

Hoe desinformatie het hoofd bieden?

Handvatten voor lokale besturen

**“Wanneer mensen
niet meer weten
wat wel of niet waar
is, kan je hen alles
doen geloven.”**

- Hannah Arendt, politiek denker



Colofon

Deze publicatie is het resultaat van een tweedaagse Hackathon op 27 en 28 mei 2024 georganiseerd door het Hannah Arendt Instituut in het kader van het project PolarProf, ondersteund door de Vlaamse Overheid.

Hannah Arendt Instituut

Het Hannah Arendt Instituut wil meewerken aan een stabiele samenleving waarin iedereen zich betrokken voelt. We maken wetenschappelijke kennis over burgerschap, stedelijkheid en diversiteit toegankelijk voor beleidsmakers, professionals en burgers. Samen gaan we op zoek naar werkbare oplossingen die een positieve impact hebben op het samenleven.

hannah-arendt.institute

PolarProf

PolarProf is een driejarig leer- en uitwisselingstraject (2021-24) voor medewerkers van lokale besturen, met als doel hen te versterken en ondersteunen in hun aanpak van polarisatie, desinformatie en haatspraak. De Vlaamse Regering kende het Hannah Arendt Instituut hiervoor een projectsubsidie toe in het kader van hun actieplan ter preventie van gewelddadige radicalisering, extremisme, terrorisme en polarisatie.

arendt-academy.be/polarprof

Twaalf desinformatie-experts en medewerkers van lokale besturen kwamen samen rond de opdracht om de Nederlandse handreiking rond desinformatie te hertalen naar de Vlaamse context. Deze brochure is daarvan het resultaat.

Wij danken het Nederlandse Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties voor de toestemming om hun handreiking [Omgaan met desinformatie voor \(mede\)overheden \(2022\)](#) als basis te gebruiken.

Met dank aan

Jan Boesman (Artevelde Hogeschool), Nele Claes (Stad Leuven), Joyce Coppens (Stad Aalst), Liselotte David (Stad Oostende), Nadège Goeman (Stad Halle), Lotte Lambrecht (Knack en decheckers.be), Laura Leroux (Stad Aalst), Bert Pieters (Mediawijs) en Emma Van De Velde (Departement Cultuur, Jeugd en Media) – voor de deelname aan de hackathon en de feedback op het ontwerp.

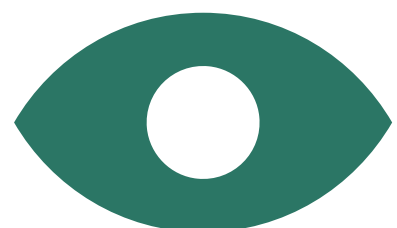
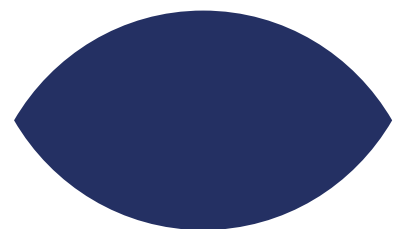
Andy Demeulenaere (Mediawijs) en Liselotte Van Rooy – voor de eindredactie.

Joseph De Wolf – voor het juridisch advies.

Nathalie Van Raemdonck (onderzoeker Hannah Arendt Instituut en Vrije Universiteit Brussel) voor de feedback op de infographic.

Inhoud

INLEIDING	6
SAMENVATTING	8
AANBEVELINGEN VOOR MANDATARISSEN	10
1. Desinformatie: wat is het precies?	12
1.1 Waarom moet een lokaal bestuur bezig zijn met valse informatie?	12
1.2 Desinformatie, misinformatie en malinformatie	16
1.3 Verschillende vormen van misleidende informatie	18
1.4 Hoe werkt desinformatie?	22
1.5 Is desinformatie verboden?	24
2. Hoe bied je desinformatie het hoofd?	26
2.1. Ontwikkel een beleid	26
2.2. Hoe voorkom je als lokaal bestuur desinformatie?	32
2.3. Hoe reageer je als lokaal bestuur op desinformatie?	37
SLOT	42
MEER WETEN?	44



Inleiding

“44% van de Vlaamse gemeenten wordt geconfronteerd met desinformatie. Dit gaat voornamelijk over COVID-19 (68%), vluchtelingenbeleid (64%) en lokaal overheidsbeleid (62%).”

- VVSG-ledenbevraging 2022

“Nadat een lokale nieuwssite berichtte dat het schepencollege het woord ‘kerstverlichting’ zou gaan verbieden, werd ik als burgemeester meermaals met de dood bedreigd. Dat nieuws was nochtans volledig uit de lucht gegrepen.”

- Burgemeester

“Ik werd gecontacteerd door een erg bezorgde inwoner. Hele wijken hadden in hun brievenbus pamfletten gevonden met valse berichtgeving over de Armeense genocide. Zij was bang voor groeiende verdeeldheid tussen verschillende gemeenschappen en verwachtte actie van de stad.”

- Medewerker Diversiteit en Gelijke Kansen

“Omdat hij het niet eens was met de komst van een asielcentrum in ons dorp, photoshopte één van onze gemeenteraadsleden een beeld van asielzoekers en verspreidde dat via sociale media. De hoeveelheid bezorgde vragen op onze communicatiekanalen was bijna niet bij te houden.”

