

De poortwachters van de waarheid: Hoe journalisten omgaan met de uitdagingen van desinformatie

Geschreven in het kader van BENEDMO, de Vlaams-Nederlandse hub van de European Digital Media Observatory.

Door Rebecca Haselhoff, Anne Bothmer en Julia Conemans
Juni 2023



*Dit project heeft financiering ontvangen van de Europese Unie
onder overeenkomstnummer: INEA/CEF/ICT/A2020/2381738*

Introductie	3
Hoofdstuk 1 Een nieuwe digitale wereld: de ontwikkeling van het nieuwslandschap	5
1.1 De impact van technologische ontwikkelingen op de journalistieke sector	6
1.1.1 De journalist: van gatekeeper naar gate-opener	6
1.1.2 De nieuwsconsument: van passieve lezers naar creators	7
1.1.3 Journalistiek gebruik van User Generated Content	8
1.2 Verspreiding van gemanipuleerde informatie op social media	9
1.2.1 Tactieken om desinformatie te verspreiden	10
1.2.2 Factchecken als antwoord op desinformatie	11
1.2.3 Uitdagingen die journalisten ondervinden bij het gebruik van verificatie tools	12
Hoofdstuk 2 Inventarisatie naar aangereikte kennis en vaardigheden	13
2.1 Inventarisatie van actoren in de journalistiek	14
2.1.1 Medialandschap en opleidingen in de journalistiek	14
2.1.3 Selectie van actoren	22
2.1.4 Vragenlijst	24
2.2 Resultaten survey: educatie over desinformatie	24
2.2.1 Journalistieke opleidingen	24
2.2.2 Interne scholing bij omroepen en uitgeverijen	27
2.2.3 Externe scholing door vakorganisaties	29
2.2.4 Analyse van resultaten: educatie over desinformatie	29
2.3 Resultaten survey: mediawijsheid van de nieuwsconsument	30
2.3.1 Journalistieke opleidingen	30
2.3.2 Interne scholing door omroepen en uitgeverijen	31
2.3.3 Externe scholing door vakorganisaties	32
2.3.4 Duiding vanuit nieuwswijsheidperspectief	32
2.3.5 Analyse resultaten: mediawijsheid van de nieuwsconsument	33
Hoofdstuk 3 Opvallendheden en aanbevelingen: de rol van BENEDMO	34
3.1 Bevindingen met betrekking tot de omgang met desinformatie	34
3.2 Overkoepelende bevindingen	37
3.3 Conclusie	39

Introductie

Desinformatie¹ is geen nieuw fenomeen, maar de reikwijdte en snelheid waarmee het wordt verspreid in het digitale informatielandschap is de laatste jaren flink toegenomen². Met de komst van steeds geavanceerdere technologieën zijn bovendien tools ter beschikking gesteld waarmee je in een handomdraai desinformatie kan fabriceren. Denk bijvoorbeeld aan deepfake generators die films en video's maken die nauwelijks van echt te onderscheiden zijn en AI chatbots zoals ChatGPT die goed leesbare teksten creëren. Dit wekt zorgen bij verschillende partijen, zoals wetenschappers, journalisten en onderwijspecialisten.^{3 4 5}

Desinformatie kan de journalistieke praktijk in de weg zitten: journalisten kunnen overstemd raken door desinformatie, het doelwit zijn van manipulatie en onderwerp worden van desinformatie.⁶ Daarnaast hebben journalisten, gezien hun kerntaak om betrouwbare informatie te vergaren, selecteren en presenteren, onmiskenbaar een rol in het bestrijden van desinformatie. Journalisten hebben daarbij de uitdaging dat zij steeds moeten inspelen op nieuwe innovaties. Dit rapport inventariseert welke kennis en vaardigheden ter ondersteuning kunnen dienen in hun omgang met de continu evoluerende verspreiding van gemanipuleerde informatie.

Deze inventarisatie is geschreven in het kader van BENEDMO, het Vlaams-Nederlandse initiatief om desinformatie te monitoren, te onderzoeken en tegen te gaan, onderdeel van het European Digital Media Observatory. Het doel van deze inventarisatie is om te bepalen welke rol BENEDMO kan hebben in het vergroten van kennis en vaardigheden van journalisten met betrekking tot desinformatie. Een van de manieren waarop BENEDMO desinformatie wil tegengaan is door de mediawijdsheid van het brede publiek te vergroten. Dit rapport gaat daarom ook kort in op de vraag of journalisten daarin een rol kunnen spelen.

In hoofdstuk 1 komt aan bod welke impact verschillende technologische veranderingen hebben op de beroepspraktijk van de journalist en hoe de journalistiek en het medialandschap zich hieraan heeft aangepast. Er wordt tevens gekeken naar de uitdagingen die journalisten ondervinden bij het factchecken en verifiëren van online desinformatie. Vervolgens wordt in hoofdstuk 2 uiteengezet welke kennis en vaardigheden journalisten in de praktijk aangereikt krijgen om gewapend te zijn tegen desinformatie. Dit wordt beschreven aan de hand van een inventarisatie bij journalistieke opleidingen, omroepen, krantenuitgevers en vakorganisaties voor journalisten. Ook is aan deze partijen gevraagd wat voor rol zij voor de journalistiek zien in het vergroten van de mediawijdsheid

¹ De termen 'desinformatie' en 'gemanipuleerde informatie' worden veelvuldig gebruikt in dit rapport. Met desinformatie bedoelen we: incorrecte informatie verspreid met de intentie om te schaden. Met gemanipuleerde informatie doelen we op niet-authentieke informatie, ongeacht de intentie waarmee deze is verspreid.

² Burkhardt, J. M. (2017). Combating fake news in the digital age. *Library Technology Reports*, 53 (8), pp. 5-9.

³ Emmery, R. (2023). *De 'hallucinaties' van ChatGBT: hoe artificiële intelligentie neptitels citeert als bronnen*. Geraadpleegd via <https://www.vrt.be/vrtnws/nl/2023/03/24/chatgpt-nepbronnen/>

⁴ Hsu, T., Thompson, S.A. (2023). *Disinformation researches raise alarms about A.I. Chatbots*. Geraadpleegd via <https://www.nytimes.com/2023/02/08/technology/ai-chatbots-disinformation.html>

⁵ Thompson, S.A. (2023). *Making deepfakes gets easier and cheaper thanks to A.I.* Geraadpleegd via <https://www.nytimes.com/2023/03/12/technology/deepfakes-cheapfakes-videos-ai.html>

⁶ Ireton, C., & Posetti, J. (2018). *Journalism, fake news & disinformation: handbook for journalism education and training*, p.9.

van hun publiek, wat in hoofdstuk 2 wordt beschreven. In hoofdstuk 3 worden aanbevelingen gedaan om de rol van BENEDMO nader in te vullen.

BENEDMO heeft een definitie⁷ van ‘weerbaarheid tegen desinformatie’ opgesteld ten behoeve van dit rapport. Journalisten zijn dankzij hun kennis van het medialandschap en hun journalistieke basisvaardigheden in de regel weerbaarder tegen desinformatie dan het brede publiek. Daarnaast verwachten we van journalisten een actievere rol in het herkennen en signaleren van desinformatie. Dit hebben we als volgt omschreven:

Journalisten die om kunnen gaan met desinformatie:

- 1) zijn zich ervan **bewust** dat desinformatie bestaat, welke belangen ermee gemoeid kunnen zijn, en wat dit betekent voor de eigen rol als actor in het informatielandschap;
- 2) hebben **kennis en vaardigheden** om desinformatie te herkennen, samen met een basisbeheersing van verificatietechnieken om manipulatie van informatie te identificeren;
- 3) hebben een **professioneel handelingsperspectief** en kunnen over desinformatie berichten zonder wantrouwen in de journalistiek te vergroten, en dragen in potentie bij aan de mediawijsheid van het brede publiek.

⁷ Definitie van ‘weerbaar tegen desinformatie’: “Mensen die weerbaar zijn tegen desinformatie hebben (1) het bewustzijn dat desinformatie bestaat en waarom, (2) ze hebben de kennis om (tot op zekere hoogte) desinformatie te herkennen (zowel op inhoud als op wijze van totstandkoming en verspreiding) en (3) ze beschikken over een handelingsperspectief dat maakt dat zij bekwaam op desinformatie kunnen reageren (zoals: niet verder verspreiden, negeren, rapporteren, tegenspreken, anderen waarschuwen en zo meer)”

Hoofdstuk 1 | Een nieuwe digitale wereld: de ontwikkeling van het nieuwslandschap

In de afgelopen decennia zijn er voor de journalistiek grote veranderingen geweest als gevolg van technologische ontwikkelingen. Deze ontwikkelingen hebben een aanzienlijk effect gehad op de verspreiding van nieuws en informatie. In het huidige ‘digitale media’-ecosysteem kan namelijk alle informatie – waaronder ook desinformatie of gemanipuleerde informatie – zich veel sneller en breder verspreiden dan voorheen. Hoewel dit vele voordelen kan hebben, zorgt het ook voor bepaalde uitdagingen, met name in het voorkomen van mogelijk schadelijke effecten die desinformatie zou kunnen hebben op de samenleving.⁸ In 2016 groeide het concept “fake news” dan ook uit tot een welbekend fenomeen, voornamelijk naar aanleiding van de toenmalige presidentsverkiezingen in de Verenigde Staten. Gedurende deze periode bleek er namelijk een zichtbare toename aan desinformatie over deze verkiezingen te zijn, die zich wijd verspreidde via verschillende social media platforms.^{9 10} Tot op heden zijn er wereldwijd zorgen over de verspreiding van desinformatie via digitale omgevingen en de mogelijke impact hiervan op publieke opinies. Tevens zijn deze zorgen recentelijk sterker toegenomen, mede dankzij de ontwikkelingen en toename in populariteit van AI gegenereerde content als ChatGPT, deepfakes en social bots.^{11 12 13 14} Dit soort technologieën geven namelijk veel nieuwe mogelijkheden voor het manipuleren van informatie en het verspreiden van desinformatie.

Hoewel uit het 2022 Digital News Report van Reuters Institute for the Study of Journalism is gebleken dat het merendeel van de Nederlandse en Vlaamse bevolking een goed vertrouwen heeft in het nieuws, bleek een jaar eerder dat de zorgen “over wat echt of nep op internet is” aanzienlijk groter zijn geworden in Nederland.^{15,16} Daarbij lijkt de toename van verspreide desinformatie de reputatie van journalisten steeds meer te schaden, omdat het de nut en effectiviteit van het journalistieke beroep in twijfel brengt.^{17,18,19} Bovendien wordt desinformatie soms specifiek ingezet

⁸ Ireton, C. & Posetti, J. (2018). *Journalism, fake news & disinformation*, pp. 58-59.

⁹ Bovet, A. & Makse, H.A. (2019) Influence of fake news in Twitter during the 2016 US presidential election. *Nature Communications*, 10(7). Geraadpleegd via: <https://www.nature.com/articles/s41467-018-07761-2>

¹⁰ Allcott, H. & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 21(2).

¹¹ Bell, E. (3 maart 2023). A fake news frenzy: why ChatGPT could be disastrous for truth in journalism. *The Guardian*. Geraadpleegd via: <https://www.theguardian.com/commentisfree/2023/mar/03/fake-news-chatgpt-truth-journalism-disinformation>

¹² Silverberg, D. (14 februari 2023). Could AI swamp social media with fake accounts? *BBC News*. Geraadpleegd via: <https://www.bbc.com/news/business-64464140>

¹³ Hsu, T. & Thompson, S.A. (2023) Disinformation Researchers Raise Alarms About A.I. Chatbots. *The New York Times*. Geraadpleegd via: <https://www.nytimes.com/2023/02/08/technology/ai-chatbots-disinformation.html>

¹⁴ Dekker, N. & Van Rosmalen, L. (7 april 2022). Deepfakes zijn niet meer weg te denken uit de informatieoorlog. *Argos*. Geraadpleegd via: <https://www.vpro.nl/argos/lees/onderwerpen/artikelen/2022/deepfakes.html>

¹⁵ Nieuwsgebruik.be (z.d.). *Key Trend 4: Vertrouwen in nieuws is hoog al groeit vertrouwenskloof*. Geraadpleegd via <https://www.nieuwsgebruik.be/key-trends/vertrouwen-in-nieuws-is-hoog-al-groeit-vertrouwenskloof>

¹⁶ Commissariaat voor de media. (2021). Digital News Report: Nederland 2021. Geraadpleegd via: <https://www.cvdcm.nl/wp-content/uploads/2020/01/Digital-News-Report-Nederland-2021.pdf>

¹⁷ Digital News Report (2022). *Reuters Institute*. p. 67. Geraadpleegd via https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-06/Digital_News_Report_2022.pdf

¹⁸ Reuters Institute. (2022) Digital News Report, p. 91

¹⁹ Ireton, C., & Posetti, J. (2018). *Journalism, fake news & disinformation*, p. 34.

tegen professionele journalisten en media-instellingen om hun geloofwaardigheid en integriteit te ondermijnen. Beschuldigingen dat een organisatie of individu ongelooftwaardig is of opzettelijk onjuiste informatie heeft verspreid worden in de huidige ‘post-truth’ samenleving – waarin objectieve feiten minder zwaar wegen dan emoties – namelijk vaak als wapen gebruikt om journalisten in diskrediet te brengen.²⁰

Hoewel de recente technologische ontwikkelingen veel nieuwe mogelijkheden bieden, hebben ze er ook voor gezorgd dat de journalistiek zich als beroepspraktijk heeft moeten aanpassen. Daarmee hebben journalisten er veel nieuwe uitdagingen bij gekregen, vooral met betrekking tot de betrokkenheid van het publiek, de toenemende mogelijkheden voor het verspreiden van desinformatie en de verificatietechnieken binnen de journalistiek. Er is dan ook een noodzaak voor journalisten en mediaprofessionals om in te spelen op dit soort nieuwe technologieën en innovaties.

1.1 De impact van technologische ontwikkelingen op de journalistieke sector

1.1.1 De journalist: van gatekeeper naar gate-opener

Relevante informatie beschikbaar maken voor het publiek en bepalen welke informatie de moeite van het bekijken waard is, wordt al sinds lange tijd gezien als een van de kerntaken van journalisten.²¹ Er wordt daarom vaak gerefereerd aan journalisten als “gatekeepers”, ofwel poortwachters: tot op zekere hoogte kunnen journalisten namelijk een bepaalde controle hebben over welke informatie er vanuit de nieuwsredactie naar buiten wordt gebracht.²²

In traditionele journalistieke praktijken bestaat dan ook vaak een hiërarchische structuur waarbij alleen een bepaalde groep professionals en belanghebbenden beslissen welke informatie aan het publiek wordt bekendgemaakt. Journalisten vertrouwen hiervoor vaak op deskundige kennis wanneer zij nieuwsbronnen verzamelen en verifiëren.²³ Echter, de digitale mediaomgevingen die ontstonden tijdens de ontwikkeling van het internet zorgden ervoor dat journalisten in de jaren negentig al na begonnen te denken over een concept dat ‘gate-opening’ werd genoemd.²⁴ Hierbij wilden ze voorzichtig afstappen van de gesloten selectiepraktijken voor nieuwswaardige inhoud van hun publicaties.²⁵ In plaats daarvan deden ze pogingen om consumentenparticipatie te bevorderen door lezers in staat te stellen commentaar te leveren op de inhoud van nieuwswebsites.

Mede dankzij de technologische ontwikkelingen die in deze eeuw hebben plaatsgevonden, heeft

²⁰ Hameleers, M. & Tulin, M. (2022). Making fact-checks work: Evidence-based recommendations for practitioners. BENEDMO, p. 5. Geraadpleegd via <https://benedmo.eu/2022/12/07/1376/>

²¹ Singer, J. (2014). User-generated Visibility: Secondary gatekeeping in a shared media space. *New Media & Society*, 16(1), p. 3. DOI: <https://doi.org/10.1177/1461444813477833>

²² Singer, J. (2014). User-generated Visibility, pp. 2-3.

²³ Wang, Y. & Diakopoulos, N. (2021). Journalistic Source Discovery: Supporting The Identification of News Sources in User Generated Content. In *Proceedings of the 2021 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems (CHI '21)*, p. 2. <https://doi.org/10.1145/3411764.3445266>

²⁴ Singer, J. (2014). User-generated Visibility, p. 4.

