspreiden van nepnieuws raakt elke sector. Van politiek en overheid tot de gewone consument. Met de komst van nieuwe technologische ontwikkelingen is het zelfs mogelijk om geluid en beeld te manipuleren. Hierdoor wordt het steeds lastiger om nep van echt te onderscheiden. Dit kan, als het verkeerd wordt ingezet, veel schade aanrichten. Denk bijvoorbeeld aan de imagoschade die een politicus kan oplopen tijdens de verkiezingen als er opeens een filmpje opduikt waarin hij samenzweert met de concurrent. Of dat het achteraf blijkt dat een audiofragment, dat tijdens een rechtszitting gebruikt wordt, gemanipuleerd is en de verdachte voor niets vast heeft gezeten.

Hoe meer ik me verdiep in dit onderwerp, des te meer vragen het bij me oproept. Op het moment van schrijven zit ik thuis achter mijn laptop, al maanden eigenlijk. De ziekte COVID-19 heeft namelijk de hele wereld in zijn greep. Meer dan ooit heb ik behoefte aan duidelijke, eerlijke informatie van de overheid. Gelukkig krijgen we die, maar helaas is deze informatie momenteel bedolven onder een dikke laag ongegronde artikelen geschreven vanuit een kantoortje in Rusland.



Fassina escluso dal voto a Roma Fratelli d'Italia fuori a Milano



«Nulla è andato come credevamo»

«Nulla è andato come credevamo»

«N



«Nulla è andato come credevamo»



EEN HOOP CONTENT OF EEN CONTENT HOOP?

Fake news, je kent het waarschijnlijk via Donald Trump of de complottheorieën over COVID-19, maar het begrip fake news kent vele definities. Dit komt doordat het de afgelopen jaren een verzamelterm is geworden voor verschillende soorten journalistiek en content. Het is lastig om al deze vormen onder hetzelfde verzamellabel te plakken. Daarom wordt het begrip fake news vanuit verschillende dimensies onderverdeeld.

SOORTEN EN MATEN

In de basis wordt er onderscheid gemaakt tussen foute en kwalijke informatie. Alles wat fout is, is niet direct kwaadwillend. (Wardle, Phd, & Derakhshan, Information Disorder, 2017) De intentie van degene die het bericht maakt, degene die het (door)plaatst en degene die het ontvangt kan namelijk verschillen. Dit onderscheid gaat niet over de inhoud van het bericht, maar puur over de intentie waarmee het gemaakt, gedeeld of ontvangen wordt.

Het tweede niveau van onderscheiden gaat over het soort informatie dat verspreid wordt. Hierin zijn drie vormen van elkaar te onderscheiden, namelijk: malinformatie, misinformatie en desinformatie. (Wardle, Phd, & Derakhshan, Information Disorder, 2017). Malinformatie gaat over het kwaadwillend verspreiden van kloppende informatie. Denk hierbij bijvoorbeeld aan het lekken van de Coronamaatregelen voordat de persconferentie op televisie is geweest. Hier gaat het dus niet om nepnieuws, want de informatie is correct. Misinformatie gaat daarentegen over het verspreiden van valse informatie, maar dan zonder kwade bedoelingen. Deze persoon weet simpelweg niet dat de informatie niet klopt. Dit kan bijvoorbeeld een journalistieke fout zijn. Tot slot is er desinformatie. Hier gaat het om het kwaadwillend verspreiden van valse informatie. Het 'echte' fake news zou je kunnen zeggen.

Binnen de vormen misinformatie en desinformatie kan nog dieper onderscheid gemaakt worden. (Wardle, 2017) onderscheidt de 'zeven types van misinformatie en desinformatie'. In onderstaande tabel worden deze types in de linker kolom genoemd. In de rechter kolom is de uitleg van de types terug te zien.