- Communicatiemedewerker



“Het stadspark werd heraan-gelegd. Onmiddellijk werd op Facebookgroep bericht dat 80% van de bomen zouden verdwijnen, terwijl er net bomen bij gingen komen. Maar de mensen waren boos op het stadsbestuur. Zelfs toen een lokale journalist het nieuws weerlegde, rapporteerden de mensen zijn bericht zo vaak als spam dat Facebook het weghaalde.”

- Medewerker Groendienst

Lees je deze uitspraken en denk je: “zoiets hebben wij in onze gemeente ook al meegemaakt?” Of: “geen idee wat we zouden doen als zoiets zou voorvallen?”

Dan is deze brochure iets voor jou! Het is een verzameling tips en handvaten om als lokaal bestuur met desinformatie om te gaan. Voor welke dienst je ook werkt, desinformatie kruist wellicht je pad. Het vele goede materiaal dat al bestaat rond desinformatie, wordt hier overzichtelijk voor jou gebundeld, mét oog voor de specifieke context van een lokaal

“In onze stad ging onder jongeren een TikTok-filmpje viraal waarop politie een aantal jongeren in elkaar slaat. De spanning tussen de twee doelgroepen liep hoog op. Het filmpje was nochtans helemaal niet bij ons gemaakt.”

- Deradicaliseringsambtenaar

bestuur in Vlaanderen. Dus roep wat collega's bij elkaar en neem samen deze brochure door. Laat dat een startpunt vormen voor een gedegen beleid. Want desinformatie het hoofd bieden kan je niet alleen. Je zal collectief en over de verschillende diensten heen moeten bekijken wie welke rol op kan nemen. Ook jullie mandatarissen hebben een belangrijke plaats in dit verhaal.

Wat kan je van deze brochure verwachten? Om te beginnen herhalen we nog eens wat desinformatie precies is. In het tweede deel vind je een

reeks tips en uitgewerkte voorbeelden om in jouw lokaal bestuur met desinformatie om te gaan. Weinig tijd? We starten met een samenvatting en met een reeks aanbevelingen voor mandatarissen. Of net honger naar meer? Aan het einde van de brochure vind je een heleboel tips om je verder te verdiepen.

Samenvatting

1.

Van mening verschillen en het **recht op vrije meningsuiting** zijn **fundamenteel** voor een gezonde democratie. Foute of misleidende informatie kan echter een grote individuele en maatschappelijke impact hebben. In het Global Risk Report (2024) van het World Economic Forum wordt desinformatie gezien als één van de grootste bedreigingen voor de sociale cohesie. Daarom zijn er grenzen aan wat gezegd en gedeeld kan worden.

2.

Je hebt er als lokaal bestuur dan ook **veel bij te winnen** wanneer je structureel inzet op het omgaan met foute en misleidende informatie:

- Je kan vertrouwen winnen als overheidsinstantie of mandataris.
- Je kan dichterbij de burger komen te staan.
- Je kan aan een grotere leefbaarheid werken voor de mensen in jouw gemeente.
- Je kan aan de sociale cohesie in jouw gemeente werken.

3.

Desinformatie het hoofd bieden kan je **niet alleen**. Je zal collectief en over de verschillende diensten heen moeten kijken wie welke rol op kan nemen. Ga hierover in gesprek met burgers. Smeed daarnaast partnerschappen met andere actoren zoals onderwijs, verenigingen, media en politie.

4.

Alles start bij het ontwikkelen van een **beleid** dat inzet op de noden in jullie gemeente of stad. Zorg daarbij voor een brede gedragenheid zowel binnen als buiten je lokaal bestuur. In dat beleid heb je zowel aandacht voor het **voorkomen van** desinformatie als voor het **reageren** erop.

5.

Desinformatie **voorkomen** doe je door aandacht te hebben voor de noden van je inwoners, door te sensibiliseren en door in te zetten op vorming en training. Let erop dat het versterken van kritische zin niet los kan staan van het herwinnen van vertrouwen in journalistiek en wetenschap. Besteed zorg aan een open en transparante communicatie. Schakel je bondgenoten in om samen alert te zijn voor desinformatie.

6.

Hoe je concreet gaat **reageren** op desinformatie, hangt af van de ernst van de situatie en van de kanalen waarop de desinformatie zich verspreidt. Maar in dialoog gaan, verbinding leggen en begrip tonen zijn steeds de basis. Daarnaast kan je desinformatie ontkrachten door fact checks te delen, je eigen narratief naar voor te schuiven of de truth sandwich toe te passen. Blijf daarbij steeds zorg bieden en de dialoog met de burger aangaan. Tegelijk moet je soms ook repressief optreden: de berichten rapporteren of zelfs juridische stappen ondernemen.

“Een van de perspectieven die echt ontbreekt in het discours rond desinformatie is dat van lokale besturen. We weten dat lokale besturen in toenemende mate worden beïnvloed door desinformatie, maar we weten ook dat ze door hun beweeglijkheid, hun omvang en hun verbondenheid met lokale gemeenschappen in een unieke positie zitten om te reageren op complexe problemen.”

*- Ika Trijsburg, Universiteit van Melbourne,
over het project Disinformation in the city. (eigen vertaling)*



Aanbevelingen voor mandatarissen

Van mening verschillen en het recht op vrije meningsuiting zijn een voorwaarde voor een gezonde democratie.



Maar: als valse en misleidende informatie breed verspreid wordt

- kan het democratische debat vervuild raken want mensen vertrekken van verkeerde veronderstellingen
- kan het vertrouwen van burgers dalen: ze staan wantrouwiger tegenover overheidsinstanties, journalistiek en politiek
- kunnen burgers fysieke en mentale schade ondervinden omdat ze valse adviezen opvolgen of werkelijkheid niet meer van fictie onderscheiden
- kunnen de breuklijnen en de polarisatie in jouw gemeente verdiepen



Waarom zou je als mandataris dus inzetten op desinformatie?