²⁵ Ibid.

dit gate-opening proces zich sindsdien aanzienlijk verder ontplooid. Hoewel journalisten al jaren online content maken voor nieuwswebsites en digitale kranten, was het begin 21e eeuw vooral gebruikelijk om nieuwsartikelen eerst te laten drukken voordat ze op het internet werden geplaatst. Pas rond 2016 begonnen mediaorganisaties en journalisten prioriteit te geven aan het online publiceren van artikelen en nieuws.²⁶ Daarbij verspreiden mediaorganisaties hun artikelen tegenwoordig via hun eigen social media kanalen.

Er is dan ook, zowel in Nederland als Vlaanderen, een voorkeur van consumenten ontstaan om social media te gebruiken als voornaamste nieuwsbron, waardoor toegang tot nieuws in toenemende mate bepaald wordt door gepersonaliseerde meldingen of aanbevelingsalgoritmes.^{27,28} De rol die journalisten spelen binnen het media-ecosysteem is hierdoor verschoven. Ze zijn namelijk niet meer de enige informatieverstrekkers voor huidige publieke kwesties en worden tegenwoordig meer gezien als verantwoordelijken voor het vinden van "geloofwaardige, gezaghebbende stemmen in een rumoerige wereld," aangezien veel online content niet meer onderworpen wordt aan de traditionele kwaliteitscriteria van nieuwspublicatieprocessen.^{29,30}

1.1.2 De nieuwsconsument: van passieve lezers naar creators

De evolutie van social media platforms heeft er in het afgelopen decennium ook voor gezorgd dat de consumentenparticipatie is bevorderd. Het eenrichtingsverkeer voor het uitzenden van nieuws is verleden tijd. Tegenwoordig kan het publiek allerlei informatie binnen enkele seconden delen met anderen op globale schaal via platforms zoals Facebook, Instagram en TikTok. Hierdoor is de consumptie van nieuws een gemeenschappelijke sociale ervaring geworden waarin mensen online artikelen en links met elkaar kunnen delen om hun aanbevelingen en meningen uit te wisselen. Ook kunnen zij zelf bepalen welke informatie relevant voor ze is en welke niet, zonder dat er nieuwsorganisaties of journalisten als bemiddelaar tussen zitten.³¹

Hoewel de lezers dus misschien grotendeels op journalisten blijven vertrouwen als eerste poortwachters, verwachten zij ook dat ze de keuzes van de journalisten kunnen verfijnen door bij elk artikel de relevantie voor zichzelf te bepalen. Er is tegenwoordig dus een poortwachterproces van twee stappen, waarin lezers "actieve ontvangers" van het nieuws zijn geworden.^{32,33}

Maar het publiek is niet enkel een actieve ontvanger: ze zijn tevens een soort co-producent geworden van nieuwscontent. Nieuw ontwikkelde technologieën hebben de drempels voor creatie en publicatie steeds meer weggenomen: iedereen kan tegenwoordig online artikelen produceren en informatie digitaal verspreiden, waardoor de traditionele poortwachtersfunctie van journalisten

²⁶ Puijk, R. (2021). Local Newspapers' Transition to Online Publishing and Video Use: Experiences from Norway. *Journalism Studies*, 22(9). DOI: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2021.1922303>

²⁷ Newman, N. et al. (2022). *Digital News Report 2022*.

²⁸ Cauwenberghs, J. & Ouaamari, S. (15 juni 2022). De Vlaming haalt nieuws vooral online, maar last ook meer pauzes in: 5 lessen over ons mediagebruik na corona. *VRT NWS*. Geraadpleegd via: <https://www.vrt.be/vrtnws/nl/2022/06/13/digital-news-report-2022/>

²⁹ Wang, Y. & Diakopoulos, N. (2021). Journalistic Source Discovery, p. 2.

³⁰ Ibid.

³¹ Singer, J. (2014). User-generated Visibility, p. 5.

³² Ibid., p. 6.

³³ Ireton, C., & Posetti, J. (2018). *Journalism, fake news & disinformation*, pp. 58-59.

omzeild wordt.³⁴ Bovendien hebben social media platforms het bereik van dit publiek drastisch vergroot.^{35,36} Hierdoor kan iedereen, ongeacht opleiding, professionele bekwaamheid en werkervaring, in principe concurreren met professionele journalisten om aandacht te vragen voor bepaalde onderwerpen en thema's.³⁷ Dit kan in sommige gevallen nadelig zijn voor de journalistiek en de maatschappij in het algemeen, omdat het gebrek aan journalistieke principes en verificatienormen in digitale omgevingen de verspreiding van desinformatie in de hand zou kunnen werken.

Hoewel het voor iedereen makkelijker is geworden om online informatie te produceren en verspreiden, onderscheidt de professionele journalistiek zich toch van andere vormen van communicatie. Journalisten werken aan de hand van journalistieke codes, die zijn ontwikkeld ter ondersteuning van het verzamelen en verifiëren van informatie. Tevens helpen ze om beroepsmatige aansprakelijkheid en transparantie te versterken, wat mogelijk kan helpen om het vertrouwen van het algemene publiek in de journalistiek te bevorderen.^{38,39} Transparantie kan binnen de journalistiek nageleefd worden door nieuwsconsumenten te laten zien welke werkprocessen er gebruikt worden en wat de verantwoordelijkheden van journalisten zijn binnen een organisatie.

1.1.3 Journalistiek gebruik van User Generated Content

Ondanks de potentiële risico's hebben de vele digitale veranderingen ook nieuwe mogelijkheden gecreëerd voor journalisten en mediaprofessionals. Zo is bijvoorbeeld uit onderzoek gebleken dat er in de afgelopen jaren een toename was in het gebruik van social media bronnen bij grote nieuwsorganisaties zoals *The New York Times*, *The Guardian* en *Süddeutsche Zeitung*.⁴⁰ Ook heeft de digitale expansie van social media de afgelopen jaren toegang gegeven tot informatiebronnen en tools die nuttig zijn in het tegengaan van desinformatie.⁴¹ *User-generated content (UGC)* op social media kan bijvoorbeeld een belangrijke bron zijn voor journalisten. Ook kan het een beginpunt zijn voor interessante onderzoeken en verslaggevingen, of zelfs dienen als bron of verificatie van bepaalde informatie.^{42,43,44,45}

³⁴ Ireton, C., & Posetti, J. (2018). *Journalism, fake news & disinformation*, p. 56.

³⁵ Ibid., pp.61- 62.

³⁶ Pietsch, J. & Sorabji, D. (2021). State of the Art Report into Data-Driven Journalism Report. *Medianumeric*, p. 59. Geraadpleegd via <https://blog.euscreen.eu/2022/02/publication-of-state-of-the-art-report/>

³⁷ Ireton, C., & Posetti, J. (2018). *Journalism, fake news & disinformation*, pp. 58-59.

³⁸ Ibid., 23.

³⁹ Ibid.

⁴⁰ Wang, Y. & Diakopoulos, N. (2021). *Journalistic Source Discovery*, p. 3.

⁴¹ Pietsch, J. & Sorabji, D. (2021). State of the Art Report into Data-Driven Journalism Report, p. 74.

⁴² Tolmie, P., Procter, R., Randall, D. W., Rouncefield, M., Burger, C., Wong Sak Hoi, G. Zubiaga, A. & Liakata, M. (2017). Supporting the Use of User Generated Content in Journalistic Practice. CHI 2017: Proceedings of the 2017 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems, p. 3632. DOI: <https://doi.org/10.1145/3025453.3025892>

⁴³ Zampoglou, M., Papadopoulos, S. & Kompatsiaris, Y. (2016). Web and Social Media Image Forensics for News Professionals. The Workshops of the Tenth International AAAI Conference on Web and Social Media, 10(2), p. 159. DOI: <https://doi.org/10.1609/icwsm.v10i2.14845>

⁴⁴ Wang, Y. & Diakopoulos, N. (2021). *Journalistic Source Discovery*, p. 1.

⁴⁵ Tolmie, P. et al. (2017). Supporting the Use of User Generated Content in Journalistic Practice, p. 3632.

User-generated content wordt in de journalistieke context ook wel “eyewitness media” genoemd. De term refereert aan mediabronnen die online door ooggetuigen worden gedeeld.⁴⁶ Denk hierbij aan foto’s, videobeelden of berichten en commentaren die op social media, weblogs en forums worden gedeeld. Met behulp van een smartphone wordt nieuws tegenwoordig meteen ‘gerapporteerd’ en gaat er bijna geen enkele gebeurtenis voorbij zonder dat iemand er op de een of andere manier over bericht via een online platform. Dit soort media content wordt daarom een steeds belangrijker onderdeel van de journalistiek.

Als gevolg hiervan moeten journalisten leren navigeren in een wereld die een overvloed aan digitale informatie bevat, terwijl de traditionele journalistieke methodes – die normaliter werden gebruikt om vast te stellen welke informatie relevant en betrouwbaar is om rapportages van hoge kwaliteit te kunnen leveren – niet op dezelfde snelheid mee ontwikkelen.⁴⁷ Hierdoor staan traditionele nieuwsorganisaties voor de uitdaging om hun reputatie van betrouwbare berichtgeving hoog te houden en tegelijkertijd aan te tonen dat zij een nieuwscyclus kunnen bijbenen die steeds meer door UGC lijkt te worden aangedreven.⁴⁸

Ook zorgt user generated content voor het risico dat op grote schaal misleidende informatie wordt verspreid, omdat informatie die op social media wordt gepost niet altijd betrouwbaar is.^{49,50,51} Dit is vooral een gevaar wanneer er online desinformatiecampagnes worden opgezet door een individu of een groep mensen om doelbewust schade te berokkenen.⁵² Het is daarom belangrijk dat journalisten inzicht hebben in de strategieën die worden gebruikt om desinformatie te produceren en verspreiden, en in de tactieken die nodig zijn voor de identificatie van dergelijke desinformatiecampagnes.⁵³

1.2 Verspreiding van gemanipuleerde informatie op social media

De toename van gemanipuleerde online-informatie maakt het steeds lastiger om juiste en onjuiste informatie van elkaar te onderscheiden. Hierdoor vervagen de grenzen tussen feit en fictie steeds meer, waardoor er een publieke verwarring lijkt te ontstaan over hoe desinformatie onderscheiden kan worden van feitelijk juiste informatie.⁵⁴ Dit effect wordt in digitale omgevingen versterkt door geïntegreerde algoritmes op social media platforms, die ervoor kunnen zorgen dat desinformatie geamplificeerd kan worden.^{55,56} Wanneer desinformatie en foutieve claims worden gepubliceerd, zorgen social media er namelijk vaak voor dat dit soort onjuiste informatie op grote schaal en in

⁴⁶ Zampoglou, M. et al. (2016). Web and Social Media Image Forensics for News Professionals, p. 159.

⁴⁷ Tolmie, P. et al. (2017). Supporting the Use of User Generated Content in Journalistic Practice, p. 3634.

⁴⁸ Ibid.

⁴⁹ Wang, Y. & Diakopoulos, N. (2021). Journalistic Source Discovery, p. 1.

⁵⁰ Pietsch, J. & Sorabji, D. (2021). State of the Art Report into Data-Driven Journalism Report, p. 60.

⁵¹ Tolmie, P. et al. (2017). Supporting the Use of User Generated Content in Journalistic Practice, p. 3632.

⁵² BENEDMO (2022). *Benedmo Fact-checking User Research and Research Method*, p. 16. Geraadpleegd via <https://benedmo.eu/2022/09/09/benedmo-fact-checking-user-research-and-research-method/>

⁵³ Ibid., pp. 17-18.

⁵⁴ Ireton, C., & Posetti, J. (2018). Journalism, fake news & disinformation, p. 33.

⁵⁵ Bontcheva, K. & Posetti, J. (2020). Balancing Act/ Countering Digital Disinformation While Respecting Freedom of Expression, p. 61

⁵⁶ Pietsch, J. & Sorabji, D. (2021). State of the Art Report into Data-Driven Journalism Report, p. 60.

korte tijd wordt verspreid, wat zorgwekkend kan zijn.^{57,58} Zo is er een toename gebleken in distributie van onjuiste, kwaadaardige en propagandistische content die zich voordoet als legitiem nieuws, en vervolgens verder wordt verspreid via eigen opgebouwde 'vertrouwensnetwerken' van online connecties.⁵⁹ Dit maakt het vrijwel onmogelijk om onjuiste informatie terug te trekken of volledig te verwijderen uit de digitale wereld, zelfs als journalisten deze bronnen van desinformatie weten te ontkrachten.

Belangrijk om te onthouden is dat er nog relatief weinig onderzoek is gedaan naar het werkelijke effect van algoritmes op het gedrag van social media gebruikers en dat het daarom nog niet mogelijk is om hier harde conclusies over te trekken.⁶⁰ Momenteel is er onder wetenschappers namelijk nog geen eensgezindheid over de effecten van blootstelling aan verschillende standpunten op iemands ideologische perspectieven.⁶¹ Enerzijds zou het toenemende gebruik van social media en gepersonaliseerd nieuwscontent als een 'filterbubbel' of 'echokamer' kunnen werken die iemands bestaande overtuigingen kan versterken. Echter, er is een groeiende hoeveelheid empirisch onderzoek dat stelt dat het effect van filterbubbels en echokamers wellicht verkeerd wordt ingeschat, en dat mogelijk slechts een klein gedeelte van mensen zich wendt tot bronnen van desinformatie.^{62,63}

1.2.1 Tactieken om desinformatie te verspreiden

Er zijn veel verschillende tactieken die worden gebruikt om online desinformatie te verspreiden. Een van die tactieken is *sockpuppetry*, waarbij iemand zich voordoet als een ander persoon door het creëren en beheren van nepaccounts op social media. Dit kan bijvoorbeeld worden gedaan met behulp van AI-gegenereerde profielfoto's of door middel van imitatie, waarbij het nepprofiel overeenkomt met het profiel van een echte persoon.⁶⁴ Een vrij recent geval van sockpuppetry dat zowel Vlaanderen als Nederland betrof, was een vervalst Twitterbericht van viroloog Marc Van Ranst (KU Leuven) uit 2020, waarin hij zou zeggen dat het een keuze was om ouderen in woonzorgcentra te laten sterven in plaats van hen te hospitaliseren.^{65,66} Hoewel deze vervalste tweet toentertijd al werd ontkracht door het Vlaamse weekblad *Knack*, ging het bericht in 2022 toch viraal in Nederland, kort nadat Van Ranst te gast was geweest in de Nederlandse Tweede Kamer.

Een andere tactiek die gebruikt kan worden om online desinformatie te verspreiden is *trollen*. Vaak

⁵⁷ Ireton, C., & Posetti, J. (2018). Journalism, fake news & disinformation, p. 59.

⁵⁸ Pietsch, J. & Sorabji, D. (2021). State of the Art Report into Data-Driven Journalism Report, p. 60.

⁵⁹ Ireton, C., & Posetti, J. (2018). Journalism, fake news & disinformation, p. 62.

⁶⁰ Bontcheva, K. & Posetti, J. (2020). Balancing Act/ Countering Digital Disinformation While Respecting Freedom of Expression, p. 61.

⁶¹ Ibid.

⁶² Ibid.

⁶³ Törnberg, P. (2022). How digital media drive affective polarization through partisan sorting. *Social sciences*, 199(42).

⁶⁴ BENEDMO (2022). *Benedmo Fact-checking User Research and Research Method*, pp. 17-18.

⁶⁵ Cauwenberghs, J. (23 mei 2022). *Vervalste tweet Marc Van Ranst gaat na twee jaar ook viraal in Nederland*. VRT NWS. Geraadpleegd via <https://www.vrt.be/vrtnws/nl/2022/05/23/check-van-ranst-tweet-rusthuizen/>

⁶⁶ Eeckhout, K. (2 september 2020). *Factcheck: Nee, de tweet over ouderen in woonzorgcentra was niét van Marc Van Ranst*. Knack Factcheck. Geraadpleegd via <https://www.knack.be/factcheck/factcheck-nee-de-tweet-over-ouderen-in-woonzorgcentra-was-niet-van-marc-van-ranst/>

is het doel hiervan om door middel van trolaccounts het sociale aspect van online interacties te manipuleren.⁶⁷ Een recent voorbeeld waarbij trolaccounts een gevaar vormden vond plaats in 2021, toen een groep COVID-skeptische actievoerders op gecoördineerde wijze onjuiste en misleidende informatie begon te verspreiden over COVID-19.⁶⁸ Deze groep, ook wel bekend als ‘Het Digitale Leger,’ spoorde mensen via de app *Telegram* aan om nepaccounts aan te maken op social media om vervolgens desinformatie te verspreiden. In de Telegramgroep, die ongeveer 800 leden had, werd zowel desinformatie over het COVID-vaccin aangeboden als tips om anonieme accounts aan te maken op social media en verschillende nieuwswebsites. Ook werden in de Telegramgroep mailadressen van GGD-testlocaties verspreid, en tevens het huisadres van Diederik Gommers, lid van het Nederlandse Outbreak Management Team. Enkele leden van het trollenleger bleken ook aangesloten te zijn bij extreemrechtse organisaties. Behalve deze Telegramgroep was er ook een chatgroep van zo'n 150 leden, waarin enkele leden plannen maakten om personen offline te intimideren.