Satire or parody	Satire heeft niet de bedoeling om schade aan te richten, maar heeft wel het potentieel om mensen te misleiden
False connection	Als titels of afbeeldingen de inhoud niet ondersteunen
Misleading content	Misleidend gebruik van informatie om iets of iemand te kaderen
False context	Als feiten gegeven worden met foutieve contextuele informatie
Imposter content	Feiten die worden nagebootst
Manipulated content	Als feiten worden aangepast om mensen te misleiden
Fabricated content	Feiten die helemaal vals zijn, opgesteld om kwaad aan te richten

(Wardle, Fake news. It's complicated, 2017)

7 TYPEN CONTENT

Deze zeven verschillende types ontstaan door verschillende ‘oorzaken’ of belangen. Deze zijn in de volgende tabel terug te zien. De tabel toont de relatie tussen het type content (x-as) en de oorzaak of het belang hiervan (y-as).

	Satire	False connection	Misleading content	False context	Imposter content	Manipulated content	Fabricated content
Slechte journalistiek		X	X	X			
Als parodie	X				X		X
Reactie uitlokken					X	X	X
Passie				X			
Partijdigheid			X	X			
Winst		X			X		X
Politieke invloed			X	X	X	X	
Propaganda			X	X	X	X	X

(Wardle, Fake news. It's complicated, 2017)

Zoals eerder omschreven is fake news een container begrip dat qua omvang vergelijkbaar is met het containerbegrip duurzaamheid. Zo bestaan er ook veel verschillende definities van fake news. Het is lastig om antwoord te krijgen op een vraag over zo'n groot begrip.

Daarom is ervoor gekozen om in deze paper de termen misinformatie en desinformatie te beschouwen als fake news en malinformatie even buiten beschouwing te laten. Daarnaast is ervoor gekozen om een eigen definitie aan de term fake news te geven, om het begrip te kunnen afbakenen.

DEFINITIE

“Het kwaadwillend maken en/of verspreiden van onjuiste ofwel foute informatie met als doel de opinie van een ander dermate te beïnvloeden of manipuleren zodat deze resulteert in het teweegbrengen van negatieve veranderingen in de perceptie, de houding, het gedrag en/ of een politiek relevante uitkomst.”

Jaimie Cörvers





JOURNALISTIEK IS VOOR IEDEREEN

Je komt fake news tegenwoordig overal tegen. Niet raar dat het wordt gezien als een fenomeen uit de 21e eeuw. Maar is het wel zo nieuw als dat wij denken? Het antwoord hierop is nee. Al eeuwenlang wordt desinformatie en misinformatie gebruikt om anderen te overtuigen. Volgens (Waldrop, 2017) is fake news al aanwezig sinds de oermens haar eerste opzettelijke roddel verspreidde. Maar hoe komt het dan dat wij allemaal denken dat het iets nieuws is? Dat heeft alles te maken met het feit dat nieuws tegenwoordig niet enkel weggelegd is voor journalisten.

EEN DUIDELIJK ONDERSCHIED

Binnen de journalistiek wordt er onderscheid gemaakt tussen feiten, beweringen en meningen. Termen als commentaar, opinie en column zorgen ervoor dat het op een duidelijke manier gekenmerkt wordt. Op het moment dat deze termen niet worden benoemd in een nieuwsbericht of -artikel, verwacht de lezer feitelijk nieuws te lezen. Bij nieuwe media, dus ook sociale media, wordt bovenstaand onderscheid steeds minder gemaakt. (Nederlands Genootschap van Hoofdredacteuren, 2008)

Bij het lezen van een weblog, kan de lezer bijvoorbeeld alleen maar vermoeden dat het gaat om de mening van de auteur. Het is dus voor de lezer veel lastiger om online feiten van meningen te kunnen onderscheiden. Dit komt door de vervaging van onlineregels en een verschuiving in verantwoordelijkheid. Deze komt namelijk bij de lezer te liggen, in plaats van bij de verspreider. Hierdoor ontstaat de basis voor het maken van fake news op sociale media.

HOOR EN WEDERHOOR

Het verschil tussen een feit en een mening is simpel. Een feit moet controleerbaar zijn. Van een journalist wordt verwacht dat berichten altijd controleerbaar zijn en dat hoor en wederhoor wordt toegepast. Dat wil zeggen dat er een bronvermelding bij een artikel staat en dat een onderwerp vanuit verschillende perspectieven belicht wordt. Dit geeft de lezer de ruimte om zelf een standpunt binnen het onderwerp in te nemen.

