

Politiek en sociale media manipulatie

Richard Rogers en Sabine Niederer¹

Samenvatting

Desinformatie en nepnieuws zijn hedendaagse fenomenen met een rijke historie. Desinformatie, of de opzettelijke introductie van foutieve informatie met het doel schade te berokkenen, kent verschillende roemruchte historische voorbeelden van buitenlandse inmenging in nationale mediasystemen. In de jaren 80 bijvoorbeeld, verspreidde de Russische campagne 'Operation Infektion' het gerucht dat het HIV virus zou voortkomen uit lab-experimenten met biochemische wapens in de VS.

Nepnieuws, ofwel dubieuze verhalen in de gedaante van een nieuwsbericht, komt van oudsher voor bij de introductie van nieuwe mediatechnologieën in de journalistiek, zoals in de 'broadsheet' kranten van eeuwen geleden tot de meer recentelijk in de 'blogosphere'. Een ander gebruik van de term verwijst naar het bestempelen van nieuwsorganisaties als zijnde *nep* of zelfs leugenachtig, ofwel '*der Lügenpresse*'. Dit gebruik van de term nepnieuws heeft een duistere geschiedenis die in de literatuur vooral wordt geassocieerd met autoritaire regimes of met populistische aanvallen op zogenaamde 'elite media'.

Vandaag de dag spelen sociale media platforms een belangrijke rol bij zowel desinformatie als beide eerder genoemde typen nepnieuws. Zoals tot nu toe besproken in theoretisch en empirisch onderzoek naar dit onderwerp, hebben sociale media de inmenging van buitenlandse desinformatie-operaties in nationale mediasystemen mogelijk gemaakt. Daarnaast hebben deze platforms de wijdverbreide circulatie van dubieuze content gefaciliteerd, en bovendien ruimte geboden aan tendentieuze nieuwscommentatoren -veelal met een omvangrijk publiek- die de mainstream media als 'nepnieuws' bestempelen.

Wereldwijd worden desinformatie en nepnieuws vooral gezamenlijk bestudeerd, maar het is relevant om deze fenomenen ook apart te bezien. Zoals in eerder onderzoek beschreven is in Nederland vrijwel geen bewijs voor buitenlandse desinformatie te vinden en voorbeelden van Nederlandse spelers die Russische desinformatie-tactieken toepassen zijn ook maar zelden gedocumenteerd. In tegenstelling tot de situatie in de VS, waar het meeste onderzoek naar verricht is, is er in Nederland ook geen sprake van de opkomst van namaak-nieuwsorganisaties of 'fake' actiegroepen die doen alsof zij sociale groepen of doelen representeren. Sterker nog, wanneer men nauwe definities hanteert van desinformatie en nepnieuws is er nauwelijks zoiets te vinden in Nederland.

Maar definities van nepnieuws en het aanpalende 'junknieuws' worden vaak juist ruimer gebruikt, en omvatten dan ook clickbait, tendentieuze en 'hyperpartisan' (te vertalen als hyper-partijdige) bronnen. Daarnaast kennen sociale media het probleem van de 'artificiële versterking', waarbij accounts en content door middel van nep-volgers en -likes populairder lijken dan ze in werkelijkheid zijn en daarmee symbolische macht verwerven. Toen het beroemde artikel van BuzzFeed News vaststelde dat nepnieuws het in de VS in de aanloop naar de presidentiële verkiezingen beter deed

¹ Mediastudies, Universiteit van Amsterdam en Digitale Media en Creatieve Industrie, Hogeschool van Amsterdam. Versie dd. 9 April 2019

dan mainstream nieuws op Facebook, omvatte de definitie waarop de studie gebaseerd was ook clickbait en 'hyperpartisan' bronnen. Wanneer we met die ruimere blik naar de situatie in Nederland kijken, treffen we wel degelijk nepnieuws en desinformatie aan.

Initiële studies hebben geconcludeerd dat Nederlanders grootverbruikers zijn van clickbait en zogenaamde 'pulp' content. Daarnaast is er sprake van een aantal zeer populaire tendentieuze en nieuws-achtige bronnen, vooral aan de rechterkant van het politieke spectrum. Tenslotte zijn er ook al incidenten gerapporteerd met nepvolgers en -fans van Nederlandse politici en muzikanten. Uit onderzoek blijkt dat clickbait meer gelezen wordt dan mainstream nieuws, maar er is dan ook meer van in absolute aantallen. Nieuws aangeboden door commerciële en publieke partijen wordt nog altijd in grotere getalen genoemd, geliket en gedeeld dan tendentieuze bronnen, hoewel bronnen uit die laatste categorie zeker rondom verkiezingen veel circuleren. Het kunstmatig opvijzelen van online impact kan op korte termijn iemands imago een boost geven maar leidt tot mini-schandalen wanneer nep-volgers worden ontmaskerd door nieuwe online detectietools en datajournalistiek.

Of deze bronnen hun lezers ook overtuigen wordt in toenemende mate onderzocht. Waar een eerste golf van onderzoekers zich vooral richtte op de productie en verspreiding van desinformatie, richt een tweede lichterling zich vooral op de effecten ervan. Gegeven de 'verhardende houding' van het publiek rijst de vraag of de invloed van desinformatie en nepnieuws ooit groter dan 'minimaal' zal zijn.

In dat opzicht is de opkomst van extreme content (waaronder 'extreme clickbait') die wordt gecirculeerd op sociale media er een van bijzondere aandacht en zorg, met oproepen tot regulering van deze platforms tot gevolg. Een ander aandachtspunt is het mainstreamen van twijfel en wantrouwen jegens publieke instellingen en de media, dat gelijk opgaat met de opkomst van 'alternatieve feiten' en de infrastructuur die daaraan ten grondslag liggen. Dit wordt ook de 'post-truth conditie' genoemd, waar feiten in twijfel worden getrokken en ge-factchecked en tevens naast de mainstream nieuwsmedia een concurrerende media ecologie wordt opgebouwd. Neemt de autoriteit van mainstream nieuws en kennisinstellingen af nu die concurrerende media ecologie in toenemende mate wordt gedeeld en geliket? Uit Amerikaans onderzoek is gebleken dat in de VS vooral oudere nieuwsconsumenten een gewillig publiek vormen voor dergelijke bronnen en daar ook nog eens relatief veel gebruik van maken.

Het consumeren en delen van nepnieuws is ook het aandachtsgebied van initiatieven ter bevordering van mediawijsheid, middels quizzen, 'serious games' en publieke campagnes. Door verhoogde bewustwording, vooral rond de verkiezingen, kan een al te grote impact van desinformatie en dubieuze content worden afgewend, zo is de gedachte. Vrijwillige en professionele fact-check initiatieven worden in de literatuur ook besproken, net als het (al dan niet automatisch) *labelen* van sociale media content die op juistheid gecontroleerd zou moeten worden. De vraag die hierbij vaker wordt gesteld is of het volume van junk content op deze platforms niet veel groter is dan de beschikbare capaciteit om het te reviewen. En daaraan gerelateerd is het de vraag wie de reviewers controleert.

Tenslotte worden er in de literatuur volop zorgen geuit over de beperkte toegankelijkheid tot de data van sociale media, ook bekend als de 'locked platforms' discussie. Toekomstig onderzoek zou zich kunnen richten op de mate waarin desinformatie en nepnieuws in al hun verschijningsvormen

online nog altijd floreren. De vraag is dan of er voldoende capaciteit is om deze te monitoren zodat het algemeen gebruik van die bronnen kan worden gemeten, de overtuigingskracht kan worden vastgesteld en de bredere maatschappelijke implicaties kunnen worden gewogen.