Er zijn nog veel andere tactieken – zoals hashtag spamming, keyword squatting, source hacking en swarming – die toegepast kunnen worden om onjuiste of misleidende informatie wijd te verspreiden.⁶⁹ Het is daarom essentieel om te bepalen hoe groot de geloofwaardigheid, kwaliteit en relevantie van online content is. Tegelijkertijd moet er ook naar manieren worden gezocht om de verspreiding van desinformatie te verminderen.⁷⁰

1.2.2 Factchecken als antwoord op desinformatie

Factchecken is geïntroduceerd als een haalbare en effectieve techniek om de verspreiding van desinformatie te verminderen.⁷¹ Momenteel houden zich wereldwijd ruim 400 teams bezig met factcheckactiviteiten. In zes jaar tijd (2016-2022) is het aantal organisaties dat zich bezighoudt met factchecken verdubbeld.⁷² Het principe is overgewaaid uit Amerika en vond zijn oorsprong bij organisaties als Snopes (1994), FactCheck.org (2003) en Politifact (2007) die zich daarmee verzetten tegen het feit dat quotes van politici zonder inhoudelijke controle in de krant belandden. Tegenwoordig wordt factchecken niet alleen op claims van politici, maar ook op die van allerlei diverse actoren toegepast. Het principe heeft ook zijn weg gevonden naar het Vlaamse en Nederlandse medialandschap.

Factchecken is namelijk vaak een nuttige methode voor het kritisch verifiëren van bronnen, het documenteren van het proces om bronnen te verzamelen en om de gevonden informatie nauwkeurig te rapporteren.⁷³ Factcheckers zijn met deze verificatiemethode dan ook een voorloper

⁶⁷ BENEDMO (2022). *Benedmo Fact-checking User Research and Research Method*, p. 19.

⁶⁸ Pointer (2021). *Misinformation en privacy: Nederlands trollenleger verspreidt en coördineert desinformatie over vaccin*. Geraadpleegd via <https://pointer.kro-ncrv.nl/nederlands-trollenleger-verspreidt-en-coordineert-desinformatie-over-vaccin>

⁶⁹ BENEDMO (2022). *Benedmo Fact-checking User Research and Research Method*.

⁷⁰ Wang, Y. & Diakopoulos, N. (2021). *Journalistic Source Discovery*, p. 1.

⁷¹ PEN America. (2017). *Faking News: Fraudulent News and the Fight for the Truth*, p. 11.

⁷² Stencel, M., Ryan, E., and Luther, J. (2022). *Fact-Checkers Extend Their Global Reach with 391 Outlets, but Growth Has Slowed*. Duke Reporters' Lab. Geraadpleegd via <https://reporterslab.org/fact-checkers-extend-their-global-reach-with-391-outlets-but-growth-has-slowed/?print=true>

⁷³ Hameleers, M. & Tulin, M. (2022). *Making fact-checks work: Evidence-based recommendations for practitioners*, p. 5.

op het bieden van transparantie binnen het professionele medialandschap. Ook bieden factchecks duidelijke positieve effecten. Zo kunnen ze het publiek verwijzen naar meer betrouwbare bronnen of nuttige informatie over verificatieprocessen. Ook kunnen ze de mediawijsheid van de lezers en het publieke vertrouwen vergroten.⁷⁴

De gemene deler tussen factcheckers en journalisten is hun insteek en werkwijze: een factchecker controleert claims.⁷⁵ Dit doen zij door veelal primaire bronnen te raadplegen die de claim weerleggen dan wel ondersteunen. Ook worden bronnen geraadpleegd die de context geven. Factcheckers gaan van elke bron de betrouwbaarheid, kwaliteit en methodologie na. In de gepubliceerde factcheck worden de bevindingen uiteengezet met links naar de oorspronkelijke bronnen.^{76 77}

Het is echter belangrijk om te onthouden dat de verificatietools die gebruikt worden voor factchecken geen perfecte instrumenten zijn. Deze methodes moeten daarom constant worden aangepast, onderhouden en doorontwikkeld – zeker gezien de snelle veranderingen van digitale technologieën, en de toenemende online nieuwsgaring van mediagebruikers.⁷⁸ Tevens moeten journalisten en factcheckers voorzichtig zijn bij het publiceren van hun factchecks, om te voorkomen dat ze eventuele scepsis bij het publiek vergroten. Hoewel journalisten de waarheid aan het licht willen brengen, geven factchecks namelijk ook een soort waarschuwing aan de lezer dat niet alle informatie te vertrouwen is. Onderzoek wijst er inderdaad op dat een waarschuwing voor misinformatie er mogelijk onbedoeld voor kunnen zorgen dat mensen ook meer sceptisch worden tegenover betrouwbare bronnen van informatie.^{79,80}

1.2.3 Uitdagingen die journalisten ondervinden bij het gebruik van verificatietools

Ondanks de variatie aan verschillende tools, diensten en methodes die de afgelopen jaren zijn ontwikkeld voor het verifiëren van online bronnen, blijken ze de werkprocessen van journalisten niet altijd optimaal te ondersteunen.^{81,82} In 2017 bleek uit kwantitatief onderzoek van het International Centre for Journalists (ICFJ) dat wereldwijd nog vrij weinig gebruik wordt gemaakt van tools voor verificatie van social media bij nieuwsredacties.⁸³ De ICFJ ondervroeg toen meer dan 2.700 journalisten en managers van nieuwsredacties in meer dan 130 landen en ontdekte dat

⁷⁴ Hameleers, M. & Tulin, M. (2022). Making fact-checks work: Evidence-based recommendations for practitioners, p. 5.

⁷⁵ Graves, L., & Cherubini, F. (2016). The rise of fact-checking sites in Europe. Reuters Institute for the Study of Journalism. Geraadpleegd via <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our-research/rise-fact-checking-sites-europe>

⁷⁶ Het staat op het net, maar klopt het wel? Vind hier de check! (z.d.) *Factcheck.Vlaanderen*. Geraadpleegd via <https://factcheck.vlaanderen/werkwijze>

⁷⁷ Zo gaat Nieuwscheckers te werk. (z.d.) *Nieuwscheckers*. Geraadpleegd via <https://nieuwscheckers.nl/over-ons/werkwijze/>

⁷⁸ Ireton, C., & Posetti, J. (2018). *Journalism, fake news & disinformation*, p. 103.

⁷⁹ Hameleers, M. & Tulin, M. (2022). Making fact-checks work: Evidence-based recommendations for practitioners, p. 5.

⁸⁰ Van der Meer, T., Hameleers, M. & Ohme, J. (2022). Can Fighting Misinformation Have a Negative Spillover Effect? How Warnings for the Threat of Misinformation Can Decrease General News Credibility. Geraadpleegd via: <https://doi.org/10.1080/1461670X.2023.2187652>

⁸¹ Zampoglou, M. et al. (2016), *Web and Social Media Image Forensics for News Professionals*, p. 160.

⁸² Wang, Y. & Diakopoulos, N. (2021). Journalistic Source Discovery, p. 1.

⁸³ Thomson, T. J., Angus, D., Dootson, P., Hurcombe, E. & Smith, A. (2020). Visual Mis/disinformation in Journalism and Public Communications: Current Verification Practices, Challenges, and Future Opportunities. *Journalism Practice*, p. 942. DOI: <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1832139>

slechts 11% van alle ondervraagden daadwerkelijk verificatietools gebruikten voor social media. Er werd ondervonden dat vele nieuwsredacties social media-verificatie nog als een probleem beschouwen voor journalisten, gezien 46% van de ondervraagde nieuwsredacties wel trainingen aanbod in social media-onderzoeken en social media-verificatie. Echter bleek dat slechts 22% van de ondervraagde journalisten deze trainingen daadwerkelijk nuttig vonden.

Er zijn in het verleden tevens kwalitatieve onderzoeken gedaan omtrent de verificatietechnieken die journalisten gebruiken voor hun online bronnen. Daaruit bleek dat journalisten vaak in tweestrijd zaten.⁸⁴ Enerzijds waren goed uitgevoerde verificatieprocessen wenselijk binnen mediaorganisaties, aangezien dat zorgt voor grotere waarheidsgetrouwheid van publicaties. Anderzijds kosten bepaalde verificatietechnieken, zoals handmatige verificatie en niet-geautomatiseerde factchecks, ook meer tijd en zijn daarom niet altijd haalbaar vanwege de eisen om hun rapportages snel te publiceren. Hierdoor hadden de ondervraagde journalisten een sterke voorkeur voor het gebruik van social media content dat geproduceerd werd door "vertrouwde" gebruikers, zoals andere nieuwsorganisaties of overheidsorganisaties.⁸⁵ Deze organisaties gaven namelijk het gevoel dat er een zekere mate van waarheidsgetrouwheid kon worden verondersteld.⁸⁶ Echter, om dergelijke compromissen tussen verificatie en snelle publicatie te kunnen vermijden, zouden journalisten eigenlijk efficiënte en gebruiksvriendelijke tools nodig hebben bij deze verificatieprocessen.^{87,88,89}

Hoewel deze onderzoeken al enkele jaren geleden zijn uitgevoerd, blijkt dat de ondersteuning van verificatietools binnen mediaorganisaties nog altijd niet optimaal is. In een recent onderzoek van BENEDMO is gekeken naar de behoeften van factcheckers op het gebied van tools en methoden, met als doel om deze te kunnen verbeteren en ze breder beschikbaar te maken voor factcheckers, journalisten en het algemene publiek van Nederland en Vlaanderen.⁹⁰ Hieruit kwamen verschillende uitdagingen naar voren en bleek – net als bij eerdere onderzoeken – dat er momenteel nog steeds maar een klein deel van de ontwikkelde verificatietools en -technieken daadwerkelijk wordt gebruikt door factcheckers.⁹¹

Hoofdstuk 2 | Inventarisatie naar aangereikte kennis en vaardigheden

Om te begrijpen of journalisten gebaat zijn bij aanvullende kennis en vaardigheden om met desinformatie om te gaan, helpt het om in de eerste plaats inzicht te hebben in wat journalistieke opleidingen en organisaties zelf belangrijke kennis en vaardigheden achten. Daarnaast is het

⁸⁴ Tolmie, P. et al. (2017). Supporting the Use of User Generated Content in Journalistic Practice, p. 3638.

⁸⁵ Ibid.

⁸⁶ Ibid.

⁸⁷ Brandtzaeg, P. B., Lüders, M., Spangenberg, J., Rath-Wiggins, L. & Følstad, A. (2016). Emerging Journalistic Verification Practices Concerning Social Media. *Journalism Practice*, 10 (3), p. 323. DOI: <http://doi.org/10.1080/17512786.2015.1020331>

⁸⁸ Tolmie, P. et al. (2017). Supporting the Use of User Generated Content in Journalistic Practice, p. 3638.

⁸⁹ BENEDMO (2022). *Benedmo Fact-checking User Research and Research Method*, p. 33.

⁹⁰ Ibid., p. 4.

⁹¹ Ibid., pp. 8-9.

belangrijk om te weten wat studenten en professionals al aangereikt krijgen in diverse lesprogramma's en hoe journalisten nu worden opgeleid of bijgeschoold om die kennis en vaardigheden te verbeteren. Specifiek gaat onze interesse uit naar het bewustzijn van het bestaan van desinformatie, het herkennen van desinformatie en het hebben van een handelingsperspectief. Onderdeel daarvan is de vraag of de implementatie van verificatietechnieken bevorderd kan worden binnen mediaorganisaties en journalistieke omgevingen.

Om een beeld te krijgen van de stand van zaken in de journalistieke praktijk en het journalistieke onderwijs in Nederland en Vlaanderen is contact gezocht met professionals van mediabedrijven, opleidingen journalistiek en journalistieke vakorganisaties met het verzoek een vragenlijst in te vullen (zie bijlage). Dertien van hen hebben daaraan gehoor gegeven. Daarnaast zijn er twee verdiepende interviews gehouden met journalistieke partijen en een interview met een adviseur over nieuwswijsheid in het onderwijs.

We wilden met de survey ook in kaart brengen of en in welke mate journalisten een rol kunnen hebben in het vergroten van de mediawijsheid van het algemene publiek. Omdat nieuwsconsumenten tegenwoordig vanwege de vele digitale veranderingen een veel actievere houding hebben en de rol van de journalist is verschoven van gate-keeper tot gate-opener, willen we verkennen of het een taak van de journalisten is om actief bij te dragen aan de mediawijsheid van hun publiek.

2.1 Inventarisatie van actoren in de journalistiek

2.1.1 Medialandschap en opleidingen in de journalistiek

Om te bepalen welke organisaties voor de inventarisatie werden benaderd, is een overzicht gemaakt van de belangrijkste actoren in het Vlaamse en Nederlandse medialandschap.

BENEDMO is een consortium van Vlaamse en Nederlandse partners. Voor een beter begrip van de context wordt een korte kenschets gegeven van het medialandschap per land, vervolgens worden de factcheckactiviteiten in beide landen beschreven. Bij het beschrijven van de media in België worden bij voorkeur specifieke Vlaamse (en dus niet Waalse) gegevens vermeld indien deze voorhanden zijn. Afsluitend wordt het aanbod aan journalistieke opleidingen in Vlaanderen en Nederland in kaart gebracht. Alleen opleidingen met een journalistieke focus worden behandeld. Mediaopleidingen waarbij journalistiek een additioneel onderdeel is vallen daarmee buiten de selectie.

Medialandschap Vlaanderen

België heeft 11,6 miljoen inwoners, waarvan zo'n 60% Nederlandstalig is. België kent twee verschillende markten voor media: Vlaanderen en Wallonië. Mediaconcentratie is een recent fenomeen in België waarbij mediagroepen fuseren of via overnames grote concerns worden met een grote greep op de markt. De markt in Vlaanderen wordt op dit moment gedomineerd door vijf mediagroepen, de top drie daarvan wordt gevormd door DPG Media, Mediahuis en VRT. De

Vlaamse mediagroepen zijn ook actief op de Nederlandse markt. Een belangrijk aandeel van de Nederlandse kranten en uitgeverijen is recent overgenomen door Belgische mediagroepen.

In Vlaanderen geeft DPG Media onder andere *België Noord*, *Het Laatste Nieuws* en *De Morgen* uit en het Mediahuis geeft *De Standaard*, *Het Belang van Limburg*, *Het Nieuwsblad* en de *Gazet van Antwerpen* uit.

Online media vormden in 2022 de belangrijkste nieuwsbron voor de Belgen (77% van de bevolking) ten opzichte van tv (60% van de bevolking) en print (31% van de bevolking). *Het Laatste Nieuws online* was het grootst met een wekelijks van 47% van de Vlaamse bevolking, gevolgd door *VRT NWS online* en *Het Nieuwsblad online* met een gebruik van respectievelijk 40% en 25%.⁹² De klassieke nieuwsmedia, waaronder de papieren krant en het journaal op radio en televisie worden gerekend, kenden in 2021 echter een lichte, maar duidelijke terugval ten opzichte van 2020.⁹³ In radio, tv en print is *VTM* de belangrijkste aanbieder van nieuws met een wekelijks gebruik van 42%, samen met dat van *Eén* (VRT) met 41%. Daarna volgt *Het Laatste Nieuws* met een wekelijks gebruik van 30% van de bevolking.⁹⁴

Naast de journalisten in loondienst, bleek uit het ‘Vademecum voor zelfstandige journalisten’⁹⁵ dat in april 2022 een kwart (23,8%) van de professionele journalisten op freelancebasis werkt. Het aantal freelance journalisten is inmiddels licht gestegen: in 2023 zijn er 721 freelance journalisten werkzaam in Vlaanderen.⁹⁶

Medialandschap Nederland

De Nederlandse markt voor nieuwsmedia wordt gekenmerkt door een sterke publieke omroep (NPO) en een sterk geconcentreerd krantenbezit, waarbij twee Belgische bedrijven de grootste titels bezitten. Het gaat om DPG Media en Mediahuis. In Nederland geeft DPG Media onder andere het *AD*, *Trouw*, *Het Parool* en de *Volkscrant* uit. Mediahuis is onder andere verantwoordelijk voor *De NRC*, *De Telegraaf*, *De Limburger* en het *Noordhollands Dagblad*.