Zoals we net lazen, is het online steeds lastiger om een feit van een mening te kunnen onderscheiden. Dit komt doordat er op sociale media weinig tot geen regels zijn waar wij ons aan hoeven te houden als het aankomt op informatieverspreiding. Waar in de traditionele media elke journalist zich houdt aan hoor en wederhoor en de controleerbaarheid van feiten, is dit op sociale media niet het geval. En daar maken fake news makers gretig gebruik van.

SOCIALE MEDIA ALS JOURNALISTENPLATFORM

Iedereen komt dagelijks in contact met elkaars journalistiek. Dat komt doordat wij allemaal mediamakers zijn geworden. De basis van deze wereld vol journalisten ligt bij sociale media. Facebook, Twitter en Instagram hebben één ding gemeen. Ze ontwikkelden alle drie een leeg platform en schakelden ons in om het te vullen.

Wij zijn de mediamakers die deze platformen van content voorzien. De lage barrière voor het schrijven van content, zorgt ervoor dat er elke minuut 510.000 nieuwe Facebook comments worden gepost. (Gladiator, 2019). De opkomst van sociale media heeft er dus indirect voor gezorgd dat er miljoenen nieuwe mediamakers, zijn geboren.

JOURNALISTIEKE WERKWIJZE

Om erachter te komen waarom sociale media zich uitstekend lenen voor het maken van fake news, bekijken we de manier waarop journalisten omgaan met nieuws. Elke journalist dient zich aan een aantal basisregels te houden. In de 'Code voor de journalistiek' zijn deze 28 basisregels terug te vinden (zie Bijlage B). Onze democratie legt de basis van deze code. Alle regels bevorderen een open samenleving en het recht op vrije nieuwsgaring. Daarbij dient een journalist de verantwoordelijkheid te nemen om het nieuws waarheidsgetrouw,

onafhankelijk, fair en met open vizier te brengen. (Nederlands Genootschap van Hoofdredacteuren, 2008). De code is in 2008 opgesteld, maar bouwt voort op verschillende nationale en internationale codes, zoals de Code van Bordeaux uit 1954 (Nieuws in de klas, 2020). De aanpassingen op de nieuwe code zijn te danken de opkomst van internet als massaal gebruikt medium en de toegenomen participatie van het publiek (Nederlands Genootschap van Hoofdredacteuren, 2008).

BEÏNVLOEDINGSTECHNIKEN

Bij het creëren van fake news op sociale media, wordt gebruik gemaakt van verschillende technieken. Deze psychologische technieken worden ingezet om het fake news onder de aandacht te brengen,

om de acceptatie te vergroten en de verspreiding te stimuleren (Coster, 2017). De vijf meest voorkomende beïnvloedingsprincipes zijn op de volgende pagina uitgelicht.

**“ELKE JOURNALIST
MOET ZICH
AAN EEN AANTAL
BASISREGELS HOUDEN”**

5 BEÏNVLOEDINGS PRINCIPES

ASTROTURFING

Het plaatsen van, voorafgaand aan het fake news, twijfel activerende berichten die achteraf als bevestiging gebruikt worden om het fake news kracht bij te zetten. Vaak worden verschillende fake accounts bij deze techniek ingezet. Een voorbeeld hiervan zijn de presidentiële verkiezingen in de Verenigde Staten in 2016. Vanuit Rusland werd via verschillende fakeaccounts fake news over Hillary Clinton verspreid (US Senate Select Committee on Intelligence, 2019).

BIG LIE

Het publiceren van een leugen, zo groot, dat de doelgroep geneigd is om het te geloven. Mensen denken bij dit soort berichten: 'Als dit een leugen was, zou het zó ongeloofwaardig zijn dat het wel waar moet zijn'. Net zoals president Trump deed tijdens COVID-19. Zo riep hij zijn volk op om zichzelf met desinfectiemiddel te injecteren. Hierdoor zou het virus verdwijnen als sneeuw voor de zon (Slager, 2020).

CARD-STACKING

Alle gelegenheden aangrijpen om deze als bewijs voor het eigen standpunt te voeren. Een veelgebruikte vorm hiervan is het generaliseren van conclusies die niet generaliseerbaar zijn. Zoals in veel reclames gebeurt. Wanneer een product vol suiker zit maar laag in vet is, zal dat laatste genoemd worden maar het gedeelte over suiker wordt in de doofpot gestopt. Card-Stacking kan behoorlijk misleidend zijn.