- Je wint vertrouwen als mandataris
- Het lokaal bestuur zou een betrouwbaar baken moeten vormen in een vervuild medialandschap
- Je komt dichterbij de burger te staan
- Je werkt aan een grotere leefbaarheid voor de mensen in jouw gemeente.
- Je werkt aan de sociale cohesie in jouw gemeente.

“Desinformatie is geen gecompliceerd, maar een complex probleem. Een vliegtuigmotor is gecompliceerd. Het is een opeenvolging van duizenden onderdelen en schakelingen. Haal er ééntje uit en de motor is defect. Maar stop je datzelfde deeltje terug, dan doet hij het weer. Complex wil zeggen dat alles elkaar voortdurend beïnvloedt in een oneindige cyclus. Haal er één ding uit of voeg er één toe en er ontstaat gewoon een nieuw gegeven. Op een complexe uitdaging als desinformatie kan je invloed uitoefenen maar je kan het onmogelijk beheersen zoals een vliegtuigtechnicus zo’n motor kan herstellen.”

- *Christophe Busch, directeur Hannah Arendt Instituut*



Wat kan jij als mandataris doen?



ALS INDIVIDU

- Zet desinformatie op de **agenda**. Lees je in rond de risico's.
- Hou in de gaten welke valse narratieven er circuleren.
- Hou steeds je eigen **voorbeeldfunctie** in het achterhoofd. Deel niets dat je niet gecheckt hebt, zelfs niet in het heetst van de (verkiezings)strijd.



IN JE BELEID

- Geef je diensten de ruimte om hier een coherent **beleid** rond op te zetten.
- Laat dat beleid op **twee pijlers** rusten:



1. PREVENTIE

- Blijf in dialoog met de burgers, hou voeling met de zorgen van je inwoners.
- Communiceer zelf proactief, transparant en feitelijk.
- Zorg dat je communicatie op verschillende plekken (website, socials, fysieke ruimte, ...) te vinden en te delen is.
- Voorzie middelen voor vorming van personeel en burgers.
- Benadruk dat het versterken van kritische zin niet los kan staan van het herwinnen van vertrouwen in journalistiek en wetenschap.

2. REACTIE

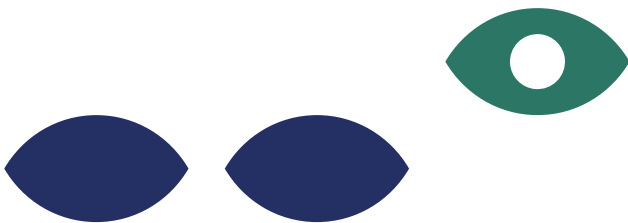
- In dialoog gaan, verbinding leggen en begrip tonen zijn steeds de basis. Creëer hier ruimte voor.
- Maak goede afspraken met de dienst communicatie over wie op welke manier zal reageren op desinformatie op sociale media.
- Maak tijd voor journalisten die feiten checken en sta hen vlot te woord.

I. Desinformatie: wat is het precies?

Laten we starten met een werkdefinitie, zodat we allemaal over hetzelfde spreken.

Desinformatie is **valse, verkeerde of misleidende informatie** die wordt **gecreëerd, gepresenteerd en verspreid om:**

- geld te verdienen
- personen, groepen en instellingen te schaden of
- het maatschappelijk evenwicht te ontwrichten



⚠ Let op!

Ook phishing (of andere vormen van internetfraude) kan in principe onder deze definitie vallen. Omdat deze vormen van bedrog een eigen aanpak vergen, komen ze in deze brochure niet aan bod.

1.1 Waarom moet een lokaal bestuur bezig zijn met valse informatie?

Is valse of misleidende informatie eigenlijk wel een probleem? Het is toch iets van alle tijden en wellicht onvermijdelijk bij menselijke interactie? Dat klopt: een vals bericht op zich is niet altijd een probleem.

Toch moet je je als lokaal bestuur bewust zijn van de **individuele en maatschappelijke impact** van misleidende en foute informatie. In het Global Risk Report (2024) van het World Economic Forum wordt desinformatie gezien als één van de grootste bedreigingen voor de sociale stabiliteit. Je hebt er als lokaal bestuur dan ook **veel bij te winnen** wanneer je structureel inzet op het voorkomen van en reageren op desinformatie.

Desinformatie heeft impact op het individu

- Valse berichten over personen of groepen schaden in de eerste plaats die **personen of groepen zelf**. Ze kunnen sociale effecten ondervinden zoals vooroordeelen, uitsluiting, discriminatie maar ook psychologische impact zoals onzekerheid, trauma ...
- Ook mensen die geloof hechten aan valse berichten, kunnen hier schade van ondervinden. Denk aan de gevolgen voor je **fysieke gezondheid** of voor je **portemonnee** wanneer je alle medische en financiële adviezen op het internet voor waar aanneemt. Ook **mentaal** kunnen er effecten zijn.
- Niet zelden zien we dat mensen die extreem **radicaliseren** of overal **complotten** zien, dat doen op basis van een grote hoeveelheid valse informatie. Ze kunnen vervreemden van hun netwerk en afhaken van de samenleving. Sociaal isolement, gevoelens van angst en depressie en aansluiten bij extremistische groeperingen zijn mogelijke gevolgen.