Online is net als in Vlaanderen de belangrijkste nieuwsbron voor Nederlanders: NU.nl kent een wekelijks gebruik van 42% van de bevolking, gevolgd door *NOS nieuws* (30%) en *AD* (28%). In radio, tv en print is de NOS de belangrijkste aanbieder van nieuws met een wekelijks gebruik van 60% van de bevolking, gevolgd door RTL en SBS met een wekelijks gebruik door respectievelijk 31% en 22% van de bevolking.

Nederland heeft naast belangrijke commerciële mediapartijen zoals RTL en SBS, een uniek stelsel van publieke omroepen, samengebracht onder de Nederlandse Publieke Omroep (NPO). Als

⁹² Newman, N. (2022). *Reuters Institute Digital News Report 2022*.

⁹³ Sevenhant, R., Stragier, J., De Marez, L. & Schuurman D. (2021). *Imec.digimeter 2021: Digitale trends in Vlaanderen*. Geraadpleegd via <https://www.imec.be/sites/default/files/2022-05/IMEC-Digimeter-2021.pdf>

⁹⁴ Newman, N. (2022). *Reuters Institute Digital News Report 2022*.

⁹⁵ VADEMECUM: Voor zelfstandige journalisten. (2022). In *Vlaamse Vereniging van Journalisten*. Geraadpleegd via: [https://journalist.be/publicaties/vademecum/vademecum-voor-zelfstandigen#:~:text=Hoe%20zit%20het%20met%20btw,op%20onze%20site%20\(aanmelden\)](https://journalist.be/publicaties/vademecum/vademecum-voor-zelfstandigen#:~:text=Hoe%20zit%20het%20met%20btw,op%20onze%20site%20(aanmelden)).

⁹⁶ Informatie is verstrekt via Secretariaat van VVJ op 3 april 2023.

onderdeel van de NPO heeft de NOS (gericht op nieuws, parlementaire berichtgeving en sport) samen met de NTR (verantwoordelijk voor culturele, educatieve, kinder- en etnische programmering) een geprivilegieerde juridische status met afgebakende financiering. Daarnaast kent het omroepstelsel ook vijfjarige hernieuwbare licenties en fondsen die worden toegekend aan elf andere publieke omroep- en tv-organisaties en radiozenders binnen de NPO. De meeste van deze op leden gebaseerde publieke omroepen zijn bijna 100 jaar oud.

Naast gevestigde nieuwsorganisaties bestaat een groot deel van de mediaprofessionals uit zzp'ers. Uit cijfers uit het Handelsregister blijkt dat er op 1 januari 2023, 7049 freelance journalisten staan ingeschreven bij de Kamer van Koophandel.⁹⁷ Ondanks de groei van freelance journalisten ten opzichte van 2022 (+1,7 %), is de groei relatief lager dan voorgaande jaren.

Factchecking

Factchecking is een journalistieke aanpak die wordt ingezet als antwoord op de verspreiding van desinformatie. In sommige gevallen zijn factcheckers ingebed in traditionele organisaties, in andere gevallen opereren factcheckers buiten de traditionele media.

Factchecking in Vlaanderen

België was tot enkele jaren geleden een blinde vlek in Europa wat betreft factchecken.^{98 99} Tot 2018 verschenen in de reguliere Vlaamse media, zoals de krant *De Standaard*,¹⁰⁰ slechts sporadisch factchecks, zonder hiervoor vaste richtlijnen te hanteren.^{101 102} Een uitzondering daarop is het tijdschrift *Knack*, dat sinds 2012 al een vaste factcheckrubriek heeft in haar weekblad.¹⁰³

De afgelopen vijf jaar kwam het factchecklandschap vooral in Vlaanderen in een stroomversnelling. In 2019 werd *factcheck.vlaanderen* opgericht als resultaat van een samenwerking van journalisten, docenten en het AI-bedrijf Textgain.¹⁰⁴ Het project is het eerste onafhankelijk platform in België dat zich volledig toewijdt aan factchecken.¹⁰⁵ *Knack* breidde haar factcheckredactie uit om naast een wekelijkse factcheck in print ook artikelen online te publiceren.

⁹⁷ *Weer meer freelance journalisten erbij, maar de groei zwakt af.* (2023, 12 januari). Villamedia. Geraadpleegd via: <https://www.villamedia.nl/artikel/weer-meer-freelance-journalisten-erbij-maar-de-groei-zwakt-af#:~:text=In%20de%20journalistiek%20blijft%20het,nog%20met%204%2C77%20procent>.

⁹⁸ *Fact-Checking.* (z.d.). Duke Reporters' Lab. Geraadpleegd via <https://reporterslab.org/fact-checking/>

⁹⁹ Tardáguila, C. (18 September 2019). Why doesn't Belgium show up on the fact-checking world map? Geraadpleegd via <https://www.poynter.org/fact-checking/2019/why-doesnt-belgium-show-up-on-the-fact-checking-world-map/>

¹⁰⁰ *Factcheck.* (z.d.). De Standaard. Geraadpleegd via <https://www.standaard.be/tag/factcheck>

¹⁰¹ De Vocht, P. (2019). *Niet alle factchecks zijn factchecks.* Geraadpleegd via <https://www.scriptiebank.be/scriptie/2019/niet-alle-factchecks-zijn-factchecks>

¹⁰² Billiet, J., Opgenhaffen, M., Pattyn B. & Van Aelst, P. (2018). *De strijd om de waarheid.* Koninklijke Vlaamse Academie van België voor Wetenschappen en Kunsten. Geraadpleegd via <https://kvab.be/nl/standpunten/de-strijd-om-de-waarheid>

¹⁰³ *Alles wat u moet weten over de Factcheck van Knack.* (z.d.). Knack. Geraadpleegd via <https://www.knack.be/alles-wat-u-moet-weten-over-de-factcheck-van-knack/>

¹⁰⁴ PDE. (28 april 2019). *Factcheck.Vlaanderen van start.* Vlaamse Vereniging van Journalisten. Geraadpleegd via <https://journalist.be/2019/04/factcheck-vlaanderen-van-start>

¹⁰⁵ *Factcheck.Vlaanderen.* (n.d.). Geraadpleegd via <https://factcheck.vlaanderen/>

Sinds 2020 werkt het tijdschrift samen met Meta, het moederbedrijf van Facebook, in het kader van hun externe factcheckprogramma.¹⁰⁶

Ook bij de nieuwsdienst van de Vlaamse publieke omroep VRT ontstond in 2020 een eigen factcheckredactie.¹⁰⁷ Die maakt deel uit van de DDT-cel, een gespecialiseerd team van journalisten dat zich focust op Data, Desinformatie en Technologie.¹⁰⁸

Knack, *factcheck.vlaanderen*, *VRT NWS* zijn enkele erkende leden van het International Fact-Checking Network van Poynter Institute (IFCN).¹⁰⁹ Sinds 2022 worden factchecks van *factcheck.vlaanderen*, VRT en *Knack* verzameld door *deCheckers*: een nieuw initiatief dat zelf geen factchecks maakt, maar ze bundelt op een website, in de kijker zet op social media en ze op het Vlaamse Radio 1 toelicht.¹¹⁰

Factchecking in Nederland

In de afgelopen decennia is het in Nederland een komen en gaan geweest van factcheckrubrieken bij allerlei media. Met name in verkiezingstijd zetten media geregeld kortlopende projecten op om beweringen van politici te factchecken. Dat resulteert dan in kortlopende rubrieken die na verkiezingstijd weer verdwijnen.

*De Volkskrant*¹¹¹ en *NRC*¹¹² hadden factcheckrubrieken die enkele jaren meegingen, maar hier worden geen factchecks meer op gepubliceerd. Incidenteel verschijnen er nog factchecks bij *NRC*. *De Volkskrant* stopte de rubriek 'Klopt dat wel?' tijdens de coronapandemie. Factcheckachtige artikelen over corona werden als reguliere artikelen gepubliceerd en in het blog van wetenschapsredacteurs. Aan het begin van de Oekraïne-oorlog stelde *de Volkskrant*¹¹³ een team aan dat zich bezighield met de verificatie van oorlogsbeelden, evenals de NOS¹¹⁴. Beide media publiceerden een aantal onderzoeken, maar in de loop van 2022 stakte het aantal publicaties.

NU.nl kent sinds 2017 een factcheckrubriek: *NUcheckt*¹¹⁵. De aanleiding daarvoor was het samenwerkingsprogramma dat Facebook in dat jaar begon met factcheckers die berichten op Facebook controleren. Aanvankelijk deed naast *NU.nl* ook *Nieuwscheckers* (zie onder) hieraan

¹⁰⁶ Van Leemputten, P. (26 maart 2020). *Knack in zee met Facebook voor Belgische factchecking*. Geraadpleegd via <https://datanews.knack.be/ict/nieuws/knack-in-zee-met-facebook-voor-belgische-factchecking/article-news-1581563.html>

¹⁰⁷ Van Bakel, L. (29 maart 2022). *Hoe werkt de Check-redactie van VRT NWS?* VRT NWS. Geraadpleegd via <https://www.vrt.be/vrtnws/nl/2022/03/16/hoe-werkt-de-check-redactie-van-vrt-nws/>

¹⁰⁸ *Desinformatie*. (z.d.). In Rubrieken. VRT NWS. Geraadpleegd via <https://www.vrt.be/vrtnws/nl/rubrieken/desinformatie/>

¹⁰⁹ *Verified signatories of the IFCN code of principles*. (z.d.) IFCN Code of Principles. Geraadpleegd via <https://ifcncodeofprinciples.poynter.org/signatories>

¹¹⁰ *deCheckers home-pagina*. (z.d.) deCheckers. Geraadpleegd via <https://decheckers.be>

¹¹¹ *Klopt dat wel?*. (z.d.). De Volkskrant. Geraadpleegd via <https://www.volkskrant.nl/dossier/klopt-dat-wel->

¹¹² *NRC Checkt*. (z.d.). NRC. Geraadpleegd via <https://www.nrc.nl/rubriek/nrc-checkt/full/>

¹¹³ *Op zoek naar de feiten in oorlogstijd*. (z.d.). De Volkskrant. Geraadpleegd via: <https://www.volkskrant.nl/kijkverder/v/2022/feiten-van-de-oorlog-v484352/>

¹¹⁴ *De verhalen achter oorlogsbeeld*. (z.d.). NOS. Geraadpleegd via: <https://nos.nl/collectie/13895-de-verhalen-achter-oorlogsbeeld>

¹¹⁵ *NUcheckt*. (z.d.). NU.nl. Geraadpleegd via: <https://www.nu.nl/nucheckt>

mee¹¹⁶, maar stopte ermee begin 2018. *NU.nl* stopte eind 2019¹¹⁷. Reden was dat Facebook niet wil dat beweringen van politici gefactcheckt worden; iets waartegen *NU.nl* principiële bezwaren had. *NU.nl* handhaafde daarna de factcheckrubriek op de eigen website en had een vaste factchecker. Sinds 2022 heeft *NU.nl* geen vaste factchecker meer. De rubriek 'NUcheckt' wordt nu door wisselende redacteurs verzorgd en verschijnt onregelmatig.

Pointer, de onderzoeksredactie van KRO-NCRV, publiceert onregelmatig factchecks in de online rubriek 'Pointer checkt'. Ook maakt de redactie videoserie op YouTube waarin onwaarheden worden behandeld¹¹⁸. Pointer werkte de afgelopen jaren samen met *Nieuwscheckers* en andere media (in 2022 *ANP* en 2023 *AD*) aan zogenoemde factcheckmarathons in de aanloop naar verkiezingen in Nederland¹¹⁹. Bij Pointer zijn geen specifieke factcheckers in dienst, maar pakken verschillende journalisten deze taken op¹²⁰.

Vakorganisaties

In dit rapport is ook gekeken naar vakorganisaties die zich op journalisten richten. Deze organisaties ondersteunen journalisten bij allerlei kwesties die de journalistiek kunnen bedreigen, zoals financiële, politieke, juridische en arbeidsrechtelijke kwesties. Om de kwaliteit van journalistiek te waarborgen organiseren sommige van deze vakorganisaties bijeenkomsten en trainingen. De essentiële informatie van elke vakorganisatie met betrekking tot doelgroep en omvang worden hieronder samengevat. Informatie over de vakorganisaties is geraadpleegd via de webpagina's van de desbetreffende organisaties.

In Vlaanderen is de grootste vakgroep de Vlaamse Vereniging van Journalisten (VVJ)¹²¹ en telt 2726 leden.¹²² Zowel beroepsjournalisten als freelancers zijn lid van de organisatie. De VVJ is onderdeel van de koepelorganisatie Algemene Vereniging van Beroepsjournalisten (AVBB),¹²³ waar ook de Franstalige organisatie Association des journalistes professionnels (AJP) onderdeel van uitmaakt.

De Vereniging van Onderzoeksjournalisten (VVOJ) richt zich specifiek op onderzoeksjournalisten, is actief in Vlaanderen en Nederland en telt 6000 leden.¹²⁴ De VVOJ stimuleert de kennisuitwisseling en discussies tussen journalisten, alsook de ontwikkeling van nieuwe en digitale onderzoekstechnieken.

¹¹⁶ *Facebook gaat in Nederland samenwerken met factcheckers*. (2017, 2 maart). Villamedia. Geraadpleegd via: <https://www.villamedia.nl/artikel/facebook-gaat-in-nederland-samenwerken-met-factcheckers>

¹¹⁷ *NU.nl stopt als laatste partij met factcheckprogramma van Facebook* (2019, 27 november). NU.nl. Geraadpleegd via: <https://www.nu.nl/tech/6013044/nunl-stopt-als-laatste-partij-met-factcheckprogramma-van-facebook.html>

¹¹⁸ *Pointer Checkt*. (z.d.) Geraadpleegd via 31 maart 2023, via: <https://pointer.kro-ncrv.nl/onderzoeken/pointer-checkt>

¹¹⁹ *Factcheck-marathon Provinciale Staten-verkiezingen 2023*. (2023) Geraadpleegd via: <https://pointer.kro-ncrv.nl/onderzoeken/factcheckmarathon>

¹²⁰ Informatie is verstrekt via Pointer op 23 maart 2023

¹²¹ *Over de VVJ*. (z.d.). Geraadpleegd via 31 maart, via: <https://journalist.be/vvj>

¹²² Informatie is verstrekt via Secretariaat van VVJ op 3 april 2023

¹²³ *AVBB*. (z.d.). Geraadpleegd via 31 maart 2023, via: <https://avbb.be/>

¹²⁴ *Over de Vereniging*. (z.d.) Geraadpleegd via: <https://www.vvoj.org/over-vvoj/over-de-vereniging/>

In Nederland is de Nederlandse Vereniging van Journalisten (NVJ) de grootste vakorganisatie, die meer dan 8000 leden vertegenwoordigt.¹²⁵ Dit zijn zowel freelancers als werknemers in de uitgeverijsector, bij omroepen en in de fotojournalistiek.

Op lokaal niveau bestaat in Nederland de Stichting Nederlandse Lokale Omroepen (NLPO) die zich als vakorganisatie richt op circa 240 lokale omroepen.¹²⁶

Journalistieke opleidingen

Naast de mediabedrijven, factcheckorganisaties en vakorganisaties, is er ook gekeken naar opleidingen journalistiek in Vlaanderen en Nederland. Het betreft hbo-opleidingen (bachelors) en wo-opleidingen (masters). Informatie over deze opleidingen is geraadpleegd via de webpagina's van de opleidingsinstituten. De essentiële informatie met betrekking tot de focus (crossmediaal en/of gespecialiseerd en nadruk op theorie of praktijk) van de opleidingen wordt hieronder samengevat. Bijzondere programma's met specifieke focus op desinformatie worden kort benoemd.

HBO-opleidingen in Vlaanderen

Er zijn in Vlaanderen zes hbo-opleidingen die een journalistiekprogramma aanbieden. Dit betreft AP Hogeschool in Antwerpen,¹²⁷ Hogeschool West-Vlaanderen (Howest),¹²⁸ Arteveldehogeschool in Gent,¹²⁹ Erasmushogeschool in Brussel,¹³⁰ Thomas More in Mechelen¹³¹ en PXL in Hasselt.¹³²

Deze zes hbo-opleidingen beschrijven op hun website dat met de theoretische en praktische kennis van diverse media van diverse media (zoals radio, internet, fotografie, podcast, televisie, kranten en magazines) studenten worden opgeleid tot allround en cross- en multimediale journalisten. AP Hogeschool Antwerpen en Howest bieden de mogelijkheid om in het laatste jaar te specialiseren in audio, video of beeld. De zes hbo-opleidingen hebben allemaal de focus op het ontwikkelen van praktische journalistieke vaardigheden. De Arteveldehogeschool, Thomas More, PXL Hasselt, AP Hogeschool Antwerpen en Hogeschool West-Vlaanderen organiseren praktijkopdrachten met én voor externe partijen uit het journalistiek werkveld. Thomas More Hogeschool biedt in samenwerking met Journalism Fund Europe een Postgraduaat aan die gericht is op Internationale researchjournalistiek (IRJ)¹³³.