CHARACTER ASSASSINATION

Het inzetten van fake news om bepaalde personen aan te vallen om hun eigen standpunten te neutraliseren. Deze techniek wordt vooral gebruikt in de politiek. Rivalen maken elkaar en elkaars standpunten continu belachelijk. Dit zodat het volk niet bezig is met de standpunten, maar meer met de rumoer er omheen.

HYPERBOLIC INFLATING

Het generaliseren van alle negatieve eigenschappen van een doelwit. Dit wordt bij bijna alle technieken toegepast die hierboven vermeld staan. Het voornaamste doel van hyperbolic inflating is het creëren van impact. Het komt bij alle vormen van fake news terug en is dus niet specifiek een opzichzelfstaande beïnvloedingstechniek.

(Coster, 2017)



VERSPREIDEN EN BESTRIJDEN

Waarom fake news zoveel op sociale media verspreid wordt en welke beïnvloedingstechnieken hiervoor gebruikt worden, dat weten we inmiddels. Maar hoe komen deze berichten nu op de tijdlijn van een ander terecht? De opkomst van sociale media heeft niet alleen bijgedragen aan het maken van fake news. Ook heeft het voor een grote verandering gezorgd binnen de verspreiding en bestrijding van fake news. Momenteel wordt het meeste fake news namelijk verspreid via social mediakanalen als Facebook, Twitter en Reddit, met als koploper Facebook (M. Guess, Brendan, & Reifler, 2020).



FABELTJESFUIK

De verspreiding van fake news is in een stroomversnelling terecht gekomen op het moment dat sociale media zijn ontstaan. Zij gaven ons een platform om content te delen. Maar dat is niet de enige reden. Er is tegenwoordig namelijk veel geld mee gemoeid. Hoe meer content, hoe meer advertenties, hoe meer geld. En dat wil Facebook maar al te graag. De grootste verspreidbron ligt momenteel dan ook bij Facebook (M. Guess, Brendan, & Reifler, 2020). Het sociale medium gebruikt algoritmes om content te ranken op belangrijkheid (Lubach, 2020). Het blijkt dat nepnieuws acht keer sneller verspreid dan andere content (Janssen, 2020). Daardoor komt het snel bij veel mensen terecht. Daarnaast gebruikt Facebook ook algoritmes om bepaalde content aan te bevelen op basis van interesse. Deze twee algoritmes bij elkaar zorgen ervoor dat steeds meer mensen in contact komen met fake news, en zorgen er vervolgens weer voor dat zij ook steeds meer aanbevolen content over deze onderwerpen voorgeschoteld krijgen (Lubach, 2020). Zij komen als het ware in een fuik van fake news terecht die steeds meer ruimte van hun tijdlijn in beslag neemt. Een content vorm die gemakkelijk verspreid via Facebook zijn video's en deze zouden nog wel eens voor problemen kunnen zorgen.

DEEPFAKE

Door middel van artificial intelligence, kunnen video's tegenwoordig behoorlijk gemanipuleerd worden. Deze vorm van videomanipulatie staat bekend als 'deepfake'. De naam is een samentrekking van deep learning en fake. Aan de hand van deze technologie kan onder andere het hoofd van een persoon op het lichaam van een ander persoon worden gemonteerd. Daarnaast is het ook mogelijk om via deze techniek uitspraken te manipuleren. Er kunnen uitspraken worden gedaan in de video, die nooit gedaan zijn. Deze techniek werd al langere tijd gebruikt in de filmindustrie om het hoofd van acteurs op stuntmannen te plaatsen. Dit duurde echter lang en kostte veel geld. Door de opkomst van artificial intelligence is het tegenwoordig voor iedereen mogelijk om in een korte tijd een deepfake video te maken (Brandon, 2018). Momenteel wordt het alleen gebruikt door internetpiraten, maar volgens (Van Leuven, 2018) heeft het groot potentieel om politieke schade aan te richten.