VOORBEELD

In verschillende Vlaamse gemeentes zonden oplichters valse mails uit naam van de burgemeester die zagezegd om hulp vroeg "bij het discreet voltooien van een taak". De bedoeling van de bedriegers was mensen hun bankgegevens te ontfutselen. Hoewel de burgemeesters hoegenaamd niets met dit bedrog te maken hadden, kan dit soort berichten toch afstralen op hun betrouwbaarheid.

VOORBEELD

Jeugdwerkers in een gemeente waren bezorgd over hun jongeren toen in een veelgedeelde TikTok-video een spectaculaire autocrash te zien was, zagezegd op het grondgebied van de gemeente. Veel jongeren reageerden angstig en boos. Uiteindelijk bleek het een fragment uit een fictiefilm te zijn.

VOORBEELD

Verscheidene burgemeesters in Vlaanderen kregen de afgelopen jaren brieven van zogenaamde 'soevereine burgers'. Volgens misleidende informatie die in deze groeiende groep mensen verspreid wordt, kan je bij de burgemeester van je woonplaats melden dat je je ontdoet van je staatsburgerschap en van verplichtingen als het betalen van belastingen. Mensen komen op die manier vaak diep in de problemen terecht.

"De periode waar ik over spreek, was best intens. Ik was eigenlijk helemaal niet gelukkig. Ik voelde mij een stuk drijfhout op een wilde rivier, en ik kon geen kant op. Ik had totaal geen energie om iets positiefs te maken van m'n leven. Ik geloofde gewoon niet dat het mogelijk was."

- Anton, voormalig complotdenker, 2022.



Desinformatie heeft impact op het samenleven

- Misleidende en foute informatie is er vaak op gericht schade te berokkenen aan een persoon, een groep of een instantie. Op die manier tast desinformatie het vertrouwen aan, of dat nu in de media is, in democratische processen zoals verkiezingen, in justitie, in politie, in de overheid of in de wetenschap. Een kritische houding is vanzelfsprekend gezond, maar als die kritische houding doorslaat in het wantrouwen van alle instanties, staat onze samenleving onder druk
- Desinformatie kan ook **polarisatie** voeden. Polarisatie is het proces waarbij tegenstellingen tussen groepen van mensen steeds scherper worden. Het is – net als conflict – steeds aanwezig waar mensen samen leven. Om sociale verandering te realiseren, heb je polarisatie nodig: mensen die het status quo in vraag stellen en een groep rond zich verzamelen die op de barricades willen staan. Denk maar aan de strijd voor vrouwenstemrecht of Vlaamse ontvoogding. Toxisch wordt het wanneer de kampen niet langer op de bal spelen, maar op de persoon. Wanneer ze elkaar niet meer als tegenstanders zien, maar als morele vijanden. Wanneer ze zo ver van elkaar afgedreven zijn, dat er geen gemeenschappelijke identiteit meer te vinden is.
- Door valse informatie te verspreiden over de zij-groep, kan desinformatie polarisatie aanwakkeren en toxisch maken. Op die manier ontstaat er een grote druk op het “stille midden” om een kant te kiezen. De impact op de sociale samenhang is vaak kwalijk.
- In de meest uitgesproken gevallen kan desinformatie een element zijn dat bijdraagt tot gewelddadige radicalisering en sociale onrust. Dat zagen we bijvoorbeeld in internationale casussen zoals de bestorming van het Amerikaanse Capitool in 2021. Dichter bij huis was er het uit de hand gelopen nepfestival La Boum in het Brusselse Ter Kamerenbos (2021) of de massale steunbetuigingen voor terreurverdachte Jürgen Conings (2021). Bij al deze gebeurtenissen werden burgers met valse informatie bestookt, wat mensen over de streep heeft getrokken om één van beide kampen te kiezen.

VOORBEELD

In een stad raakt het nieuws verspreid dat een jongen een GAS-boete kreeg “omdat hij op de trappen van de kathedraal een broodje zat te eten”. Burgers voelen zich verraden door een stadsbestuur dat zulke pietluttigheden beboet. In werkelijkheid werd de jongen beboet omdat hij de verpakking van zijn broodje op de grond had gegooid en ook na herhaaldelijk aandringen, weigerde de verpakking op te rapen maar ermee begon te voetballen. Toch blijft de eerste versie hardnekkig de ronde doen.

VOORBEELD

Naar aanleiding van het hevige conflict over Nagorno-Karabakh (Artsakh) worden in honderden brievenbussen pamfletten verspreid die de Armeense genocide ontkennen. De actie wordt opgeëist door De Grijze Wolven, een extreem-rechtse Turkse organisatie. In de stad woont een grote Armeense gemeenschap. De verspreiding van de pamfletten dreigt groepen inwoners tegen elkaar op te zetten en bestaande breuklijnen te verdiepen.

“Onderzoek toont aan dat de mate van polarisatie een graadmeter is voor hoe goed desinformatie werkt. Om desinformatie aan te pakken, moet je polarisatie aanpakken”

- Nathalie Van Raemdonck, onderzoeker Vrije Universiteit Brussel en Hannah Arendt Instituut.

Vermijd paniek

- Toch is massaal paniek zaaien over desinformatie geen goed idee. Internationale onderzoeken tonen aan dat een alomtegenwoordige angst voor desinformatie ervoor kan zorgen dat mensen ook reguliere media sterk gaan wantrouwen en eigenlijk minder in staat zijn desinformatie te herkennen. Mediageletterdheid mag dus niet enkel gaan over het versterken van kritische zin, maar ook over het herwinnen van vertrouwen in journalistiek en wetenschap.

