

# 'ZERNIKECAMPUS BRANDHAARD CORONAVIRUS DOOR 5G-PROEFLAB'

**HET HAD GEKUND. ALS 5G DAADWERKELIJK CORONA HAD VERSPREID DAN WAREN WE IN GEVAAR OP DE ZERNIKECAMPUS. VOORAL ENTRANCE EN BUILDING, DE BUREN VAN HET 5G FIELDLAB, ZOUDEN ZWAAR GERAAKT ZIJN. MAAR HET IS NATUURLIJK NIET WAAR. DAT WETEN WIJ, WANT WIJ ONDERSCHIEDEN FEITEN VAN FABELS, WE LACHEN OM COMPLOTTHEORIEËN EN HERKENNEN HOAXEN, DEEPFAKES EN NEPNIEUWS. TOCH?**

Nepnieuws, desinformatie en complottheorieën vormen een steeds groter gevaar voor de samenleving. Dat gaat iedereen aan, maar raakt specifiek de communicatieprofessionals, waaronder journalisten, overheidsdienaren en alle anderen die professioneel met communicatie van doen hebben.

We waren erg enthousiast over de mogelijkheden die sociale media ons gaven, we konden veel makkelijker contacten onderhouden, maar zien we nu steeds meer de

negatieve kant. Sociale media geven ons ongekende mogelijkheden, waaronder burgerjournalistiek. En dat bood grote kansen voor het ontwikkelen van onze samenleving, denk alleen maar aan de Arabische lente. Helaas is die uitgemond in nog meer repressie en is er ook een platform voor meer polarisatie en zijn het Oekraïnerferendum, de Brexit en de Amerikaanse verkiezingen verstoord door grote hoeveelheden nepnieuws en gerichte desinformatiecampagnes. Journalisten worden aangevallen, er zijn landen die



geopolitieke kansen zien om onze samenleving met desinformatie te bestoken, maar ook in ons eigen parlement zitten verspreiders van nepnieuws en complottheorieën.

Als zendmasten in de brand worden gestoken, als er gezondheidsrisico's gaan ontstaan door onjuiste informatie zoals het aanprijzen van hydroxychloroquine, dan hebben we als samenleving een groot probleem. We gaan een klimaatcrisis tegemoet waarbij allerlei vervelende, pijnlijke ingrepen in ons leven nodig zullen zijn. Om verdere escalatie en polarisatie te voorkomen is er behoefte aan betrouwbare, onafhankelijke informatie, die makkelijk toegankelijk moet zijn, begrijpelijk voor iedereen. Daar speelt niet alleen de overheid een rol, maar ook de media moeten hier haar cruciale rol in pakken, net als de communicatieprofessie.

De media hebben het moeilijk in een markt die afhankelijk is van advertenties. Het is ook een branche geworden waar anderen jouw verhaal kinderlijk eenvoudig kopiëren en op hun eigen site plaatsen. De

journalistiek is zich al jaren aan het aanpassen. Moet nu ook niet het aloude principe van hoor en wederhoor – en dat altijd de tegengestelde mening moet worden geplaatst – niet zo langzamerhand verdwijnen als dit aantoonbaar onjuist is? Media zitten in de valkuil dat controversiële onderwerpen meer aandacht en meer publiek trekken en dus meer adverteerders, waarmee het voortbestaan van de krant of het programma gegarandeerd wordt.

### **Angstaanjagend**

Wanneer iedereen kan fotoshoppen, anoniem berichten kan verspreiden en deepfakes kan gaan toepassen, is dat angstaanjagend. We moeten ons als samenleving gaan wapenen. Wat kunnen we doen?

We zullen moeten starten met het definiëren van onze eigen ethische principes. Als lid van de Page Society deel ik hier graag de principes die Page als sinds haar oprichting heeft (1992).

Ik denk dat het belangrijk is dat meer verenigingen en media zelf zogenoemde gedragsregels gaan opstellen, zoals beroepsvereniging Logeion doet. Een snelle scan leerde dat alleen de NRC gedragsregels ([www.nrccode.nrc.nl](http://www.nrccode.nrc.nl)) heeft die snel te vinden zijn, bij andere titels leverde een snelle zoektocht niets op.

Daarnaast moeten we natuurlijk werken aan mediawijsheid. Er zijn al veel campagnes die ons waarschuwen voor mogelijke digitale

## DE 7 PRINCIPES VAN PAGE

1. Vertel de waarheid.
2. Bewijs het met actie.
3. Luister naar stakeholders.
4. Zorg voor een langetermijnvisie.
5. Doe je werk alsof het voortbestaan van de hele organisatie ervan afhangt.
6. Mensen maken de organisatie.
7. Blijf kalm, geduldig en goedgehumeurd

Eigen vertaling van de zeven Page-principes als de richtlijnen voor alle communicatieprofessionals.  
Bron: <https://page.org/site/the-page-principles>

fraude, dat moet ook ontwikkeld worden om de samenleving mediawijzer te maken. Mediawijzheid lijkt iets te zijn voor alleen het onderwijs, maar het lijkt noodzakelijker dit voor een bredere doelgroep verder te ontwikkelen, wanneer we steeds meer horen en zien dat omdat het op Facebook stond het waar is.

Monitoring van sociale media is een must voor de meeste organisaties en ook voor overheden. Hoe stakeholders zich uiten moet deel uitmaken van mediamonitoring en webcare zodat snel gereageerd kan worden. Dat is ook nodig voor desinformatie en daar zijn verscheidene tools voor, zoals WeVerify (<https://weverify.eu/>) en de vele tools die genoemd worden in the Field Guide to Fake News (<https://fakenews.publicdata-lab.org/>). Ook zijn er enkele factchecking instanties, zoals die van de Universiteit Leiden (Nieuwscheckers.nl). Toch moeten we ons afvragen of onze gereedschapskist

vol genoeg is om nepnieuws en desinformatie krachtig te bestrijden. We zullen ons op de universiteiten en hogescholen moeten inspannen en nieuwe tools moeten ontwikkelen en verzamelen om een daadkrachtige aanpak mogelijk te maken.

### Onze gereedschapskist vullen

Hoe kunnen we de organisatie beschermen als de technologie het mogelijk maakt om videobeelden te manipuleren? Je zult maar een belangrijke toespraak van jouw bestuurder terugvinden waarin allerlei onwaarheden worden verspreid, die haaks staan op het beleid. Bedoeld om chaos te scheppen of om de beurskoers te beïnvloeden. Wat ga je dan doen en welke mogelijkheden heb je om hiertegen te strijden en om dit te voorkomen? Dit gaat steeds belangrijker worden, dus zullen we ons ook met ons allen moeten inzetten om onze gereedschapskist te vullen met tools die we kunnen inzetten tegen desinformatie.