THE BLACK LIST

Fake news kan natuurlijk niet ongestoord om zich heen blijven woekeren zonder dat hier oplossingen voor komen. Daarom zijn verschillende partijen inmiddels gestart met het terugdringen van fake news. Op Europees niveau is een aantal jaar geleden een zwarte lijst opgesteld van kranten en mediabedrijven die fake news zouden verspreiden (Janssen, 2020). Het opstellen van deze lijst was is theorie een goed idee, maar de praktijk bleek anders. Er bleken niet alleen kranten en mediabedrijven op te staan die fake news verspreiden, maar ook een hoop opiniestukken. Zo werd ook de Nederlandse actualiteiten website GeenStijl toegevoegd (Janssen, 2020). Deze lijst geeft direct aan hoe lastig het is om fake news te bestrijden. In Nederland accepteren we dit soort lijsten niet, omdat dit ingaat tegen de vrije pers. De overheid bepaalt met zo'n lijst namelijk wat wel en niet waar is. Dit heet censuur.

HET GOUDEN EI NOG NIET GEVONDEN

De perfecte oplossing lijkt nog niet gevonden om fake news te bestrijden. De bovengenoemde juridische oplossing kent al vele nadelen. Zo zijn er nog meer oplossingen die nog steeds niet optimaal zijn. Bijvoorbeeld technische oplossingen vanuit bedrijven als Google en Facebook die door middel van weer nieuwe algoritmes en richtlijnen hun content zuiver willen houden (Janssen, 2020). Hierbij gaan bedrijven dus voor de consument/ gebruiker bepalen wat waarheid is. Omdat we hier te maken hebben met bedrijven met een winst oogmerk, gebeurt dit nooit objectief. Daarnaast hebben dit soort bedrijven geprobeerd om alle content te 'factchecken'. Ook dit is geen succes. Factchecken is op deze schaal gewoonweg onmogelijk, omdat er zoveel content geplaatst en verspreid wordt (Janssen, 2020). Tot slot zijn er nog juridische maatregelen overwogen. Op Europees niveau het verspreiden van fake news verbieden bijvoorbeeld. Ook dit is niet te verwezenlijken (Janssen, 2020). Want wat als iemand iets deelt terwijl diegene niet weet dat het nep is. Krijgt diegene dan een boete?

KRITISCHE VRAGEN DIE JE JEZELF KAN STELLEN

Wat is de bron van het artikel?
Waar komt een afbeelding vandaan?
Staat deze informatie ook op een andere website?
Wie is de afzender van het bericht?
Welke intenties heeft de maker?
Lees ik de waarheid of een interpretatie?

VIND ZELF DE ROTTE APPEL(S)!

Totdat er een goede oplossing voor het bestrijden van fake news is gevonden, worden consumenten goed ingelicht en gewaarschuwd. De focus ligt hierbij op kwetsbare groepen, zoals ouderen en jongeren (Janssen, 2020). Dit wordt gedaan in de vorm van onderwijs. Consumenten wordt aangeleerd hoe ze moeten omgaan met fake news. Zo leren zij kritische vragen te stellen tijdens het lezen of zien van content. Door deze vragen te beantwoorden komen consumenten er vanzelf achter of een artikel fake news is (Rijksoverheid, 2020). Op het moment dat de lezer twijfels heeft, zegt dit eigenlijk al genoeg. Op deze manier proberen de overheid, organisaties en stichtingen de verantwoordelijkheid bij de consument te leggen.





ELK LAND IS ANDERS

Dat fake news een grote invloed kan hebben, is wel gebleken uit de verkiezingen in de Verenigde Staten in 2016. Mede dankzij de inzet van fake news, zijn deze gewonnen door Donald Trump (US Senate Select Committee on Intelligence, 2019). Toch blijkt uit meerdere Europese en Nederlandse onderzoeken dat wij ons hier nog niet veel zorgen hoeven te maken over de invloed van fake news.