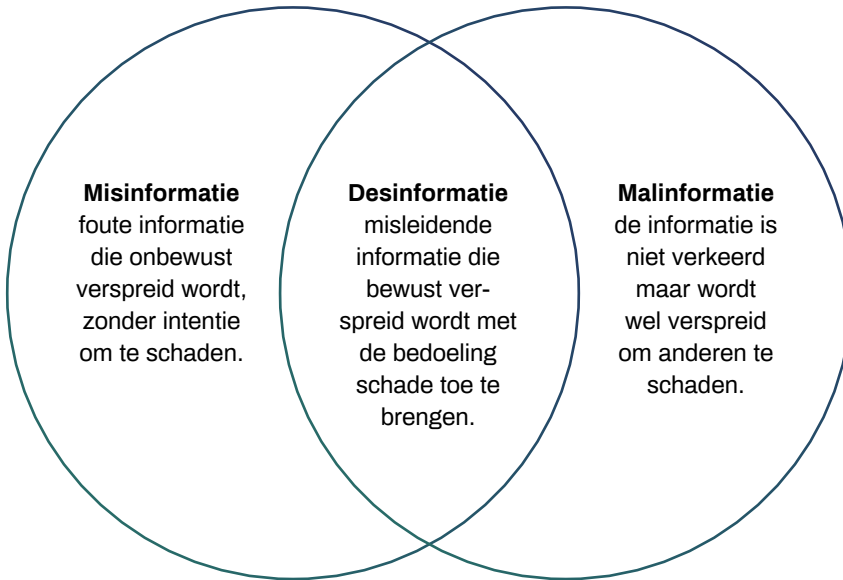
Jouw winst als je als lokaal bestuur investeert in het werken rond desinformatie:

- je herstelt het vertrouwen in journalistiek, politiek en wetenschap;
- je wint vertrouwen als overheidsinstantie;
- je komt dichterbij de burger te staan;
- je werkt aan een grotere leefbaarheid voor de mensen in jouw gemeente of stad;
- je werkt aan de sociale cohesie in jouw gemeente of stad.



1.2 Desinformatie, misinformatie en malinformatie

Je kan in je lokaal bestuur op verschillende soorten van foute, misleidende of schadelijke informatie stoten. Zo heb je **desinformatie**, maar ook **misinformatie** en **malinformatie**.



⚠ Let op!

Het is soms moeilijk objectief vast te stellen of een bericht verspreid wordt met of zonder intentie om te schaden. Kritiek op het beleid kan de ene als legitiem zien en de andere als schadelijk.



Deze twee vragen kunnen je helpen bepalen of je als lokaal bestuur wel of niet moet ingrijpen:

1. Hoe schadelijk is de misleidende informatie voor de samenleving? Ook onbewust verspreide valse berichten kunnen schadelijk zijn!
2. Hoe breed is de informatie verspreid?

VOORBEELD

De gemeente stelde een nieuwe zone 30 in. De meningen daarover zijn erg verdeeld.

Een groepje mensen spreekt af om de nieuwe zone 30 onpopulair te maken. Ze nemen een foto van een grote politiecontrole in een andere stad en delen die collectief op Facebook met het bericht dat de nieuwe zone 30 streng gecontroleerd wordt. Hun bedoeling is negativiteit uit te lokken aan het adres van politie en bestuur. Het bericht wordt massaal verspreid.

DESINFORMATIE

Iemand stuurt via Messenger die gemanipuleerde foto door naar zijn contacten omdat die zich zorgen maakt dat vrienden die langs deze weg rijden, geflitst zouden worden. De persoon verspreidt dus onjuiste informatie, maar onbewust en niet met het doel om schade toe te brengen. De verspreiding is erg beperkt.

MISINFORMATIE

Een voorbijganger merkt een politiecombi op in de nieuwe zone 30. Die persoon maakt een foto en deelt die via Instagram met de melding dat de politie begonnen is met op de kap van de gewone man boetes binnen te rijden. Op die manier wil ze de negatieve gevoelens tegenover de politie vergroten. Het bereik van het bericht is eerder klein.

MALINFORMATIE



“Vaak is niet alleen desinformatie, maar ook “cherry-picking” het probleem. Onderzoek van EDMO toont dat veel accounts niet echt foute informatie verspreiden maar systematisch delen van de waarheid uit de context trekken en zo het debat ontwrichten.”

- Bert Pieters, Mediawijs.



1.3 Verschillende vormen van misleidende informatie

Misleidende informatie kan veel vormen aannemen. Als je al deze vormen kan herkennen, weet je ook voor welke elementen je als lokaal bestuur alert moet zijn.

We buigen ons over de fictieve gemeente Geelbeke om te illustreren hoe deze verschillende vormen eruit kunnen zien.

In Geelbeke werd een bevraging gehouden bij de familieleden van de bewoners van het woonzorgcentrum van het OCMW. Uit die bevraging bleek 72% van de bevrageden matig tot zeer tevreden over de accommodatie, 57% over het personeel en 67% over het menu. Aan de andere kant was 59% van de bevrageden matig tot zeer ontevreden over de voorziene zorg en 85% over de hoge kosten. Berichten rond deze bevraging werden op heel veel manieren verspreid.



