

Mijn naam is Sid Lukkassen en ik ben [gepromoveerd](#) aan de Radboud Universiteit Nijmegen met een proefschrift over [democratie en media](#). Ik hou me bezig met de ontwikkeling van opiniemakerij op het internet. De [Kamerbrief](#) van 19 januari concludeert dat er in Nederland geen acute of serieuze dreiging uitgaat van nepnieuws en dat de EU nauwelijks bevoegdheden heeft op dit dossier. Mogelijk is het middel van nepnieuws bestrijding erger dan de kwaal?

Niet alleen nepnieuws kan politieke invloed hebben, maar ook het bestempelen van een bron als ‘nepnieuws’ heeft politieke invloed. We kunnen er niet omheen dat de interventies in het medialandschap politieke invloed zullen uitoefenen.

Desinformatie draait ook om ware informatie die opzettelijk tegen een verkeerde achtergrond is gepositioneerd. Maar wie of wat bepaalt wat een “juiste context” is? Als het gaat om problemen rond migratie en integratie, om een voorbeeld te nemen, is het dan de “juiste context” om ook het meisjesmisbruik in Rotherham en Telford aan te halen? Of de [aanrandingen](#) in Keulen? Of valt dit straks onder desinformatie? Wie of wat beslist tot hoever een context kan reiken? Er zijn politici die er baat bij hebben om deze content weg te filteren.

Juist door de veelheid aan content die op het internet rondgaat, kunnen de eigenaren van mediakapitaal sturen op wat u wél en niet te zien krijgt, en zo het opinielandschap naar hun hand zetten. Neem nu de grote spelers zoals Microsoft, Google, Twitter en Facebook, die ook feitelijk samen met [Merkel](#) en [Timmermans](#) strengere regels maakten rond *hate speech*.

De EU [verbindt](#) het discours rond nepnieuws namelijk met ‘polarisering’ en ‘xenofobie’. Maar de vraag is, waar eindigt een politiek standpunt en begint *hate speech*? Zo wordt een politiek vraagstuk bij commerciële bedrijven neergelegd. Volgens [nieuwe richtlijnen](#) worden kritische commentaren weggemodereerd als ze niet binnen de eigenheid van een platform passen. *Who guards the guardians?* Je kunt tech-bedrijven niet aanklagen voor het beperken van vrije meningsuiting zodat dat bij overheden kan, terwijl deze tech-bedrijven inmiddels de poortwachters zijn van de *Öffentlichkeit*, en de grenzen van publieke discussies bepalen.

Dit maakt het interessant voor belanghebbende partijen om filters te manipuleren. Ooit werd Google betaald om bij de zoekterm “GroenLinks” het partijprogramma van D66 bovenaan te zetten bij de zoekresultaten.¹ De zoekalgoritmes van Google kunnen de voorkeuren van zwevende kiezers tot twintig procent of meer [manipuleren](#): in sommige demografische groepen zelfs tachtig procent. Met nauwelijks mogelijkheden om dit te achterhalen.

Google geeft toe dat het zijn algoritme zeshonderd keer per jaar aanpast, maar het proces is geheim – een verkiesbare kandidaat kan niet nagaan hoe hij of zij daardoor beïnvloed wordt. Search Engine Manipulation Effect (SEME) is volgens [onderzoek](#) “een serieuze bedreiging voor een democratische regeringswijze” – vooral omdat marginale verschillen dikwijls de doorslag geven. In India deed de verkozen winnaar Narendra Modi het 25 procent beter qua zoekactiviteit voor eenenzestig opeenvolgende dagen voorafgaand aan de verkiezingen.

“In the United States we were able to boost the proportion of people who favored any candidate by between 37 and 63 percent after just one search session [...] On all measures,

¹ Jeroen Bertrams, ‘Politieke partijen adverteren vooral op CPC basis’, 2/3/2010.

opinions shifted in the direction of the candidate who was favored in the rankings. Trust, liking and voting preferences all shifted predictably.”

Samen met de tech-giganten zet de EU nu in op een netwerk van onafhankelijke fact-checkers. Maar de [casus Koerhuis](#) – een debat over statushouders en de beschikbaarheid van (sociale) huurwoningen – bewijst dat ‘fact-checken’ een ideologisch gestuurd verhaal is. De *NRC* haalde er randzaken bij om de uitspraak van het Kamerlid in een ander daglicht te stellen en zo te ondermijnen, zónder dat ze de cijfers konden weerleggen die hij citeerde.

Tot slot, dit brengt ons terug op het beginprobleem – wie of wat bepaalt de ‘juiste’ inbedding van informatie? Dit is geen journalistieke maar een politieke kwestie. Beter gezegd is bijna elke journalistieke interventie tegelijk een politieke interventie: dit maakt het middel van nepnieuws bestrijding door machtige instituties gevaarlijker dan de kwaal. De EU stelt met mediabeleid eenzijdige informatievoorziening te willen voorkomen, maar het recht om eenzijdig te zijn valt onder de vrijheid van expressie. Uiteindelijk zal de burger zélf ‘linkse’ en ‘rechtse’ bronnen naast elkaar moeten leggen, om eigenstandig een oordeel te vellen.

Aanvullende overwegingen:

- Google-voorzitter Eric Schmidt [zei het volgende](#): “Het is onze verantwoordelijkheid de spanningen op sociale media te de-esacieren.” Zou dit kunnen betekenen dat kritische bijdragen over het multiculturalisme bijvoorbeeld moeilijker vindbaar worden?
- De algoritmes en selectiemechanismen van de sociale media platforms zijn allesbepalend als het gaat om de reikwijdte van een bericht, niet de intentie van de schrijver van het bericht.
- Hoe kan een theoretisch recht op een vrij informatieverkeer worden gewaarborgd wanneer deze rechten op technocratische wijze worden weggefilterd via algoritmes?
- Digital Amplification en het ‘familievriendelijk’ maken van sociale media platforms, hebben tot gevolg dat niet meer inzichtelijk is welk geluid wordt versterkt en welk geluid wordt benadeeld. Het leidt tot ondoorzichtige concurrentievervalsing op de vrije markt van ideeën en bij de uitwisseling van overtuigingen in het publieke debat.
- YouTube [verwijderde](#) in de laatste drie maanden van 2017 meer dan acht miljoen video’s wereldwijd. Het verwijderde materiaal zou niet hebben voldaan aan regels en vaak zou het gaan om porno en spam. Maar dit is een lastige claim, want dit zou betekenen dat YouTube op de hoogte is van de inhoud van deze video’s. Daarmee is uiteindelijk niet meer de uploader verantwoordelijk voor de content maar YouTube zelf en dit dwingt het bedrijf tot moderatie en tot het innemen van politieke standpunten. Want welke opvattingen wordt nog een platform geboden en welke niet meer? Controversieel was de verwijdering van een video van de Canadese professor in de psychologie Jordan B. Peterson, die zich in de betreffende video verdedigde tegen de aanklacht dat hij ‘white supremacy’ zou promoten.²

² Fox News, ‘YouTube blocks professor's response to alt-right accusations’ (23/1/2018) https://youtu.be/zBs_rrxGTGk (3/5/2018).