TRADITIONELE MEDIA AAN KOP

Volgens een onderzoek van (European Commission, 2018) blijkt het vertrouwen in de media in Europa nog steeds goed. De bevolking gebruikt traditionele media nog steeds als belangrijkste nieuwsbron. Radio wordt hier benoemd als het meest betrouwbare medium (European Commission, 2018). Deze wordt opgevolgd door televisie. Als belangrijkste nieuwsbron op televisie in Nederland, worden de NOS en het RTL-nieuws genoemd (Janssen, 2020). Jongeren tussen de 15 en 24 jaar maken meer gebruik van online nieuwsbronnen (European Commission, 2018). Sociale media wordt binnen Europa, en dus ook in Nederland, gezien als minst betrouwbare nieuwsbron (European Commission, 2018). Dit komt doordat de focus van deze platformen niet bij nieuws ligt. Facebook en Instagram worden grotendeels nog steeds gebruikt als entertainment en dus niet gezien als nieuwsverspreider.

NEDERLAND, OH NEDERLAND

Deze onderzoeksresultaten wijzen erop dat wij, Nederlanders, ons niet snel laten leiden door fake news. Dit heeft niet alleen te maken met het feit dat wij sociale media niet als nieuwsbron gebruiken. In Nederland zorgen namelijk een aantal factoren ervoor dat wij goed gewapend zijn tegen fake news. De factoren die ervoor zorgen dat fake news niet de overhand neemt in het nieuwslandschap hebben te maken met het vertrouwen in de overheid en de wetenschap, een kritische houding van het volk tegenover nieuws, de gefragmenteerde politieke voorkeur en als laatste de omvang van ons land (Janssen, 2020).

WHAT'S THE DIFFERENCE

Als we kijken naar de verschillen met de Verenigde Staten is direct te concluderen waarom fake news hier de underdog is en het daar vrij spel heeft. In de Verenigde Staten staan politieke voorkeuren altijd lijnrecht tegenover elkaar. Je bent een republikein of een democraat. Deze twee zijn als water en vuur. Daarnaast worden de Verenigde Staten vanuit één leider aangestuurd. Dit is óf een democraat óf een republikein. Los van het feit dat de helft van de staten het nooit eens zijn met de uitspraken van deze leider, staat deze leider ook nog eens veel verder van het volk af tegenover Nederland door de grote omvang. Het is vergelijkbaar met het leiden van compleet Europa.

Het vertrouwen in de overheid en de wetenschap is in de Verenigde Staten lager dan in Nederland (Janssen, 2020). Dat is niet gek als je het mij vraagt. In Nederland hebben wij politieke partijen die een coalitie vormen in de tweede en eerste kamer. We hebben een parlement, een minister-president en een koning. Al deze mensen leiden samen ons land. In de Verenigde Staten is er één persoon die alle staten aanstuurt en regels maakt. Kortgezegd: er is één iemand die bepaalt. Dit zorgt ervoor dat het vertrouwen laag is en fake news als een lopend vuurtje gaat (Janssen, 2020).

DOOR EEN GLAZEN BOL

Hoe de toekomst van het nieuwslandschap rondom fake news eruitziet, dat weet niemand. Er is geen glazen bol die deze vraag kan beantwoorden, maar er is wel onderzoek gedaan op basis van huidige trends. Door middel van dit onderzoek kunnen mogelijke toekomstscenario's geschetst worden van het nieuwslandschap rondom fake news in de toekomst.

SPECULATIES

Volgens (Gu, Kropotov, & Yarochkin, 2017) zal fake news niet snel verdwijnen in de toekomst. Ondanks dat er continu voor gezorgd wordt dat er zoveel mogelijk fake news verwijderd wordt van social media, zorgen de lage barrières voor het plaatsen van content ervoor dat de hoeveelheid fake news zal toenemen. Daarnaast verwacht hij dat fake news in de toekomst niet meer alleen een risico voor politieke partijen is, maar dat het ook bedrijven en individuen zal treffen. Tot slot verwacht hij dat nieuwe technologieën in de toekomst voor nieuwe gevaren kunnen zorgen. Eén van deze gevaren kan het inzetten van deepfake video's zijn. Deze worden mogelijk in de toekomst ingezet voor andere doeleinden dan entertainment.



FUTURE KEY DRIVERS

Volgens (Marriott, 2017) zijn er een aantal factoren die de toekomst van fake news kunnen beïnvloeden. Deze factoren worden 'de 6 key drivers voor de toekomst van fake news' genoemd. Hieronder worden de key drivers inclusief de uitleg weergegeven.