¹²⁵ *De NVJ*. (z.d.) Geraadpleegd via 31 maart 2023, via: <https://www.nvj.nl/nvj-0>

¹²⁶ *Over NLPO*. (z.d.) Geraadpleegd via 31 maart 2023, via: <https://www.nlpo.nl/overnlpo>

¹²⁷ *Journalistiek*. (z.d.). AP Hogeschool Antwerpen. Geraadpleegd via 31 maart 2023, via: https://www.ap.be/opleiding/journalistiek?gclid=Cj0KCQjwIPWgBhDHARIsAH2xdNe6gksJyPV09JMCmU9GDWqPuYINito2UZs8S7swmG-d5U7nIYZe7jwaAriXEALw_wcB

¹²⁸ *Journalistiek Bachelor*. (z.d.). Howest. Geraadpleegd via 31 maart 2023, via: <https://www.howest.be/nl/opleidingen/bachelor/journalistiek>

¹²⁹ *Journalistiek Bachelor*. (z.d.). Artevelde Hogeschool. Geraadpleegd via 31 maart 2023, via: <https://www.arteveldehogeschool.be/nl/opleidingen/bachelor/journalistiek>

¹³⁰ *Professionele Bachelor Journalistiek*. (z.d.). Erasmus Hogeschool. Geraadpleegd via 31 maart 2023, via: <https://www.erasmushogeschool.be/nl/opleidingen/journalistiek>

¹³¹ *Professionele Bachelor Journalistiek*. (z.d.). Thomas More. Geraadpleegd via 31 maart 2023, via: <https://www.thomasmore.be/opleidingen/professionele-bachelor/journalistiek-overzicht/journalistiek>

¹³² *Bachelor in de Journalistiek*. (z.d.). PXL. Geraadpleegd via 31 maart 2023, via: <https://www.pxl.be/journalistiek?highlight=bachelor%2c%20journalistiek>

¹³³ *Internationale researchjournalistiek*. (z.d.). Thomas More. Geraadpleegd via 31 maart 2023, via: <https://www.thomasmore.be/en/node/153>

Universitaire opleidingen in Vlaanderen

Naast de hbo-opleidingen zijn er twee universiteiten die een opleiding journalistiek aanbieden: de KU Leuven¹³⁴ en de Vrije Universiteit Brussel¹³⁵ bieden allebei een master Journalistiek aan. Naast masteropleidingen zijn er twee afstudeerrichtingen journalistiek. De Universiteit Gent heeft binnen de Master of Science in de Communicatiewetenschappen de afstudeerrichting 'Journalistiek' die een jaar duurt¹³⁶. Ook de KU Leuven kent binnen de master Communicatiewetenschappen een afstudeerrichting 'Journalistiek in de digitale samenleving'¹³⁷.

De master Journalistiek op de KU Leuven biedt de mogelijkheid om te specialiseren in een specifiek medium (radio- en tv-journalistiek, print en online en social media), en in journalistieke thema's (bijv. buitenland, cultuur, economie, gerecht, lifestyle, politiek, sport, wetenschap.) De afstudeerrichting 'Journalistiek in de digitale samenleving' binnen de Master of Science in de Communicatiewetenschappen richt zich specifiek op veranderingen in het medialandschap. Op de Vrije Universiteit Brussel worden studenten geacht in het tweede semester zich te specialiseren in tekstmedia of audiovisuele media. De afstudeerrichting 'Journalistiek' binnen de master Communicatiewetenschappen op de Universiteit Gent hanteert een brede focus waarbij studenten kennis en vaardigheden opdoen over diverse journalistieke genres en formats.

De bovengenoemde opleidingen van de Universiteit Gent, Vrije Universiteit Brussel en de KU Leuven besteden zowel aandacht aan de ontwikkeling van praktische journalistieke vaardigheden (bijv. schrijfvaardigheid, bronnenonderzoek, audiovisuele producties, vormgeving) middels opdrachten en stages bij nieuwsredacties, als aan journalistieke vaardigheden op academisch niveau (bijv. 'evaluatie van nieuwsbronnen', 'organisatie van redacties', 'beroepsethische aspecten van journalistiek' en 'inzicht in de werking van de digitale (platform)samenleving').

¹³⁴ *Master in de journalistiek*. (z.d.). KU Leuven. Geraadpleegd via 31 maart 2023, via: <https://www.kuleuven.be/opleidingen/master-journalistiek#Over>

¹³⁵ *Journalistiek*. (z.d.). Vrije Universiteit Brussel. Geraadpleegd via 31 maart 2023, via: <https://www.vub.be/nl/studeren-aan-de-vub/alle-opleidingen/bachelor-en-masteropleidingen-aan-de-vub/journalistiek/programma>

¹³⁶ *Master of Science in de communicatiewetenschappen (Journalistiek)*. (z.d.). Universiteit Gent. Geraadpleegd via 31 maart 2023, via: <https://studiekiezer.ugent.be/master-of-science-in-de-communicatiewetenschappen-journalistiek/2023>

¹³⁷ *Journalistiek in de digitale samenleving*. (z.d.). KU Leuven. Geraadpleegd via 31 maart 2023, via: <https://soc.kuleuven.be/fsw/toekomstigestudenten/mastercom/journalistiek-leuven>

HBO opleidingen in Nederland

Er zijn in Nederland vier hbo-opleidingen die een journalistiek programma aanbieden. Dit betreft Windesheim in Zwolle,¹³⁸ Christelijke Hogeschool Ede,¹³⁹ Fontys Hogeschool in Tilburg¹⁴⁰ en de Hogeschool Utrecht.¹⁴¹

De vier hbo-opleidingen hanteren een crossmediale aanpak waarbij studenten zelfstandig werken aan journalistieke producties. Daarnaast zijn de opleidingen erop gericht om studenten praktische vaardigheden aan te leren. Twee opleidingen benadrukken op hun website hoe belangrijk zij reflectie op de rol van een journalist achten. Zo legt de Christelijke Hogeschool Ede de nadruk op de verantwoordelijkheid die de studenten als (toekomstige) journalisten hebben in de maatschappij en richt de bachelor op de Fontys Hogeschool Tilburg zich op onderzoek naar de rol van journalistiek in de samenleving.

Universitaire opleidingen in Nederland

Er zijn vier universiteiten die een master journalistiek aanbieden: de Universiteit Groningen,¹⁴² Erasmus Universiteit Rotterdam,¹⁴³ Universiteit van Amsterdam¹⁴⁴ en Universiteit Leiden.¹⁴⁵ De Vrije Universiteit Amsterdam biedt binnen de bachelor Communicatie- en informatiewetenschappen het traject Media en Journalistiek aan¹⁴⁶.

Alleen bij de Universiteit van Amsterdam kunnen de studenten kiezen uit twee afstudeerrichtingen: 'Journalistiek' en 'Research en redactie'. De richting 'Journalistiek' focust op schrijvende journalistiek. Studenten verkennen het werkveld van landelijke (dag)bladen en overige journalistieke (digitale) platformen. Bij de richting 'Research en redactie' leren studenten onderzoek te doen voor audiovisuele media, zoals actualiteitenprogramma's, documentaires, educatieve televisieprogramma's en webpagina's.

¹³⁸ *Journalistiek in Zwolle (voltijd)*. (z.d.). Windesheim. Geraadpleegd via 31 maart 2023, via:

<https://www.windesheim.nl/opleidingen/voltijd/bachelor/journalistiek>

¹³⁹ Christelijke Hogeschool Ede, *Journalistiek*. (z.d.). ROC Nederland. Geraadpleegd via 31 maart 2023, via:

<https://www.roc.nl/default.php?fr=details&id=2069&inst=110>

¹⁴⁰ *Journalistiek*. (z.d.). Fontys Hogeschool. Geraadpleegd via 31 maart 2023, via:

<https://fontys.nl/Studeren/Opleidingen/Journalistiek-voltijd.htm>

¹⁴¹ *Journalistiek (Voltijd)*. (z.d.). Hogeschool Utrecht. Geraadpleegd via 31 maart 2023, via:

<https://www.hu.nl/voltijd-opleidingen/journalistiek/tijdens-de-opleiding>

¹⁴² *Journalistiek (NL)*. (z.d.). Universiteit Groningen. Geraadpleegd via 31 maart 2023, via:

https://www.rug.nl/masters/journalism-dutch-taught/?gclid=Cj0KCQjwIPWgBhDHARIsAH2xdNcsxVlWHrxUBNj7a0qi1DD_EgO1p3XlAIHO4DJyCfiWyd6MSmM9-9ElaAgEKEALw_wcB

¹⁴³ *Waarom deze studie, Media & Journalistiek*. (z.d.). Erasmus Universiteit. Geraadpleegd via 31 maart 2023, via:

<https://www.eur.nl/master/media-journalistiek/waarom-deze-studie>

¹⁴⁴ *Dual Master Journalistiek en media (Mediastudies)*. (z.d.). Universiteit van Amsterdam. Geraadpleegd via 31 maart 2023, via:

<https://www.uva.nl/programmas/duale-masters/journalistiek-en-media-mediastudies/journalistiek-en-media.html>

¹⁴⁵ *Journalistiek en Nieuwe Media (MA), Media & Journalistiek*. (z.d.). Universiteit Leiden. Geraadpleegd via 31 maart 2023, via: <https://www.universiteitleiden.nl/onderwijs/opleidingen/master/media-studies/journalistiek-en-nieuwe-media>

¹⁴⁶ *Media en Journalistiek*. (z.d.). Vrije Universiteit Amsterdam. Geraadpleegd via 31 maart 2023, via:

<https://vu.nl/nl/onderwijs/bachelor/communicatie-en-informatiewetenschappen/Traject/media-en-journalistiek/Inhoud>

De wo-opleidingen bestaan zowel uit praktische als wetenschappelijke onderdelen. Zo wordt er aandacht besteed aan journalistieke vaardigheden door crossmediale technieken in te zetten en taalkundige en analytische vaardigheden te ontwikkelen. Wetenschappelijke reflectie en onderzoeksmethodes komen ruimschoots aan bod bij alle universitaire opleidingen. Studenten leren bovendien om aan de hand van diverse wetenschappelijke theorieën naar het huidige medialandschap te kijken en bestuderen nieuwe ontwikkelingen als gevolg van globalisering en digitalisering van media.

Programmering omtrent desinformatie in Vlaanderen en Nederland

Op het gebied van desinformatie zijn er enkele Nederlandse hbo-opleidingen die deelnemen aan factcheckprojecten. Vanaf 2008 waren studenten van de Tilburgse Fontys Hogeschool Journalistiek jarenlang actief bezig met het factchecken van hoofdzakelijk mediaberichten voor *FHJ Factcheck*. Na een pauze van enkele jaren is het project momenteel actief onder de naam *FACTORY*¹⁴⁷.

In navolging van *FHJ Factcheck* ging de Universiteit Leiden met een soortgelijke formule van start in februari 2009: *Nieuwscheckers*. De huidige factcheckredactie bestaat uit vaste krachten en studenten.

De Nederlandse journalistieke opleidingen aan de Hogeschool Windesheim, Hogeschool Utrecht en Fontys en de Vlaamse journalistieke opleidingen aan de AP Hogeschool Antwerpen, Artevelde Hogeschool en Thomas More participeren in het EUfactcheck-project van EJTA. De Hogeschool Utrecht en AP Hogeschool Antwerpen zijn beiden betrokken bij de hoofdredactie van de website en het projectteam. Dit project is onderdeel van de European Journalism Training Association (EJTA) waarin diverse journalistieke opleidingen in Europa samenwerken om studenten te leren factchecken. De focus van EUfactcheck ligt op onderwerpen die relevant zijn in Europa.

De actoren samengevat

Uitgeverijen en omroepen

Twee grote Belgische spelers (DPG Media en Mediahuis) bezitten de meeste kranten- en nieuwswebsites in zowel Nederland als Vlaanderen. Een verschil tussen beide regio's is de manier waarop de publieke omroep is geregeld. Nederland heeft namelijk een uniek stelsel van omroepen die samen het publieke aanbod invullen, al is de NOS de enige publieke nieuwsvoorziening. Vlaanderen kent met VRT een organisatie die de publieke omroep representeert. In zowel Nederland als Vlaanderen wordt de nieuwsconsument vooral online bereikt. In zowel Nederland als Vlaanderen zijn veel freelancers actief. In Nederland is het aantal geregistreerde freelance journalisten bijzonder hoog.

Factcheckorganisaties

Veel factcheckinitiatieven hebben zich buiten de traditionele mediaorganisaties georganiseerd. Traditionele media hebben geprobeerd factchecking op verschillende manieren in te bedden in hun praktijk. Vaak bleef het bij tijdelijke projecten. In Vlaanderen is factchecken inmiddels stevig ingebed in de publieke omroep VRT waar een factcheckteam is aangesteld.

¹⁴⁷ *FACTORY*. (z.d.). *FACTORY Powered by FHJ*. Geraadpleegd via 31 maart 2023, via: <https://factory.fhj.nl>

Vakorganisaties

In Vlaanderen is de VVJ en in Nederland is de NVJ de grootste vakorganisatie die waakt over de kwaliteit en onafhankelijk van de journalistiek. Daarnaast richt de VVOJ zich op onderzoeksjournalisten in Nederland en Vlaanderen, en de NLPO op lokale omroepen in Nederland.

Opleidingen

Zowel in Vlaanderen als in Nederland staat bij de hbo-opleidingen een cross-mediale aanpak centraal. De universitaire masters in Vlaanderen en Nederland werken aan zowel praktijkgerichte als wetenschappelijke vaardigheden. Drie hogescholen in Vlaanderen, drie hogescholen en één universiteit in Nederland nemen deel aan het EUfactcheck project van EJTA.

2.1.3 Selectie van actoren

We hebben experts van organisaties benaderd met het verzoek mee te werken aan onze vragenlijst. Deze organisaties bieden kennis en praktische vaardigheden binnen opleidingen, programma's en trainingen voor journalisten. Deze zijn onder te verdelen in de volgende groepen:

- **Journalistieke opleidingen:** Zowel een aantal hbo-opleidingen als een aantal universitaire opleidingen. De opleidingen hebben een belangrijke rol in de vorming van de journalisten van de toekomst.
- **Journalistieke praktijk:** Grote omroepen en uitgeverijen van meerdere nieuwstitels. Zij hebben goed zicht op de praktijksituatie en laten hun interne opleidingsprogramma's aansluiten op het journalistieke werkveld waarmee ze een groot bereik hebben. De Campus van DPG Media heeft jaarlijks bijvoorbeeld 1500 deelnemers.
- **Journalistieke vakorganisaties:** Deze vervullen een belangrijke rol in het behouden en vergroten van de kwaliteit van de journalistiek en bieden vanuit dat uitgangspunt programma's aan voor de ontwikkeling van journalisten. Hun lesprogramma's zijn toegankelijk voor een breed scala aan journalisten, inclusief freelancers.

Uit de organisaties binnen deze groepen is op pragmatische wijze een selectie gemaakt waarbij werd gestreefd naar een spreiding over Vlaanderen en Nederland, omroep en krantenjournalistiek, hbo en wo en regio en landelijk. Daarnaast waren de aangeboden lesprogramma's een selectiecriteria voor de organisaties uit de praktijkgroep en de vakorganisaties.

Van elke gekozen partij is de opleidingscoördinator of de ontwikkelaar van het educatieve aanbod benaderd. De aanname is dat bij die persoon de expertise ligt over competenties en kennis die nodig zijn in de beroepspraktijk. Daarnaast ontwikkelen zij waarschijnlijk de visie voor de leerprogramma's en hebben zij zicht op het lesaanbod dat ze gebruiken om die programma's samen te stellen. In de onderstaande tabel is inzichtelijk gemaakt welke organisaties in Nederland en Vlaanderen hebben deelgenomen aan de inventarisatie:

	Nederland	Vlaanderen
Journalistieke Opleidingen		Vrije Universiteit Brussel (VUB)
	Universiteit Leiden	KU Leuven
	Hogeschool Utrecht	Hogeschool West Vlaanderen (Howest)
	Hogeschool Windesheim	AP Hogeschool Antwerpen
Journalistieke praktijk	NOS	VRT
	DPG Media	
Journalistieke Vakorganisaties	Nederlandse Vereniging van Journalisten (NVJ)	Vlaamse Vereniging van Journalisten (VVJ)
	Stichting Nederlandse Lokale Publieke Omroepen (NLPO)	

2.1.4 Vragenlijst

Middels een online vragenlijst met open en gesloten vragen zijn partijen gevraagd of desinformatie expliciet of alleen impliciet aan bod kwam in de lesprogramma's die zij aanbieden en op welke manier dit tot uiting komt. We willen hiermee inzicht krijgen in de vraag of en hoe aandacht besteed wordt aan het vergroten van het bewustzijn dat desinformatie bestaat, en eventueel of de functie van de journalistiek in dat vervuilde informatielandschap wordt besproken.