1. Satire

Satire is een vorm van maatschappijkritische humor. Reële gebeurtenissen worden uitvergroot of anders voorgesteld. Het is op zich onschadelijk en kan zelfs als kunst worden beschouwd, maar wanneer mensen niet doorhebben dat het om satire gaat, kan het toch geruchten voeden. Bovendien kan het makkelijk worden afgedaan als iets wat niet serieus moet worden genomen.

VOORBEELD

In Geelbeke schreef een kritisch lokaal dorpskrantje een artikel waarin een koppel getuigt dat de kosten en de zorgen in het lokale woonzorgcentrum zo problematisch zijn geworden dat ze hun bejaarde moeder nu in hun tuinhok laten wonen. Hoewel het lokale krantje deze kritische getuigenis verzon als satire, werd er in de Facebookgroep "Je bent van Geelbeke" met grote verontwaardiging op gereageerd: "Onze bejaarden in een tuinhok! En wat doet het gemeentebestuur?"



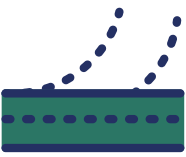
2. Valse verbinding (False connection)

Dit is inhoud waarbij de kop, het beeldmateriaal of de bijschriften niet overeenkomen met de werkelijke inhoud. Dit is vaak clickbait om meer views op een video, bezoek aan een pagina of engagement op sociale media te krijgen. Op het eerste zicht misschien niet echt schadelijk, maar valse verbindingen ondermijnen het geloof in de media.



VOORBEELD

Een lokale nieuwssite brengt een artikel met de kop: "Verwaarlozing in het woonzorgcentrum Geelbeke!". Daarbij een stockfoto van een wanhopige man. In het artikel zelf wordt enkel melding gemaakt van de bevraging. De titel en de foto blijken dus schromelijk overdreven in de hoop dat veel mensen het artikel openklikken.



3. Misleidende inhoud (Misleading content)

Mensen kunnen informatie op een misleidende manier delen om een gebeurtenis, probleem of persoon op een bepaalde manier in beeld te brengen. Het gaat dan bijvoorbeeld over foto's bijknippen en over selectief omgaan met citaten of statistieken om een argument kracht bij te zetten.

VOORBEELD

Een dochter van één van de bewoners maakt een Facebookpost over de bevraging in 'Je bent van Geelbeke als...'. Zij is één van de ontevreden familieleden. Ze focust uitsluitend op de negatieve resultaten van de bevraging om aan te tonen hoe slecht het WZC bezig is.

Haar post is voor veel andere Geelbekenaars dé manier waarop ze over de resultaten horen. De post wordt heel vaak gedeeld.



4. Valse context (False context)

Valse context is wanneer informatie wordt gedeeld met onjuiste achtergrondinformatie. Meestal zal iemand die misleidende of foute informatie verspreidt, de context van de informatie 'veranderen' door bijvoorbeeld een oude foto te hergebruiken. De bedoeling is om mensen te overtuigen van hun geloof of standpunt.

VOORBEELD

Op een lokaal nieuwskanaal kan men lezen: "Bewoners en families eisen woedend betere zorg in WZC". Daarbij een foto van een actie van de bewoners aan de deuren van het WZC van Geelbeke.



De foto blijkt echter een foto van een paar jaar geleden te zijn, toen de bewoners van het WZC protesteerden tegen de kap van de bomen in het park rond het gebouw. Het is niet duidelijk of recent ook een actie plaats vond naar aanleiding van de bevraging.

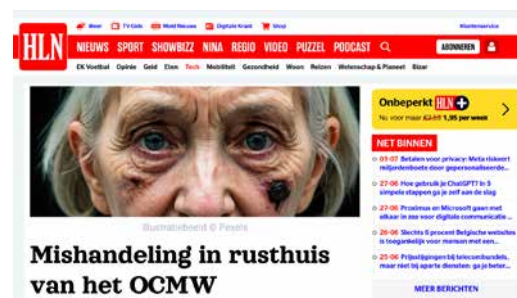


5. Bedrieglijke inhoud (Imposter content)

als een persoon, groep of organisatie zich voordoeft als een andere, betrouwbaardere bron om desinformatie te verspreiden.

VOORBEELD

In Geelbeke gaat nog een andere post viral. Het lijkt een schermafbeelding van de homepage van HLN. Wie beter kijkt, merkt echter dat de lay out van HLN is overgenomen om een vals bericht te verspreiden over mishandeling in het WZC.





6. Gemanipuleerde inhoud (Manipulated content)

is authentieke informatie of beeldmateriaal dat bijvoorbeeld via Photoshop gewijzigd werd om anderen te misleiden. Men spreekt soms van 'cheapfakes'.

VOORBEELD

In Geelbeke circuleert op sociale media ook nog een indrukwekkend beeld van een betoging tegen het woonzorgcentrum van het OCMW.



Wie het authentieke beeld opzoekt, ziet dat het om een stockfoto gaat die bewerkt werd. Er is nooit een betoging geweest tegen het WZC.



7. Gefabriceerde inhoud (Fabricated content)

Informatie die van A tot Z verzonnen is, komt steeds meer voor door Artificiële Intelligentie (AI). Men spreekt bijvoorbeeld van deepfakes wanneer audiovisueel materiaal zo wordt gemaakt of bewerkt dat het lijkt dat mensen iets zeggen wat ze nooit gezegd hebben.

VOORBEELD

Op sociale media doen zelfs valse beelden van gewone senioren de ronde om aandacht te genereren. De aandachtige kijker bemerkt echter fouten in de foto, wat verraadt dat het AI-gegenereerde beelden zijn.