GEOPOLITIEKE SITUATIE

Geopolitieke onenigheden zullen onvermijdelijk aanstoot blijven geven tot de creatie, publicatie en circulatie van desinformatie.

SOCIAAL-CULTUREEL CONFLICT EN GEWELD

Hoe groter de sociale kloven, hoe meer kansen er zijn op desinformatie.

IJVERIGHEID VAN SOCIALE MEDIA OM FAKE NEWS TE VERWIJDEREN

Er wordt meer moeite gedaan door sociale media platformen om fake accounts en fake advertenties tegen te gaan.

ORGANISATORISCH BEWUSTZIJN

Organisaties die betrokken zijn in de creatie en circulatie van nieuws ontwikkelen bewustzijn over de problemen. Als deze organisaties meer proactief monitoren en zich preventief wapenen tegen account takeovers, zal dit helpen om meer twijfel bij de tegenstanders te ontwikkelen.

INNOVATIE

Barrières om fake news te verspreiden worden steeds lager. Men zal blijven innoveren. Zo zal artificial intelligence bijvoorbeeld het nog een stuk makkelijker maken om overtuigende posts en reviews te maken door middel van bots

WANTROUWEN TEN OPZICHTE VAN 'MAINSTREAM' MEDIA

Meer en meer mensen verliezen hun vertrouwen in mainstream media. Ze verdenken hen van het verspreiden van fake news. Als alternatief richten ze zich bijvoorbeeld op sociale media. Mensen zoeken naar informatie die bevestigt wat ze denken, hierbij maakt sociale media de creatie van echokamers mogelijk.

(Marriott, 2017)



DIT WAS HET NIEUWS

Voordat ik deze paper schreef, was ik bang en ongerust over de impact van fake news. Vooral in onzekere tijden zoals deze. Helaas kan ik niet ontkennen dat fake news een groot probleem vormt binnen de huidige journalistiek en het huidige nieuwslandschap. Ik denk dat het belangrijk is om je niet te laten leiden door al het twijfelachtig nieuws dat online te vinden is.

Ik zie dat in tijden van onzekerheid, zoals tijdens COVID-19, mensen graag een houvast hebben. Ze zoeken naar informatie of content die hun gedachten voedt. Ik zie dat mensen zichzelf verliezen in het zoeken naar fake news waarin zij zich herkennen en mee kunnen identificeren. In plaats van opzoek te gaan naar hoor en wederhoor. Er ontstaan, mede door de verspreiding van fake news, twee groepen mensen lijnrecht tegenover elkaar.

Fake news gaat een compleet eigen leven leiden, terwijl dit niets verandert aan de situatie. Er ontstaan rellen, demonstraties en dreigementen. Iets waar ik me nog steeds zorgen over maak. Totdat er een oplossing is gevonden om fake news te bestrijden, probeer ik zo min mogelijk nieuws te volgen. Juist omdat er zoveel misleidende content te vinden is. Ik heb een selectie gemaakt van nieuwsbronnen die ik vertrouw en haal daar mijn informatie vandaan.

Ter afsluiting wil ik graag een tip met je delen die je op weg kan helpen wanneer je, net als ik, even helemaal genoeg hebt van die eindeloze stroom aan fake news. Zet af en toe eens lekker je telefoon uit en ga de natuur in. Dan pas zal je zien hoe 'real' de wereld daadwerkelijk is.