We hebben tevens gevraagd welke kennis en vaardigheden journalisten nodig hebben om desinformatie te identificeren, debunken en erover te berichten. Om een beeld te krijgen van het aanbod hebben we hen gevraagd welke lesprogramma's (trainingen, workshops, webinars etc.) zij aan journalisten aanbieden om aan de genoemde vaardigheden en kennis te werken. Met deze vraag willen we inzicht krijgen in de handvatten die journalisten krijgen om desinformatie te herkennen en of er een handelingsperspectief wordt geboden.

Ook is aan de respondenten de vraag voorgelegd welke lesmaterialen ze gebruikten en of zij alle materialen die ze nodig hadden ter beschikking hadden. Daarmee vragen we gericht of zij hiaten in het aanbod ervaren.

We hebben de respondenten ook gevraagd naar de visie met betrekking tot een rol voor journalisten om de mediawijsheid van het brede publiek te vergroten, en welk aanbod zij hebben om journalisten handvatten te geven om invulling te geven aan deze rol. De antwoorden met betrekking tot de vragen over mediawijsheid worden apart behandeld (4.3).

De vragenlijst is per doelgroep enigszins aangepast om de vragen aan te laten sluiten bij de praktijk van de respondent.

2.2 Resultaten survey: educatie over desinformatie

2.2.1 Journalistieke opleidingen

Van de journalistieke opleidingen in Nederland hebben de Hogeschool Utrecht, Universiteit Leiden en Hogeschool Windesheim de vragenlijst ingevuld. Van de opleidingen in Vlaanderen hebben de KU Leuven, Vrije Universiteit Brussel (VUB), Hogeschool West-Vlaanderen (howest) en AP Hogeschool Antwerpen meegewerkt aan de inventarisatie.

Visie en aanbod

Bij alle opleidingen komt het onderwerp desinformatie aan bod. De mate en vorm waarmee zij hier invulling aan geven lopen uiteen.

Uit de respons blijkt dat in alle opleidingen aandacht wordt besteed aan het bewustzijn dat desinformatie bestaat. Het wordt besproken in vakken zoals ‘inleiding in de journalistiek’, ‘journalistieke basistechnieken’ en diverse beschouwende vakken over medialandschap en media-ethiek. Andere voorbeelden die worden genoemd zijn ‘nieuwe media’, ‘research’ en ‘journalistieke research’. Zoals Carien Touwen van HU samenvat: “Uiteraard is het een groot onderwerp in allerlei gesprekken over journalistiek en onderwijs. Het komt indirect in alle vakken terug waar studenten research of onderzoek moeten doen.”

De Universiteit Leiden biedt zelfs een volledige minor over het thema desinformatie aan: ‘Disinformation and Strategic Communication in Global Media.’ Leerdoelen van deze minor zijn onder meer: begrip hebben van de concepten desinformatie en misinformatie, de significantie van (digitale) media in het maken en verspreiden van des- en misinformatie kunnen duiden en het ontwikkelen van een raamwerk om met het thema desinformatie in verkiezingen om te gaan.

Opvallend is dat factchecking bij zes van de zeven opleidingen wordt genoemd: vijf van de zeven opleidingen bieden een vak aan dat specifiek over factchecking gaat. Een respondent geeft aan dat het opleidingsonderdeel ‘journalistieke basistechnieken’ een element over factchecking bevat.

Op de vraag of het herkennen en verifiëren van desinformatie een specifiek leerdoel in het curriculum is, wordt verschillend gereageerd. Carien Touwen van de Hogeschool Utrecht licht toe dat factchecking deel uitmaakt van het Landelijke Beroeps- en Opleidingsprofiel van Nederland binnen de competentie *nieuwsvergaring en research* en dat alle hbo-opleidingen journalistiek in Nederland dit naleven. Ook Gonnie Eggink van Windesheim geeft aan dat het verifiëren van betrouwbaarheid van informatie een doel is, maar niet specifiek het herkennen van desinformatie. “We trekken het breder dan desinformatie.” Uit de antwoorden van beide respondenten blijkt dat desinformatie een onderwerp is waarbij de rol van de journalist (in spé) opnieuw ter discussie wordt gesteld binnen opleidingen:

“Iedereen in Nederland mag zich journalist noemen, journalisten leggen namelijk geen eed af zoals bijvoorbeeld een arts. Met andere woorden: de code doet een beroep op de moraal van journalisten, maar er staat geen straf op het ‘overtreden’ van de code. Ik denk eigenlijk dat journalisten zeggen dat ze over die competenties (om nepnieuws te checken) beschikken want dat het een vaste routine is om informatie te checken. Het is zo geïncorporeerd in hun werkwijze (routine) dat ze er nauwelijks nog bewust mee omgaan. Ik heb het hier over nieuwsjournalistiek en niet over onderzoeksjournalistiek.”

Gonnie Eggink, Docent Journalism studies en onderzoeker aan de Hogeschool Windesheim

“In de uitwerking in leeruitkomsten kunnen de opleidingen natuurlijk accenten leggen en daarmee factchecking een prominentere plaats geven. In feite is factchecken niets anders dan de oude journalistieke vaardigheid van ‘verificatie’ die ten grondslag ligt aan alle journalistieke research. Maar in de huidige tijd krijgt het wel een zwaardere betekenis en is steeds meer specialistische kennis en vaardigheid vereist.”

Carien Touwen, Hoofddocent en internationaal coördinator School voor Journalistiek Utrecht

Bij de Universiteit Leiden staat het verifiëren van desinformatie wel centraal binnen de opleiding. Dit ligt vast in de eindtermen, laat Jaap de Jong weten. Dat geldt voor zowel de minor Journalistiek en Nieuwe Media (in de vakken Inleiding in de Journalistiek en Wetenschapsjournalistiek) als voor de master Journalistiek en Nieuwe Media (in het vak Factchecking). Ook in de Leidse minor Disinformation in Global Context komt het aan bod. Michaël Opgenhaffen van de KU Leuven schrijft dat studenten een factcheckwaardige claim moeten herkennen en deze moeten checken en uitwerken tot een volwaardig factcheckartikel. En ook bij de VUB krijgen studenten factcheckopdrachten.

Op de vraag welke kennis en vaardigheden belangrijk worden geacht in het herkennen, ontcrachten en berichten over desinformatie noemen alle opleidingscoördinatoren het beoordelen van bronnen. Het is volgens hen heel belangrijk om betrouwbaarheidscriteria te kennen en toe te kunnen passen, bijvoorbeeld door middel van het goed kunnen beoordelen of informatie betrouwbaar is of niet en ook het herkennen van een betrouwbare bron. Vier van de zeven respondenten noemt naast basistechnieken en journalistieke principes (zoals het vinden van betrouwbare bronnen en het kritisch bevragen van bronnen en de wederhoor) ook meer innovatieve technieken, zoals OSINT (Open Source Intelligence), statistische analyses, factcheckingtechnieken, het vinden van factcheckinghulpmiddelen, extra kennis van primaire bronnen en de beschikbaarheid van verschillende tools en technieken voor beeldverificatie.

Met betrekking tot het herkennen van desinformatie wordt gezegd dat het belangrijk is om kennis van maatschappij en actualiteit te hebben (Hogeschool Utrecht, Universiteit Leiden en AP Antwerpen). Ook wordt kennis van de totstandkoming van nieuws genoemd (Windesheim) en informatiegeletterdheid (Universiteit Leiden).

Over het melden van desinformatie zegt de Hogeschool Utrecht dat het belangrijk is dat journalisten argumenten en bewijs kunnen presenteren, dat zij kennis over genres beheersen en aantrekkelijke presentatievormen kunnen toepassen. Daarnaast dienen journalisten te weten hoe ze het publiek bereiken en/of erbij betrekken. Ook het vinden van de juiste platforms wordt genoemd (Hogeschool Utrecht). Volgens KU Leuven is het belangrijk dat journalisten inzicht hebben in hoe zij hun factchecks kunnen verspreiden. “Het alleen op een website zetten is niet meer genoeg,” aldus Michaël Opgenhaffen. AP Hogeschool Antwerpen zegt dat storytelling-skills belangrijk zijn.

Het merendeel van de opleidingen geeft aan dat naast de expertise van interne docenten, ook de kennis van externe experts en instanties te gebruiken is in het ontwikkelproces van het onderwijsaanbod.

Beschikbaarheid lesmaterialen

Vier van de zeven opleidingen geven aan voldoende middelen ter beschikking te hebben om toekomstige journalisten te voorzien van de juiste vaardigheden en kennis.

Enkele concrete voorbeelden van materialen die worden genoemd naast de standaard opdrachten en colleges zijn de eigen ontwikkelde digitale informatie-tool [Dipster](#) (Howest), de workshops van Medialab [Quindo](#), een webinar van de Provincie West-Vlaanderen, games en challenges van OSINT-netwerk Bellingcat, en het internationale EU factcheckproject EJTA (European Journalism Training Association) waar opleidingen in crossnationale teams samenwerken aan factchecks. Zes van de zeven bevraagde opleidingen geeft aan externe sprekers uit te nodigen voor onderwijs gerelateerd aan desinformatie.

Twee opleidingen hebben behoefte aan verrijking van het huidige aanbod, zoals meer games, gastcolleges, workshops en oefeningen. Drie opleidingen geven aan dat de bestaande middelen op het gebied van desinformatie beter benut kunnen worden. Zo zegt Gerti Wouters, curriculumverantwoordelijke voor de opleiding Journalistiek aan de Hogeschool West Vlaanderen, dat de materialen meer structureel geïmplementeerd mogen worden in het curriculum. Daarnaast schrijft Wouter Frateur van de AP Hogeschool Antwerpen dat er behoefte is aan tijd om materialen te bekijken en te implementeren.

2.2.2 Interne scholing bij omroepen en uitgeverijen

In Nederland hebben de NOS en DPG Media de vragenlijst ingevuld. In Vlaanderen heeft de VRT de vragenlijst ingevuld. Deze laatste partij is bovendien telefonisch benaderd om één en ander mondeling toe te lichten.

ANP is als Nederlands persbureau niet benaderd voor het invullen van de survey, maar heeft wel veel kennis van en ervaring met de verificatie van informatie. Daarom is ook aan deze partij telefonisch enkele vragen gesteld om zicht te krijgen op de beroepspraktijk.

Visie en aanbod

Uit de vragenlijst komt naar voren dat de NOS, DPG Media en VRT regelmatig trainingen geven waarin het onderwerp desinformatie wordt behandeld. Zo organiseert DPG Media cursussen voor journalisten over ‘fake news’ en besteden ze aandacht aan beeldverificatietechnieken. De NOS beschrijft dat in een aantal trainingen dieper in wordt gegaan op het controleren van feiten en op het doen van onderzoek. Daarnaast organiseren ze bijeenkomsten over OSINT (openbaar bronnenonderzoek), waarin collega’s elkaar op de hoogte houden van nieuwe ontwikkelingen.

De VRT organiseert diverse cursussen op het gebied van factchecken, data en multimediale ontwikkeling voor journalisten. Hierin komen de basisbeginselen van diverse verificatietechnieken aan bod. Beeldverificatie is hierbij een belangrijk onderdeel. Kennis over online platformen en databanken wordt eveneens belangrijk geacht bij het ontkrachten van desinformatie. Naast deze workshops en cursussen heeft de VRT ook een handleiding voor journalisten ontwikkeld waarmee journalisten middels een stappenplan claims geheel zelf kunnen verifiëren. Volgens Luc van Bakel (VRT) en Yordi Dam (ANP), zijn deze ondersteunende middelen nodig:

“Ik denk dat kennis over social media en OSINT-technieken ondermaats zijn bij de gemiddelde journalist. Terwijl ik ervan overtuigd ben dat dit soort technieken binnen nu en enkele jaren tot het basispakket van journalisten zal behoren. Dat hoeft niet heel gedetailleerd te zijn, maar de basis daarvan, hoe je aan de slag gaat met internetresearch bijvoorbeeld, wordt steeds belangrijker.”

Luc van Bakel, onderzoeksjournalist en eindredactier factcheckteam VRT

“Ik ben nu een hele dag kwijt als er dingen geverifieerd moeten worden. Ik denk dat heel veel van die skills uiteindelijk ook in de toolbox van de journalisten terecht kunnen komen. Natuurlijk, specialisten zijn nodig voor de moeilijke dingen die expertise of veel technieken of tools vereisen. Mijn team doet dat nu ook als dataspecialisten van de redactie, terwijl andere collega’s ook cijfers interpreteren. Daarin ligt een rol voor interne educatie.”

Yordi Dam, Chef redactie Data en Graphics bij ANP

Op de vraag welke kennis en vaardigheden belangrijk worden geacht in het herkennen en

ontkrachten van en berichten over desinformatie, antwoorden de drie mediaorganisaties het zorgvuldig uitvoeren van bronnenonderzoek als essentieel component. Anouk Tijssen van de NOS voegt hieraan toe dat ook journalistieke basisvaardigheden een rol spelen in het omgaan met desinformatie, zoals een goede voorbereiding en doorvragen tijdens interviews. Van Bakel van VRT duidt op een algemene actualiteitenkennis en digitale geletterdheid van journalisten: “Hoe herken je de bron van een foto? Welke andere media kan je raadplegen? Wie is er eigenaar van bepaalde webpagina’s? Het zijn dié vragen die essentieel zijn voor elke journalist.” Tot slot spreken de journalistieke organisaties over het toepassen van verificatietechnieken gericht op het controleren van beelden.

Bij DPG Media komt het programma-aanbod tot stand door gesprekken met interne leidinggevenden in zogeheten ‘behoeftengesprekken’. Soms dragen trainers voorstellen aan die worden meegenomen in de ontwikkeling van het educatieve aanbod. De NOS en de VRT geven aan naast de interne kennis van sprekers, ook op basis van externe kennis en instanties aanbod te ontwikkelen.

Beschikbaarheid lesmaterialen

De drie organisaties beschikken over veel middelen om journalisten te voorzien van de kennis en vaardigheden op het gebied van desinformatie. Kris Croonen van DPG Media zegt hierover het volgende: “Ons totaalpakket beslaat ruim 50 verschillende opleidingen. Deze gaan niet allemaal over desinformatie, ook over 'technische' vaardigheden.” DPG Media biedt opleidingen aan als cursussen van een (halve) dag of als webinars. Hierin krijgen de journalisten nuttige tools aangereikt. De NOS zegt in trainingen met name te focussen op onderzoeksmethoden en bronnenonderzoek. Hierin komt aan bod hoe cijfers te interpreteren. VRT geeft aan dat niet de beschikbaarheid van materiaal, maar de tijd en roosterindeling van journalisten het grootste obstakel is.

Ondanks dat de NOS en DPG Media aangeven momenteel over voldoende middelen te beschikken, zien zij beide ontwikkelmogelijkheden voor de interne leertrajecten voor journalisten. Croonen: “Een mogelijkheid zou kunnen zijn om samen te werken met andere mediagroepen.” Tijssen schrijft dat meer focus op bronnenonderzoek bevorderlijk is voor het herkennen, ontkrachten en berichten over desinformatie: “Een vaste eendaagse training over hoe je goed je bronnen onderzoekt zou een goede aanvulling zijn, of het nou beeld is of uitspraken van een politicus.”

2.2.3 Externe scholing door vakorganisaties

In Nederland hebben de Nederlandse Vereniging van Journalisten (NVJ) en de Stichting Nederlandse Lokale Publieke Omroepen (NLPO) de vragenlijst ingevuld. In Vlaanderen heeft de Vlaamse Vereniging van Journalisten (VVJ) de vragenlijst ingevuld.

