

Vergaderjaar 2018–2019

**30 821**

**Nationale Veiligheid**

**Nr. 74**

## **BRIEF VAN DE MINISTER VAN BINNENLANDSE ZAKEN EN KONINKRIJKSRELATIES**

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

Den Haag, 14 mei 2019

Tijdens het Algemeen Overleg desinformatie/ digitale inmenging van 21 februari 2019 (Kamerstuk 22 112, nr. 2786) heb ik uw Kamer toegezegd om u op de hoogte te houden van de uitvoering van het EU-actieplan tegen desinformatie, waaronder mede begrepen de monitoring van de Europese gedragscode tegen desinformatie. Ook heb ik uw Kamer toegezegd in beeld te brengen welke wetgeving raakt aan het tegengaan van de verspreiding van desinformatie. Met deze brief ontvangt u, mede namens de Minister van Buitenlandse Zaken, de toegezegde informatie. Tevens schets ik in deze brief de eerste uitkomsten van het wetenschappelijk onderzoek naar de effecten van sociale media en internetzoekmachines in de aanloop naar de verkiezingen van maart en mei 2019.

### **Onderzoek naar effecten van sociale media en internetzoekmachines**

Om uitvoering te geven aan de motie van de leden Middendorp en Verhoeven<sup>1</sup> heeft het kabinet de Universiteit van Amsterdam (UvA) gevraagd onderzoek te doen naar de effecten van sociale media en internetzoekmachines in de aanloop naar de verkiezingen voor provinciale staten en waterschappen van maart en die voor het Europees Parlement in mei 2019.

Ik bied u hierbij het inmiddels afgeronde literatuuronderzoek aan, voorzien van een Nederlandstalige samenvatting<sup>2</sup>. Dit literatuuronderzoek geeft weer wat momenteel bekend is over de invloed van sociale media, internet en stemhulpen bij verkiezingen. De UvA is op dit moment bezig met het empirische onderzoek over of en welke zoekmachines en sociale media platforms (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube) werden dan wel worden ingezet voor het verspreiden van desinformatie in Nederland, in

<sup>1</sup> Kamerstuk 35 000 VII, nr. 14.

<sup>2</sup> Raadpleegbaar via [www.tweedekamer.nl](http://www.tweedekamer.nl).

de aanloop naar de verkiezingen van 2019. Daarnaast wordt onderzocht hoe platforms als 4Chan en Reddit worden gebruikt om een voedingsbodem te kweken voor desinformatie en extremistische berichtgeving. Ik verwacht de resultaten van dit onderzoek in juli 2019 en zal uw Kamer na de zomer een appreciatie sturen van het algehele onderzoeksrapport.

### **Inventarisatie van wetgeving**

Ik heb toegezegd een inventarisatie van wetgeving uit te voeren. Op dit moment wordt een dergelijke inventarisatie aanbesteed. Het doel van deze inventarisatie is om een zo volledig mogelijk beeld te krijgen van de huidige wet- en regelgeving gericht op het tegengaan van verspreiding van desinformatie door techbedrijven. De inventarisatie richt zich zowel op nationale als in Nederland geldende Europese/internationale wet- en regelgeving. Ook zal een quick scan plaatsvinden naar het juridische kader in enkele andere landen die op dit gebied al regelgeving kennen. Ik verwacht de resultaten van dit onderzoek in het najaar en zal uw Kamer vervolgens een appreciatie sturen van het onderzoeksrapport.

### **EU-actieplan tegen desinformatie**

Op 5 december 2018 heeft de Commissie een Actieplan tegen desinformatie gepubliceerd.<sup>3</sup> De vorderingen van de uitvoering van het Actieplan, die bestaat uit vier pijlers, worden hieronder per pijler toegelicht.

*(i) Verbeteren van de capaciteiten om desinformatie te detecteren, analyseren en openbaren*

In 2019 wordt de Strategic Communications Task Force East (East StratCom Taskforce) van de Europese Dienst voor Extern Optreden (EDEO) uitgebreid met 11 fte aan gespecialiseerde functies. Hiermee wordt voorzien in de nodige specialistische kennis en expertise op het gebied van talen, het vergroten van bewustzijn over desinformatie, data-analyse en hybride dreigingen. De eerder voorziene intensivering van 1,1 miljoen euro wordt sinds begin dit jaar aangewend voor mediamonitoring en data-analyse gericht op het in kaart brengen van desinformatiecampagnes vanuit de Russische Federatie.