BIBLIOGRAFIE

- Brandon, J. (2018, februari 16). Terrifying high-tech porn: Creepy 'deepfake' videos are on the rise. Retrieved from Fox News: <https://www.foxnews.com/tech/terrifying-high-tech-porn-creepy-deepfake-videos-are-on-the-rise>
- Coster, M. (2017, maart 7). De psychologie van nepnieuws. Dit zal je niet geloven. Hoe nepnieuws werkt in ons brein. Retrieved from Marketingfacts: <https://www.marketingfacts.nl/berichten/de-psychologie-van-nepnieuws.-dit-zal-je-niet-geloven>
- Deckmyn, D. (2018, maart 9). Hoe AI kan worden misbruikt. De Standaard.
- European Commission. (2018). Fake news and disinformation online. European Union. Retrieved from European Commission: https://ec.europa.eu/knowledge4policy/foresight/topic/increasing-influence-new-governing-systems/fake-news-disinformation-threatens-democracy_en
- Facebook. (2020). Hoe pakt Facebook nepnieuws aan via externe feitencheckers? Retrieved from Facebook: <https://www.facebook.com/help/1952307158131536>
- Gladiator. (2019). De cijfers en feiten van social media. Retrieved from Gladiator Data Driven Digital Marketing: <https://www.gladiator.com/cijfers-en-feiten-social-media/>
- Gu, L., Kropotov, V., & Yarochkin, F. (2017). The Fake News Machine: How Propagandists Abuse the Internet and Manipulate the Public. TrendLab.
- Horlings, A. (2018, april 16). Nepnieuws is van alle tijden. Retrieved from Historiek: <https://historiek.net/nepnieuws-is-van-alle-tijden/78499/>
- Janssen, V. (2020, oktober 6). De invloed van fake news. (J. Cörvers, Interviewer)
- Klomp, C. (2016, december 5). Pizzagate: hoe een wilde complottheorie gevaarlijk werd. Algemeen Dagblad.
- Koops, K. (2019, oktober 20). Nazipropaganda tijdens de Tweede Wereldoorlog. Retrieved from Historiek: <https://historiek.net/nationaal-socialistische-propaganda/49085/#:~:text=Posters%20die%20Duitsers%20moet%20laten,de%20emoties%20die%20gepresenteerd%20werden.>
- Lubach, A. (Director). (2020). Zondag met Lubach [Motion Picture].
- M. Guess, A., Brendan, N., & Reifler, J. (2020, maart 2). Exposure to untrustworthy websites in the 2016 US election. Retrieved from Nature human behaviour: <https://www.nature.com/articles/s41562-020-0833-x>
- Marriott, M. (2017, november 16). Fake News Is More Than A Political Battlecry. Retrieved from Digital Shadows: <https://www.digitalshadows.com/blog-and-research/fake-news-is-more-than-a-political-battlecry/>
- Nederlands Genootschap van Hoofdredacteuren. (2008). Code voor de journalistiek, door het Nederlands Genootschap van Hoofdredacteuren. Retrieved from Nederlandse vereniging van Journalisten: <https://www.nvj.nl/ethiek/ethiek/code-journalistiek-nederlands-genootschap-hoofdredacteuren-2008>
- Nieuws in de klas. (2020). Journalistiek als wapen tegen desinformatie en nepnieuws. Retrieved from Nieuws in de klas: <https://www.nieuwsindeklas.nl/wp-content/uploads/2019/01/Journalistiek-als-wapen-tegen-nepnieuws-en-desinformatie.pdf>
- Nieuws in de klas. (2020). Journalistieke regels. Retrieved from Nieuws in de klas: <https://www.nieuwsindeklas.nl/journalistieke-werkwijze/>
- Rijksoverheid. (2020). Desinformatie en nepnieuws. Retrieved from Rijksoverheid: <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/desinformatie-nepnieuws/checklist-tips-tegen-nepnieuws-desinformatie>
- Slager, S. (2020, 4 24). Coronabestrijding. Retrieved from Trouw: <https://www.trouw.nl/nieuws/bleekmiddel-injecteren-trumps-nieuwste-ideetje-tegen-coronavirus-drijft-dokters-tot-wanhoop~b6072619/>
- US Senate Select Committee on Intelligence. (2019, november 25). Russian active measures campaigns and interference in the 2016 U.S. election. US Senate Select Committee on Intelligence.
- Van Leuven, S. (2018). Na het fake news, Fake video. Retrieved from Universiteit Gent: <https://biblio.ugent.be/publication/8549885>
- Waldrop, M. (2017). The genuine problem of fake news. PNAS.
- Wardle, C. (2017, februari 16). Fake news. It's complicated. Retrieved from First Draft: <https://firstdraftnews.org/latest/fake-news-complicated/>
- Wardle, C., Phd, & Derakhshan, H. (2017). Information Disorder. Strasbourg: Council of Europe.



Jaimie Cörvers
2983753
Fontys Hogescholen
2020 - 2021