Visie en aanbod

NLPO en NVJ laten weten dat het onderwerp desinformatie in de trainingen voor journalisten aan bod komt. NVJ geeft aan onder meer trainingen over datajournalistiek, onderzoeksjournalistiek en artificial intelligence te organiseren waarbinnen desinformatie wordt besproken. De NLPO geeft

aan dat het thema desinformatie is verwerkt in de (online) trainingen over journalistiek in de brede zin. Volgens Michael Wesselink van NLPO verdient het thema echter nog extra (specifieke) aandacht binnen het trainingsaanbod.

Op de vraag welke kennis en vaardigheden belangrijk worden geacht in het herkennen, ontcrachten en berichten over desinformatie benoemen beide organisaties het belang van journalistieke basisvaardigheden, zoals het toepassen van de 5 W's (*wie, wat, waar, waarom, wanneer*). Dolf Rogmans van NVJ benoemt dat 'kennis van de nieuwe platformen en informatiestromen' een essentieel onderdeel is voor het uitoefenen van deze basisvaardigheden. NLPO ziet ook de kennis over de totstandkoming van desinformatie als een belangrijk onderdeel waarmee journalisten beter met desinformatie kunnen omgaan.

Beschikbaarheid lesmaterialen

Geen van de organisaties geeft aan aanvullende middelen nodig te hebben om journalisten kennis en vaardigheden bij te brengen over desinformatie. NLPO geeft aan dat er meer gebruikgemaakt kan worden van de bestaande middelen.

2.2.4 Analyse van resultaten: educatie over desinformatie

Wanneer er overkoepelend naar de drie groepen respondenten wordt gekeken, vallen een aantal punten op:

Desinformatie wordt in journalistieke opleidingen en in interne én externe scholing voor journalisten belangrijk geacht, maar de manier waarop het aan bod komt loopt uiteen. Het merendeel van de respondenten geeft aan dat naast algemene journalistieke vaardigheden, ook specifieke factchecktechnieken op het gebied van desinformatie zoals OSINT (Open source intelligence) en beeldverificatie belangrijk geacht worden.

Kennis over het verspreiden van factchecks, over actoren die desinformatie verspreiden en met welke mogelijke belangen zij dat doen wordt weinig benoemd door de respondenten, een paar uitzonderingen daargelaten. En hoewel het aantrekkelijk presenteren en goed verspreiden van berichtgeving over desinformatie aan bod komt, wordt reflectie op de rol van de journalist in het veranderende nieuwsecosysteem niet expliciet genoemd. Het gaat hierbij in grote lijnen over de kennis en vaardigheden met betrekking tot de impact van berichtgeving, zoals integer berichten en berichten zonder te polariseren.

Nieuwe media en platformen worden slechts tweemaal specifiek genoemd in de antwoorden van de respondenten. Zo beschouwt NVJ deze kennis voor journalisten cruciaal om hun werk accuraat te kunnen uitvoeren: "Kennis van de nieuwe platformen en informatiestromen is essentieel om de 'algemene' journalistieke vaardigheden te kunnen toepassen." De Universiteit Leiden maakt binnen de minor 'Disinformation in a global context' inzichtelijk op welke wijze digitale media een rol spelen in de totstandkoming en verspreiding van desinformatie. Met deze kennis worden studenten aangespoord kritisch naar beleid omtrent het bestrijden van desinformatie te kijken. Hiermee beschouwt de opleiding kennis van nieuwe platformen niet alleen als onderdeel van de

journalistieke praktijk, maar ook als oplossing om verspreiding van desinformatie tegen te gaan.

Een aantal organisaties geeft aan behoefte te hebben aan aanvullende middelen om de kennis en vaardigheden van (toekomstige) journalisten op het gebied van desinformatie te trainen. Deze behoefte is bij journalistieke opleidingen enerzijds gericht op het verrijken van het huidige aanbod met bijvoorbeeld games, gastcolleges, workshops, oefeningen en technieken. Omroepen en uitgeverijen kijken vooral naar organisatorische veranderingen zoals het aanbieden van vaste eendaagse trainingen en samenwerkingen met andere mediagroepen. Door een aantal partijen wordt opgemerkt dat er voldoende materiaal is, maar dat daar te weinig gebruik van wordt gemaakt.

2.3 Resultaten survey: mediawijsheid van de nieuwsconsument

In de survey hebben we ook gevraagd of er een rol voor journalisten is weggelegd in het vergroten van de mediawijsheid van het publiek, en zo ja: wat voor vaardigheden en kennis daar dan voor nodig zou zijn, en of zij die aangereikt krijgen.

2.3.1 Journalistieke opleidingen

De bevroegde opleidingscoördinatoren van de hogescholen en universiteiten hebben verschillende opvattingen over de mogelijke rol van de toekomstige journalist in het vergroten van de mediawijsheid van het brede publiek. De een geeft aan dat dit geen rol is van de journalist, maar van de overheid en het onderwijs, de ander twijfelt over de rol van de journalist hierin. De Universiteit Leiden behandelt mediawijsheid in de minor *Disinformation*. Echter, deze minor bespreekt de rol van het onderwijs en overheden in het vergroten mediawijsheid, in plaats van de rol van journalisten. Gerti Wouters van Howest geeft aan dat mediawijsheid gefragmenteerd over diverse vakken aan bod komt, maar meer structureel aan bod zou mogen komen binnen de opleiding.

Drie van de zeven opleidingen geven aan dat journalisten mogelijk indirect bijdragen aan de kennis van nieuwsconsumenten door transparant te zijn over brongebruik, maar dat het bijdragen aan deze mediawijsheid geen doel op zich is binnen de opleidingen. Zo vertelt Michaël Opgenhaffen van de KU Leuven dat het moeilijk is om een inschatting te maken van de impact van nieuwsmakers op nieuwsconsumenten en dat daarom geen concrete stappen worden ondernomen binnen de opleiding.

Het type vaardigheden dat de opleidingen benoemen om journalisten te ondersteunen in de potentiële rol om de mediawijsheid van het publiek te vergroten zijn als volgt in te delen:

1. Zorgvuldig journalistiek handelen en transparantie. Specifieke voorbeelden zijn bijvoorbeeld het publiceren van hyperlinks naar bronnen. Ook wordt de transparantie over gebruikte onderzoeksmethoden genoemd.
2. Over desinformatie berichten. Desinformatie kan nieuws op zich zijn, zo wordt geschreven. Ook wordt specifiek het controleren van claims van politici genoemd.
3. Duiding en context bieden. Zoals weten waar het publiek behoefte aan heeft en waar het nog over bij kan leren.

Bij die laatste twee punten wordt benadrukt dat studenten de vaardigheden nodig hebben om dit soort informatie op een aantrekkelijke manier te brengen.

2.3.2 Interne scholing door omroepen en uitgeverijen

DPG Media en de NOS geven aan het vergroten van de mediawijsheid van het brede publiek niet als leerdoel binnen hun leerprogramma's te zien. Zowel Tijssen als Croonen schrijft dat het vergroten van de mediawijsheid van het publiek wordt bereikt door transparant te zijn over de bronverantwoording en onderzoeksmethoden. DPG verstaat onder transparantie het volgende: 'Goede meta-informatie meegeven', 'Vermelding van onzekerheid of twijfel over bron' en 'zo mogelijk benoemen waarom bepaalde instanties zwijgen of geen commentaar verschaffen'. Verder wordt het belangrijk geacht om 'tegenstanders aan bod te laten komen' en 'wetenschappelijke argumenten kritisch voor te leggen aan geïnterviewden'. Transparantie blijkt bij ANP een belangrijk uitgangspunt om lezers kritisch te laten kijken naar data:

“Data komt ergens vandaan. Dat proberen wij goed uit te leggen, zeker bij enquêtes. Maar ook bij dingen die geregistreerd worden. Denk bijvoorbeeld aan de daling van criminaliteit. Dan kun je zeggen: het wordt veiliger. Maar je kunt ook zeggen: mensen doen bijna geen aangifte meer. We kijken of deze kanttekeningen er zijn. Wat zegt de data en wat zegt de data niet. Bij cijfers vind ik die transparantie belangrijk. Dit doen we ook om weg te nemen dat mensen misschien zelf tot deze conclusie komen en dan denken dat het onderzoek van geen kant klopt.”

Yordi Dam, Chef redactie Data en Graphics bij ANP

VRT beschouwt de mediawijsheid van het brede publiek als direct leerdoel binnen de leerprogramma's en dit staat zowel redactioneel als intern op de agenda. Zo vertelt van Bakel: “Dat we zo met mediawijsheid bezig zijn, komt ook omdat we een openbare (publieke) omroep zijn en zien dat als een van onze taken. Het is een van onze kernpunten om volgend jaar nog meer op die mediawijsheid in te zetten.” Om bij te dragen aan de mediawijsheid van het publiek, acht Van Bakel 'eenvoudige taal', 'stapsgewijze duiding bij een verhaal' en 'duidelijke bronvermelding' belangrijk in berichtgeving van journalisten. Naast deze competenties in journalistieke verhalen en berichtgeving, zet VRT ook diverse middelen in om de lezer, kijker en luisteraar mediawijzer te maken. Zo zijn er specifieke video's met tips om desinformatie en identiteitsfraude te herkennen, maar komen ook internetgerelateerde vraagstukken over phishing en wachtwoorden aan bod. VRT publiceert tips om desinformatie te herkennen en maakt samen met KNACK en *Factcheck.Vlaanderen* deel uit van *DeCheckers*, een non-profitorganisatie die de factcheckers van de drie de journalistieke organisaties bundelt en verspreidt. Dit laatste gebeurt veelal op social media, door bijvoorbeeld het publieke debat op Twitter te voeden met feiten.

2.3.3. Externe scholing door vakorganisaties

De vakorganisaties geven aan momenteel nauwelijks of geen aandacht te besteden aan de rol van de journalist in het mediawijs maken van het brede publiek. Zo zegt Michael Wesselink hierover het volgende: “Het omgaan met nieuwe media - en dus kennis daarvan - is voor een ieder van belang, maar het overbrengen van die kennis behoort niet tot de kerntaak van de lokale omroepen.” NVJ is wel bezig dit onderwerp te implementeren in het huidige leertraject, door naast algemene journalistieke vaardigheden ook de focus te leggen op de rol van de journalistiek in de maatschappij.

2.3.4 Duiding vanuit nieuwswijsheidsperspectief

Fifi Schwarz, voormalig directeur Nieuws in de klas en producent Nieuwswijsheid bij het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid, en oprichter van nieuwswijsheid.nl, verdiept zich al jaren in nieuwswijsheid. We hebben haar telefonisch om extra duiding gevraagd. Zij vindt dat journalisten wel deel uitmaken van het proces om mediawijsheid onder de bevolking te kunnen vergroten, maar dat zij deze verantwoordelijkheid niet alleen dragen. Ze geeft aan dat de focus echter minder moet liggen op het concept desinformatie (“hoe het niet moet”) en meer op het begrip van journalistieke processen (“hoe het wel moet”):

“Wanneer het over desinformatie gaat, zouden journalisten er volgens mij goed aan doen om minder te vestigen op desinformatie en wat dit precies is. Het weerleggen van onjuiste informatie die als feit wordt gepresenteerd, vestigt vooral de aandacht op die onjuiste informatie. Laat lezers/kijkers/luisteraars vooral zien hoe het wel zit, geef achtergronden en duiding. Laat zien hoe belanghebbenden onderwerpen proberen te framen.”

Fifi Schwarz, voormalig directeur Nieuws in de klas en producent Nieuwswijsheid bij het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid, en oprichter van nieuwswijsheid.nl

Daarnaast benadrukt Schwarz dat journalisten de nieuwswijsheid van nieuwsconsumenten kunnen vergroten door zelf nieuwswijs te zijn: “Verdiep je in je lezers. Kijk dan vooral naar wat ze *weten*, niet zozeer over wat ze *vinden*, en wat ze met nieuwe informatie doen. Het gaat er hierbij om dat journalisten durven af te wijken van wat het publiek zogenaamd wil weten. Vertel niet wat men zogenaamd wil horen, maar vertel hoe het zit - en laat zien waarom dat relevant is voor hen. Daarbij is het van belang dat journalisten transparant zijn over de keuzes die zij maken in hun berichtgeving. Journalistiek wordt geassocieerd met objectiviteit, maar dat is niet reëel: journalisten zijn mensen die vanuit bepaalde afwegingen onderwerpen en invalshoeken kiezen. Openheid over het feit dat berichtgeving mede wordt gekleurd door perspectieven is een belangrijk element in het vergroten van hun eigen nieuwswijsheid en die van nieuwsconsumenten.”

2.3.5 Analyse resultaten: mediawijsheid van de nieuwsconsument

De bevroegde opleidingscoördinatoren hebben verschillende perspectieven op de rol van de journalist in het vergroten van de mediawijsheid van het publiek die hier nader worden toegelicht. De een zegt dat het geen rol van de journalist is, terwijl de ander (NVJ en Howest) er juist meer tijd en aandacht aan wil besteden.

Het merendeel van de respondenten geeft aan dat het vergroten van de mediawijsheid van het publiek inherent is aan het volgen van journalistieke routines, zoals transparant en goed bronnenonderzoek. Enkele opleidingen benoemen nadrukkelijker aandacht te besteden aan de weerbaarheid van het brede publiek door de eigen rol als journalist in de maatschappij te bestuderen, desinformatie als nieuws te brengen, factchecktechnieken toe te passen en na te denken over de manier waarop bericht wordt, bijvoorbeeld door aantrekkelijke storytelling en het bieden van extra context. Een uitzondering (VRT) probeert aan de mediawijsheid van het publiek bij te dragen door naast factchecking en transparant bronnenonderzoek te handhaven, ook in te zetten op educatief materiaal voor lezers, luisteraars en kijkers.

Het vergroten van de mediawijsheid van het publiek is geen onderdeel van de leerprogramma's van journalistieke organisaties.

Hoofdstuk 3 | Opvallendheden en aanbevelingen: de rol van BENEDMO

Het doel van dit rapport is om te verkennen welke rol BENEDMO kan hebben in het vergroten van de kennis en vaardigheden van journalisten met betrekking tot desinformatie. Hoofdstuk 1 geeft inzicht in de context die het werk van de journalist heeft beïnvloed. Hoofdstuk 2 geeft inzicht in de visie en aanpak van verschillende actoren die zich bezighouden met de opleiding en nascholing van journalisten. Hoofdstuk 3 bespreekt opvallendheden met betrekking tot de combinatie tussen die twee hoofdstukken: op welke punten sluit de aanpak nog niet volledig aan op de veranderde context en welke uitdagingen ervaren de bevroegde actoren hieromtrent?

Dit wordt gepresenteerd aan de hand van een aantal opvallendheden die uit de data naar voren kwamen, verdeeld over de drie elementen van de beschrijving van journalisten die goed om kunnen gaan met desinformatie: zij hebben (1) bewustzijn dat desinformatie bestaat, (2) kennis en vaardigheden om desinformatie te herkennen en (3) professioneel handelingsperspectief. Per bevinding wordt toegelicht hoe de expertise en doelen van BENEDMO bij kunnen dragen aan het dichtend van de hiaten. Daarnaast worden drie overkoepelende opvallendheden en bevindingen gedeeld.

3.1 Bevindingen met betrekking tot de omgang met desinformatie

1. Bewustzijn dat desinformatie bestaat en wat dit betekent voor de journalist

Journalisten kunnen op verschillende manieren met desinformatie in aanraking komen. Het gebruik van user generated content is breed omarmd in de journalistiek, maar kan een risico vormen wanneer actoren bewust desinformatiecampagnes opzetten om schade aan te brengen. Commentaren en videobeelden op sociale media kunnen bijvoorbeeld dienen als eerste bronnen en tips voor een nieuw of lopend verhaal, en kunnen journalisten helpen om nieuwe contacten te leggen of meer informatie te ontvangen over een bepaalde situatie. Maar het kan journalisten ook onderwerpen aan desinformatie. Daarom is het belangrijk dat journalisten zich bewust zijn van het bestaan van desinformatie en inzicht hebben in de strategieën die worden gebruikt om desinformatie te produceren en verspreiden.

Uit de uitvraag onder actoren uit de journalistieke praktijk blijkt dat de interne lesprogramma's meer gericht zijn op de specifieke vaardigheden om desinformatie te ontmantelen en veel minder op het bewustzijn dat desinformatie bestaat en van invloed kan zijn op de journalistieke praktijk. In het onderwijs wordt wel veel aandacht besteed aan desinformatie als fenomeen.