De East StratCom Taskforce concentreert zich sinds dit jaar op het onderzoeken van trends, het meten van het bereik en impact van campagnes op sociale media en andere platforms, en de methoden om berichten zo snel mogelijk te verspreiden, in de landen van het Oostelijk Partnerschap en in Russische binnenlandse en internationale media. De StratCom Taskforces West en Zuid zetten vanaf medio 2019 in op mediamonitoring in de landen van de Westelijke Balkan, het Midden-Oosten, Noord-Afrika en de Golfregio. Een voorstel voor de herziening van de mandaten van de twee Taskforces later dit jaar wordt gebaseerd op de resultaten van deze monitoring. De verdere uitbreiding naar 55 fte voor alle Taskforces vindt niet eerder plaats dan in 2020, nadat er budget voor beschikbaar komt via reallocatie van middelen binnen het Meerjarig Financieel Kader (MFK). Deze personele capaciteit wordt ingezet bij de StratCom Taskforces, de EU-Fusiecel voor analyse voor hybride dreigingen en de EU-delegaties in de nabuurschapslanden van de EU.

---

<sup>3</sup> Commissiedocument JOIN (2018) 36; zie ook BNC-fiche «Actieplan Desinformatie» Kamerstuk 22 112, nr. 2760.

*(ii) Versterken van een gecoördineerde en gezamenlijke respons op desinformatie*

Om tot een gecoördineerde en gezamenlijke respons te kunnen komen is een Europees *Rapid Alert System* (RAS) opgesteld. Het RAS is op 18 maart 2019 van start gegaan en bevindt zich in de opstartfase. Het faciliteert informatie-uitwisseling en *best practices* tussen de Europese instellingen en de EU-lidstaten, met betrekking tot desinformatiecampagnes van derde landen. In Nederland is het Point of Contact het Nationaal Crisiscentrum vanwege de permanente bereikbaarheid en de goede interdepartementale inbedding. Daarbij wordt interdepartementaal samengewerkt om desinformatiecampagnes uit het buitenland beter te kunnen signaleren, te duiden en indien nodig daarop te reageren.

Om desinformatie tegen te gaan zal de Commissie samen met het Europees Parlement haar communicatie over de waarden en het beleid van de EU intensiveren. Op hun verzoek intensificeert Nederland in aanloop naar de verkiezingen voor het Europees Parlement communicatie over de vijf prioriteiten van de Staat van de EU (migratie, veiligheid, klimaat, duurzame economie en gedeelde waarden).

*(iii) Mobilisering van de particuliere sector bij de bestrijding van desinformatie*

Op 23 april jl. is de derde maandelijkse rapportage van de gedragscode tegen desinformatie gepubliceerd.<sup>4</sup> Deze gedragscode is ondertekend door vertegenwoordigers van de advertentie industrie, Facebook, Google, Mozilla en Twitter.

- Richting de verkiezingen voor het Europees Parlement zijn transparantiemaatregelen omtrent politieke advertenties de belangrijkste maatregelen die Facebook, Google en Twitter hebben genomen. De motie van de leden Asscher en Buitenweg wordt hierdoor mede uitgevoerd.<sup>5</sup> De bedrijven labelen politieke advertenties als zodanig en geven informatie over de afzender, hoeveel deze gekost hebben en duiden waarom de gebruiker de advertenties te zien krijgen. Deze advertenties worden ook in openbare doorzoekbare databases geplaatst. Twitter en Google definiëren politieke advertenties als advertenties afkomstig van of over politieke partijen, huidig gekozen ambtsdragers en kandidaten. Facebook hanteert een ruimere definitie waarbij advertenties gerelateerd aan politiek of onderwerpen van nationaal belang zoals immigratie, economie, milieu, burgerrechten en sociale rechten, onder politieke advertenties vallen. Het plaatsen van deze advertenties kan bij Facebook alleen door geautoriseerde gebruikers in de lidstaat waar de gebruiker woont. Een uitzondering hierop zijn enkele EU instellingen, zij mogen tijdelijk advertenties in alle lidstaten plaatsen. Bij Google en Twitter kunnen geautoriseerde gebruikers politieke advertenties plaatsen in alle EU lidstaten.
- Ook hebben deze drie bedrijven teams aangesteld om misbruik van hun platforms rondom verkiezingen tegen te gaan. Zo sporen ze bijvoorbeeld kwaadwillende actoren op, verwijderen nepaccounts en hebben ze contact met andere bedrijven en overheden.
- Mozilla is geen platform, maar een not-for-profit bedrijf dat een browser en andere online diensten aanbiedt. Mozilla voert de gedragscode uit door tools te ontwikkelen en beschikbaar te stellen, transparantie en onderzoek te bevorderen en bewustwording te stimuleren. Op 7 mei heeft zij een verkiezingsbundel (*election bundle*)

<sup>4</sup> Zie <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/third-monthly-intermediate-results-eu-code-practice-against-disinformation>.