“Desinformatie is een veelkoppig monster. Dat is één van de grote uitdagingen: er zijn heel veel verschillende vormen van desinformatie. Het lokaal bestuur kan niet op al die vormen een antwoord bieden, maar we moeten wel de juiste soorten identificeren en daar acties tegen ondernemen.”

- Olivier Cauberghs, Textgain



1.4 Hoe werkt desinformatie?

Hoe wordt desinformatie opgebouwd?

Sommige berichten die je online ziet, zijn compleet verzonnen. Meestal echter zijn ze niet volledig uit de lucht gegrepen en zit er een **deel van waarheid** in. De boodschap is vaak **kort en helder** en erop gericht om **sterke emoties** los te maken of in te spelen op een simplistisch wereldbeeld. Desinformatie gaat dikwijls gepaard met **framing**. De keuze van specifieke woorden dwingt je op een bepaalde manier naar de werkelijkheid te kijken. Ook vind je vaak **misleidende debattechnieken** terug zoals valse argumenten of drogredenen.

Hoe verspreidt desinformatie zich?

Desinformatie wordt vaak **van-mond-tot-mond** verspreid op straat of via apps als Messenger en Whatsapp. Mensen vertellen elkaar verhalen die gedeeltelijk of volledig op onwaarheden berusten. Online kunnen **websites** een bron van desinformatie zijn. Maar de grote verspreiders zijn **sociale media**. Denk aan Facebookgroepen (bv. Je bent van ... als...), video's op YouTube of TikTok of individuele accounts van influencers. Socialemediaplatformen zijn zo ontworpen dat snel delen en reageren heel gemakkelijk gaat.

Hoe gaat desinformatie viral?

Gebruikers delen berichten sociale media. Daar zijn het de **algoritmes** die ervoor zorgen dat berichten die veel gelijkt of gedeeld worden bovenaan je tijdlijn belanden. Zo kan één vals bericht dat veel reactie losmaakt, razendsnel bij heel veel mensen belanden.

Trollen kunnen dit proces nog versnellen. Een trol is een internetgebruiker die doelbewust onrust stookt op het internet. Vaak verspreiden hele trollenlegers onjuiste berichten op grote schaal. Daarmee willen ze, soms in opdracht van een staat of bedrijf, verwarring en maatschappelijke onrust creëren. In sommige landen is 'trollen' een echte job: de beheerders van die accounts ontvangen geld voor elk verzonden bericht. Wanneer trollen samenspannen, spreken we van **'brigading'**.

Bovendien worden vaak bots en **fake-accounts** ingezet. Een internetbot is een computerprogramma dat automatisch taken uit kan voeren. Uit onderzoek blijkt dat bots een sleutelrol spelen bij de verspreiding van valse berichten. Wanneer trollen of bots de informatieruimte opzettelijk vervuilen met een massale overvloed aan onjuiste en tegenstrijdige berichten, spreken we van **flooding**. Dat gebeurt soms tijdens crisissituaties en verkiezingen met de bedoeling verwarring en polarisatie te veroorzaken.

“Je kunt jezelf beschermen tegen desinformatie. Je wordt blootgesteld aan een kleine dosis desinformatie door iemand die je uitlegt hoe desinformatie werkt. Zodra je de desinformatiestrategieën eenmaal doorziet, kun je desinformatie herkennen en je ertegen verweren.”

- *Stephan Lewandowsky, Universiteit van Bristol*



Waarom geloven we desinformatie?

DeCheckers zien vier elementen bij het geloven in desinformatie.

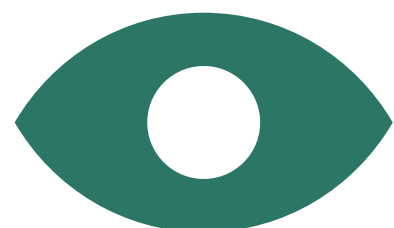
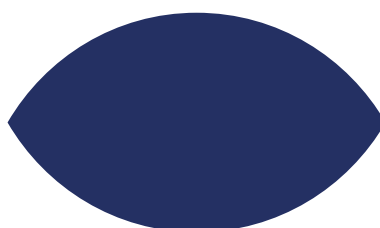
1. **Agency** – Mensen kunnen zich vrijer voelen als ze op zoek gaan naar bronnen in hun eigen netwerk en niet zomdaar de berichten van mainstream media aannemen.
2. **Confirmation Bias** – Mensen zijn sneller geneigd te geloven wat logisch of herkenbaar aanvoelt.
3. **Sense of community** – Mensen geloven de narratieven van een groep omdat ze tot die groep (willen) behoren.
4. **Identification** – Mensen geloven de narratieven van de groep waar ze zich mee identificeren.

Een stereotype is dat enkel minder intelligente mensen meegaan in desinformatie. Dat klopt absoluut niet. Vaak zijn het net kritische denkers die in complotdenken verzeild raken. We zijn echter allemaal vatbaar voor desinformatie.

Onze hersenen hebben namelijk moeite om de grote stromen informatie die dagelijks op ons afkomen te verwerken. Om al die informatie toch snel te kunnen bevatten, bestempelen ze inhoud die bekend voorkomt als betrouwbaar. Dit heet '**confirmation bias**'. We geloven dus sneller wat logisch of herkenbaar aanvoelt.