Aanbevelingen:

- **Basiskennis over en reflectie op desinformatie inbedden in verificatiewerkshops**
Bij trainingen voor journalisten - ook als het specifiek over verificatietechnieken en andere vaardigheden gaat - is het essentieel om voldoende tijd te nemen om de basiskennis over het fenomeen desinformatie te versterken. Basiskennis omvat bijvoorbeeld: maatschappelijke gevolgen van desinformatie, mogelijke drijfveren om desinformatie te verspreiden, bekende technieken om desinformatie te fabriceren, mechanismen en strategieën om desinformatie te verspreiden. BENEDMO geeft verschillende workshops en trainingen aan journalisten en kan dit in het aanbod inbedden. Daarnaast kan tijd worden genomen om gezamenlijk te reflecteren op de vraag hoe desinformatie de rol van de journalist beïnvloedt.
- **Het netwerk verrijken met actuele wetenschappelijke onderzoeksresultaten**
Het wetenschappelijk onderzoek over desinformatie is continu in ontwikkeling. Het is belangrijk dat de branche up-to-date wordt gehouden met actuele onderzoeksresultaten. Denk hierbij bijvoorbeeld aan inzichten over de werking van platforms als context voor de verspreiding van desinformatie. Als multidisciplinair consortium met een Europees netwerk, heeft BENEDMO goed zicht op relevant onderzoek en ervaring met het vertalen ervan naar een bredere doelgroep. De belangrijkste onderzoeken kunnen bijvoorbeeld in nieuwsbrieven, conferenties en trainingen aan bod komen.

2. Kennis en vaardigheden om desinformatie te herkennen

Hoewel het basisprincipes van het checken van bronnen niet verandert door desinformatie, is de manier waarop de 5 w's (*wie, wat, waar, wanneer, waarom*) kunnen worden beantwoord wel veranderd. Journalisten hebben tegenwoordig digitale vaardigheden om alle w-vragen te kunnen

beantwoorden. Journalisten werken vaak onder grote tijdsdruk. Daarom hebben zij behoefte aan efficiënte en gebruiksvriendelijke tools om informatie eenvoudig te verifiëren.

De bevroegde actoren geven aan dat ze uitgebreid aandacht besteden aan het inzetten van verificatievaardigheden als antwoord op desinformatiestrategieën. De grootste uitdaging ontstaat hierbij door de enorme beschikbaarheid aan tools. De respondenten vinden het moeilijk in te schatten welke tools hun aandacht verdienen en welke zij beter links kunnen laten liggen. Opleidingscoördinatoren zien bovendien een uitdaging in het implementeren van tools in trainingen. Journalisten hebben in de dagelijkse praktijk weinig tijd om vele tools te bestuderen en eigen te maken. Daarom is het toch belangrijk om dit op een overzichtelijke en handzame manier aan te bieden.

- **Overzicht aanbrenge*n* in aanbod aan tools**

In eerder onderzoek van [BENEDMO](#) is gekeken naar de behoeften van factcheckers op het gebied van tools. Factcheckers kunnen worden beschouwd als pioniers op het gebied van verificatie van online informatie voor journalistieke producties. Slechts een klein deel van de verificatietools en -technieken die er bestaan worden in de praktijk gebruikt. Factcheckers zullen niet gauw tijd investeren in het leren van een nieuw instrument als er geen sterke aanwijzing is voor het behalen van goede resultaten. De ontdekking van nieuwe tools gebeurt meestal via mondelinge communicatie met collega's. BENEDMO kan een rol spelen in een meer gestructureerde overdracht van deze bevindingen. Partner Bellingcat heeft bijvoorbeeld een up-to-date-toolkit ter beschikking die beschrijft hoe tools goed ingezet kunnen worden. Bovendien werkt consortiumpartner VRT aan een vereenvoudigde toolkit die journalisten aan de hand van een keuzeboom ondersteunt in de keuze van tools. Na ontwikkeling kan deze ontsloten worden voor opleidingen en journalisten. Het consortium kan verkennen of er aanvullende handvatten nodig zijn om overzicht in het aanbod van tools te vergroten.

De manier waarop desinformatie over het internet verspreid is flink beïnvloed door de komst van socialemedianetwerken. Dit kan problematisch zijn omdat voor een aanzienlijk deel van de consumenten social media de voornaamste bron van nieuws is. In de antwoorden op de survey wordt kennis van social media en begrip van algoritmes vrijwel niet specifiek benoemd. Toch zou dit de nodige aandacht moeten krijgen. Daarbij is het goed om te beseffen dat er een enorme variëteit aan platforms bestaat die verschillende doelgroepen aanspreken en die op verschillende manieren functioneren.

- **Kennis over (alternatieve) social media overdragen**

BENEDMO heeft met (associate) partners als Textgain, Bellingcat, Pointer, Nieuwscheckers, Knack en Factcheck Vlaanderen diepgaande kennis van (alternatieve) social media. TikTok en twitter zijn vaak de eerste social media platforms waar men aan denkt, maar platforms als 4Chan, Reddit en Telegram worden nog vaak vergeten. De BENEDMO partners hebben ervaring met het infiltreren, scrapen, monitoren en archiveren van diverse platforms. De BENEDMO partners zijn bovendien bekend met de ethische en juridische grenzen van journalistiek onderzoek op social media. Het consortium kan deze kennis overdragen,

bijvoorbeeld door best practices te delen en door toegepaste social media-workshops te initiëren. BENEDMO kan verkennen of de kennis van social media daarnaast kan worden overgedragen in een overzichtelijk naslagwerk.

3. Professioneel handelingsperspectief

Naast het herkennen van desinformatie om onbedoelde verspreiding ervan te voorkomen, kan het ook relevant zijn om over desinformatie te berichten. In opleidingen wordt bijvoorbeeld aandacht besteed aan het schrijven van factchecks. In journalistieke uitingen worden daarnaast ook traditionele formats gebruikt om over desinformatie te berichten.

Uit de survey blijkt dat de respondenten aandacht hebben voor de manier waarop journalisten hun informatie presenteren. Daarbij wordt vooral gesproken over de aantrekkelijkheid van de berichtgeving en het bereik. Wat niet expliciet wordt genoemd is de mogelijk onbedoelde uitwerking die berichtgeving over desinformatie teweeg kan brengen, namelijk het risico dat het tot scepsis tegenover betrouwbare bronnen van informatie leidt.

Wat wel expliciet wordt genoemd is het bieden van transparantie over gebruikte bronnen. Transparantie over gebruikte methoden is een extra element waar factcheckers veel ervaring mee hebben, maar voor journalisten minder gebruikelijk is. Het voordeel van het beschrijven van het proces is dat dit positieve effecten kan hebben op de mediawijsheid van het publiek en eventueel het vertrouwen in de gevestigde journalistiek kan vergroten¹⁴⁸

- ***Kennis delen over effectief en transparant berichten over desinformatie***

BENEDMO publiceerde een white paper met op wetenschap gebaseerde aanbevelingen om het effect van factchecks te vergroten en potentiële weerstand te overbruggen. De bevindingen kunnen worden doorgetrokken naar andere formats dan factchecks. Deze kennis is al met factcheckers en journalisten gedeeld in bijvoorbeeld een workshop, webinar en nieuwsbrief. Dit kan BENEDMO verder uitbreiden. In een tweede white paper wordt toegelicht hoe specifiek op social media een groter en effectiever bereik kan worden gecreëerd. Deze concrete tips kunnen ook gedeeld worden met journalisten en factcheckers. Daarnaast zijn de factcheckpartners van BENEDMO transparant over de door hun toegepaste methoden. Ze beschrijven de gehanteerde verificatiemethode in hun factchecks en maken uitlegvideo's en handleidingen om toe te lichten hoe zij te werk gaan. BENEDMO kan een rol hebben in het beschrijven van best practices en daarmee bijdragen aan discussies over het gewenste niveau van transparantie in de journalistiek.

Uit de survey blijkt dat de respondenten verschillend denken over de rol van de journalist in het vergroten van de mediawijsheid van het publiek. De een vindt dit geen rol van de journalist, de ander wel. Bovendien kan mogelijk een onderscheid worden gemaakt tussen door met publiek geld betaalde media en andere media. De publieke zender VRT zet bijvoorbeeld wel gericht in op het vergroten van de mediawijsheid, door bijvoorbeeld 'eenvoudige taal', 'stapsgewijze duiding bij een verhaal' en 'duidelijke bronvermelding'. Maar ook door videoinstructies te maken waarmee

¹⁴⁸ Ireton, C., & Posetti, J. (2018). *Journalism, fake news & disinformation*, pp. 58-59.

lezers desinformatie kunnen herkennen.

- **Gesprekken faciliteren over mediawijsheid en de rol van de journalist**

Er is geen consensus over de rol van de journalist in het vergroten van de mediawijsheid. BENEDMO heeft met (associate) partners zoals Netwerk Mediawijsheid, Mediawijs en diverse journalistieke organisaties de kennis en kunde in huis om gesprekken hierover te faciliteren en de mogelijkheden samen met netwerkpartners te verkennen. VRT, ANP en Pointer investeren bijvoorbeeld in verschillende "mediawijs-projecten" en kunnen hun bevindingen delen.

3.2 Overkoepelende bevindingen

De bovenstaande aanbevelingen vallen binnen de eerder geformuleerde doelstellingen: bewustzijn, kennis en vaardigheden, en professioneel handelingsperspectief. Hiernaast zijn er bevindingen die overkoepelend van aard zijn. Deze hebben betrekking op het lesaanbod, werkwijzen en mediaprofessionals in het algemeen.

Een klein deel van de opleidingscoördinatoren geeft aan behoefte te hebben aan aanvullend materiaal om hun studenten over het onderwerp te onderwijzen. Een groter deel vindt dat er juist voldoende materiaal is, maar dat het vooral lastig is om het te selecteren en implementeren. Beide groepen respondenten zeiden regelmatig een beroep te doen op externe sprekers.

- **Overzicht aanbrenge in het beschikbare lesaanbod**

BENEDMO heeft een sterk netwerk opgebouwd. Een groot deel van de netwerkliden is betrokken bij de ontwikkeling van lesprogramma's voor journalisten (in sp ). BENEDMO kan dat netwerk inzetten om meer overzicht van het aanbod aan te brengen. Bijvoorbeeld door kennisdeling tussen opleidingscoördinatoren te faciliteren en de bevindingen daarvan samen te vatten in een verslag. BENEDMO-partners hebben bovendien zelf ook veel ervaring met het geven van lessen, workshops en trainingen en kunnen worden uitgenodigd voor gastcolleges. Het consortium zal zelf ook een aantal workshops en trainingen plannen.

In twee van de reacties op de survey werd ethiek genoemd als onderwerp van het lesprogramma. Bij het gebruik van digitale middelen in onderzoek naar desinformatie kunnen ethische kwesties aan bod komen. Denk bijvoorbeeld aan het gebruik van AI en de hierover geüpdatete Code van de Raad voor de Journalistiek¹⁴⁹. Een ander voorbeeld is het omgaan met persoonsgegevens die verkregen worden bij het scrapen van social media berichten.

- **Bewust maken van ethische kwesties**

BENEDMO heeft regelmatig met dergelijke ethische kwesties te maken. Het consortium kan

¹⁴⁹ Raad voor de Journalistiek. (z.d.). *Nieuwe richtlijn over het gebruik van artificiële intelligentie in de journalistiek*. Geraadpleegd via: <https://www.rvdj.be/nieuws/nieuwe-richtlijn-over-het-gebruik-van-artificiele-intelligentie-de-journalistiek>

een rol spelen in het vergroten van het bewustzijn van zulke ethische kwesties, bijvoorbeeld door cases te beschrijven in de nieuwsbrief en op de website, en door dit onderwerp te bespreken tijdens netwerkbijeenkomsten en workshops.

Lokale journalistiek is een belangrijke speler in het medialandschap. Mede dankzij deze media zijn mensen op de hoogte van ontwikkelingen, gebeurtenissen en vraagstukken die spelen in hun directe omgeving. Lokale journalisten staan dicht bij lezers en bij de bron. Hiermee spelen zij een belangrijke rol in de verbinding van groepen en informatievoorziening in een bepaalde regio of stad.

Regionale journalistieke organisaties werken, doordat zij in de regel kleinere budgetten hebben dan nationale media, veel met vrijwilligers en onervaren journalisten. Dit betekent dat er meer aandacht nodig is om ook de positie van lokale journalisten in het veranderde medialandschap te versterken, hen handvatten te bieden in de omgang met desinformatie en bewustzijn over hun rol te creëren.

Een andere groep die extra aandacht verdient zijn freelancers. Er zijn veel freelancers actief in zowel Vlaanderen als Nederland. We vermoeden dat we hen niet bereiken via de grote uitgeverijen en omroepen, omdat hun interne opleidingsaanbod naar verwachting op hun vaste werknemers gericht is. Omdat freelancers zo'n groot aandeel van de journalistieke arbeidskracht beslaan, dienen zij ook bereikt te worden met kennis en handvatten om met desinformatie om te gaan.

- **Freelancers en regionale journalisten bereiken**

BENEDMO heeft eerder trainingen over verificatietechnieken en desinformatie georganiseerd voor mediaprofessionals. Deze trainingen kunnen aangepast worden met voorbeelden uit hun werkpraktijk en kunnen worden afgestemd op de kennis en behoeften van lokale journalisten. Voor het bereiken van freelancejournalisten ziet BENEDMO de mogelijkheid om samenwerkingen op te zoeken via vakorganisaties die een grote groep freelancers bereiken. Dit kan bijvoorbeeld door het geven van gastcolleges tijdens hun congressen en inspiratiedagen.

3.3 Conclusie

BENEDMO ziet veel kansen om het bewustzijn, de kennis, vaardigheden en het handelingsperspectief van journalisten ten aanzien van desinformatie te versterken. De type rol die BENEDMO ziet is grofweg in drie groepen in te delen: het faciliteren van gesprekken en kennisdeling tussen andere partners, het organiseren van trainingen en workshops, en het creëren van overzicht. Op de volgende negen acties kan BENEDMO haar inspanningen mogelijk richten:

1. Basiskennis over en reflectie op desinformatie inbedden in verificatieworkshops
2. Het netwerk verrijken met actuele wetenschappelijke onderzoeksresultaten
3. Overzicht aanbrenen in het aanbod aan tools
4. Kennis over (alternatieve) social media overdragen
5. Kennis delen over effectief berichten over desinformatie
6. Gesprekken faciliteren over mediawijsheid en de rol van de journalist
7. Overzicht aanbrenen in het beschikbare lesaanbod
8. Bewust maken van ethische kwesties
9. Freelancers en lokale journalisten bereiken

In de aanbevelingen zijn suggesties gedaan voor de rol die BENEDMO gebaseerd op de expertise van het consortium op zich kan nemen. Het consortium zal moeten afwegen op welke punten het de grootste slagkracht heeft en waar de grootste impact mee gemaakt kan worden, zodat de beschikbare middelen voor de juiste prioriteiten worden gebruikt.

Bijlage | Vragenlijst voor inventarisatie

Visie

- Is desinformatie een *onderwerp* binnen de opleiding/leerprogramma's? Op welke manier komt desinformatie aan bod?
- Besteedt de opleiding/leerprogramma's aandacht aan de rol van (toekomstige) journalisten in het vergroten van de mediawijsheid van de lezer/luisteraar/kijker? Op welke manier komt dit aan bod?
- Is het *herkennen* en *verifiëren* van desinformatie een leerdoel van de opleiding? (*deze vraag is alleen gesteld aan opleidingen journalistiek*)

Kennis en vaardigheden

- Welke *kennis* en *vaardigheden* acht u belangrijk in het herkennen, ontcrachten en berichten over desinformatie?
- Welke *kennis* en *vaardigheden* acht u belangrijk met betrekking tot de rol van de (toekomstige) journalist in het vergroten van de mediawijsheid van de lezer?

Huidig aanbod

- Welke *middelen* (zoals workshops, games, oefeningen, specifieke technieken, etc.) worden er op dit moment aangeboden om bovengenoemde vaardigheden en kennis te versterken?
- Op basis van welke *bronnen* of *expertise* komt het huidige aanbod tot stand? (zoals eigen docenten/werknemers, externe sprekers, instanties, etc.).

Inventarisatie van middelen

- Zijn er voldoende *middelen* (zoals workshops, games, oefeningen, specifieke technieken, etc.) om de bovengenoemde kennis en vaardigheden bij te brengen?
- Aan welke aanvullende *middelen* (zoals workshops, games, oefeningen, specifieke technieken, etc.) om de bovengenoemde kennis en vaardigheden bij te brengen heeft de opleiding/organisatie behoefte?
- Hoeveel vraag is er onder uw werknemers naar trainingen die bovengenoemde vaardigheden behandelen? (Bijvoorbeeld concrete verzoeken, aantal deelnemers, etc.) (*deze vraag is alleen gesteld aan vakorganisaties, uitgeverijen en omroepen*)