<sup>5</sup> Kamerstuk 35 078, nr. 21.

uitgerold. Deze bundel bevat tools die in het Firefox browser van Mozilla geïnstalleerd kunnen worden waardoor het verzamelen van gegevens van internet gebruikers over meerdere websites, lastiger wordt. De achterliggende gedachte is dat deze gedetailleerde verzameling van gegevens het effectief verspreiden van desinformatie faciliteert.

Om goed op de hoogte te zijn van ontwikkelingen rondom de verkiezingen voor het Europees Parlement neemt Nederland sinds april jl. deel aan het informele Integrity and Security Initiative samen met Facebook, Google, Twitter, het Duitse Federale Bureau voor Informatiebeveiliging (Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik) en enkele onderzoekers. Het doel van dit initiatief is het uitwisselen van informatie, werkwijzen en *best practices* rondom de integriteit van verkiezingen.

#### **(iv) Bewustmaking en verbetering van de maatschappelijke veerkracht**

Mediawijsheid en digitale geletterdheid zijn belangrijk in het tegengaan van de impact van desinformatie. Daarom is in Nederland, op verzoek van uw Kamer<sup>6</sup> een bewustwordingscampagne gestart op 11 maart jl. De campagne desinformatie en nepnieuws loopt tot 14 juli 2019. Het zwaartepunt van de inzet van onder andere de radio en de online videospot ligt rond de verschillende verkiezingen in 2019. Na afloop van de campagne geeft het effectonderzoek inzage in hoeverre de campagne-doelstellingen zijn bereikt. Deze campagne is onderdeel van een bredere aanpak op het gebied van mediawijsheid. Uw Kamer wordt eind van dit jaar geïnformeerd over hoe een aanpak van mediawijsheid voor jongeren én volwassenen vanaf 2020 vorm kan krijgen.<sup>7</sup> Ook de Europese Commissie heeft diverse initiatieven ontplooid op het gebied van mediawijsheid, waaronder de *EU media literacy week* die afgelopen maart plaatsvond.

Verder is het kabinet positief over het feit dat de Europese Commissie fact-checkers ondersteunt bij het ontwikkelen van instrumenten om hun werk te doen, *best practices* te ontwikkelen en kennis uit te wisselen. Nederland hecht aan de onafhankelijkheid van fact-checkers en heeft geen actie ondernomen om de vorming van teams van fact-checkers in gang te zetten, zoals gevraagd door de Europese Commissie.

#### **Vervolg**

Het kabinet ziet de verspreiding van desinformatie als een multi-stakeholder probleem waarbij van verschillende partijen in de samenleving gevraagd wordt dat zij hun verantwoordelijkheid nemen. Om de mogelijke impact van desinformatie effectief tegen te gaan is evaluatie van de huidige aanpak noodzakelijk. De Europese Commissie heeft eerder aangekondigd de gedragscode een jaar na de start van de uitvoering te evalueren. Het kabinet vindt dat met de invulling van de gedragscode er goede initiatieven worden ontwikkeld. Tegelijkertijd zijn er zaken die de bedrijven kunnen verbeteren. Voorbeelden hiervan zijn: de toegang tot data die zij bieden aan onderzoekers en de transparantie die zij bieden rondom verwijderde accounts.

<sup>6</sup> Handelingen II 2018/19, nr. 15, items 5 en 16; zie ook Kamerstuk 34 775 VII, nr. 21.

<sup>7</sup> Kamerstuk 35 000 VIII, nr. 91.

Conform de motie van de leden Middendorp (VVD) en Verhoeven (D66)<sup>8</sup> zal ik u voor de begrotingsbehandeling informeren over wat de uitkomsten van het onderzoek van de UvA, de inventarisatie naar wetgeving gericht op het tegengaan van de verspreiding van desinformatie, de verdere uitvoering van het EU actieplan en andere relevante ontwikkelingen betekenen voor de Nederlandse aanpak en de daarin gehanteerde uitgangspunten<sup>9</sup>. Daarbij betrek ik tevens de uitvoering van de door uw Kamer aanvaarde moties van de leden Asscher (PvdA) en Van der Molen (CDA), inzake bij wet regelen van politieke advertenties, in kaart brengen van strengere aanpak vormen van online manipulatie, en actualisering delictsomschrijvingen manipulatie verkiezingen.<sup>10</sup>

De Minister van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties,  
K.H. Ollongren

---

<sup>8</sup> Kamerstuk 30 821, nr. 63.

<sup>9</sup> Kamerstuk 30 821, nr. 51.

<sup>10</sup> Kamerstuk 30 821, nrs. 61, 62 en 68.