Daarnaast worden we makkelijk getriggerd door berichten die **grote emoties** bij ons wakker maken. Omdat we die drang hebben om de wereld te begrijpen, hebben we ook een voorkeur voor **eenvoudige verklaringen**. Ook kan het samen uitwisselen van desinformatie met anderen ook inspelen op onze drang om **bij een groep te horen**. Wanneer informatie dus op onze emoties inspeelt, ons persoonlijk raakt, sterk aanleunt bij hoe we zelf denken en ons een gevoel geeft ergens bij te horen, kan het snel gebeuren dat we foute informatie voor waar aanzien.

Dit gegeven wordt nog eens versterkt door de algoritmes op sociale media. Algoritmes zorgen ervoor dat ons eerdere surfgedrag bepaalt welke soort berichten of video's we voortaan te zien krijgen. Zo hopen de platformen ons langer bij zich te houden en via advertenties meer aan ons te kunnen verdienen. Het gevolg is dat we na verloop van tijd in een '**filterbubbel**' terechtkomen: we krijgen alleen nog die berichten te zien die onze interesses en meningen bevestigen. We krijgen bijna nooit meer perspectieven te horen van mensen die totaal anders denken dan wijzelf. We zitten dan in een '**echokamer**' waar onze eigen meningen door anderen terug geëchood worden. En als we dus eenmaal valse berichten hebben aangeklikt, krijgen we hoe langer hoe meer valse berichten voorgeschoteld. Zo belanden we in een zogenaamde '**fabeltjesfuik**' of '**rabbit hole**'.



1.5 Is desinformatie verboden?

Desinformatie zomaar verbieden is niet mogelijk. Dan breng je namelijk het recht op vrije meningsuiting in gevaar.

We weten allemaal dat die vrijheid cruciaal is voor een gezonde democratie. De vrijheid van meningsuiting maakt de confrontatie met andere visies en ideeën en dus de democratische dialoog mogelijk. De vrije meningsuiting moet garanderen dat iedereen de kans krijgt om deel te nemen aan het publieke debat. Ze wordt gewaarborgd door de Grondwet en internationale verdragen zoals het Europees Verdrag voor de Rechten van de Mens.

Als we de vrijheid van meningsuiting willen respecteren, dan moeten alle meningen worden getolereerd voor de wet. Om die reden is desinformatie verspreiden op zich niet strafbaar, want dat valt onder het recht op vrije meningsuiting.

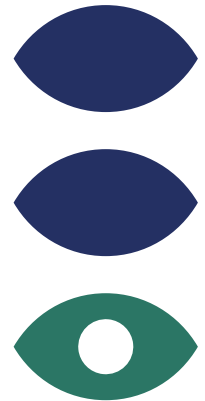
Tegelijk stellen we vast dat de digitale omwenteling desinformatie zoveel slagkracht geeft dat die een democratische samenleving kan ondergraven. De regelgeving hinkt achterop op de razendsnelle ontwikkelingen van de digitale informatiemaatschappij. De overheden hebben moeite om zicht te krijgen op nieuwe technologieën en staan vrijwel machteloos tegenover de marktdominantie van grote, internationale spelers. Er moeten sterke juridische normen en spelregels komen die de marktwerking, de vrije mededinging en de privacy moeten beschermen tegen de manipulatie van gedrag en meningen. Dit vormt een grote uitdaging voor de nationale en internationale rechtsorde.

Hoe belangrijk ook, de vrijheid van meningsuiting is niet absoluut. Sommige meningsuitingen zijn wel degelijk strafbaar. Let wel: er kan pas ingegrepen worden nadat iemand een mening heeft geuit. Vooraf bepaalde groepen of opinies censureren, is in België bij wet verboden.

- Je kan voor de rechtbank worden gedaagd wanneer je meningen of informatie verspreidt die op onaanvaardbare wijze de maatschappelijke orde verstoren. Het gaat dan bijvoorbeeld om meningen die tot geweld en discriminatie aanzetten of de Holocaust ontkennen. Het is de overheid die hier toezicht op houdt en het parket zal in actie treden wanneer dergelijke feiten worden vastgesteld.
- Wanneer je met jouw uitingen personen of instellingen treft in hun private belangen of waardigheid, kan er ook klacht tegen je worden neergelegd. Het kan bijvoorbeeld gaan om beschuldigingen die de eer of reputatie van een persoon of instelling schenden. Ook smaad, laster en eerroof of beledigingen kunnen strafbaar zijn, maar het gaat dan om een klachtmisdrijf. Het slachtoffer zelf moet beslissen om al dan niet klacht neer te leggen.
- Naast strafvervolging kan een delict ook civielrechtelijke gevolgen krijgen. Dit betekent dat het slachtoffer een schadevergoeding kan vorderen voor een burgerlijke rechtbank.

De meeste vormen van desinformatie vallen echter niet onder deze beperkingen. Wil dat zeggen dat lokale besturen werkloos moeten toezien bij de verspreiding van schadelijke informatie? Nee. Ook als je zelden juridische stappen kan ondernemen, zijn er andere mogelijkheden om desinformatie tegen te gaan. Denk aan correcte en transparante communicatie, aan het tegenspreken van desinformatie of aan vormingen of campagnes om te sensibiliseren.

Over die mogelijke acties lees je zo meteen meer.



“De beoordeling van de beperkingen aan de vrije meningsuiting zijn niet langer het alleenrecht van de Belgische rechter. Als ‘datablok’ is de EU een voldoende belangrijke en aantrekkelijke markt om regels af te dwingen. De Europese rechtbanken en overheden moeten dan ook een dragende en sturende rol spelen om de zoektocht naar het juiste evenwicht te sturen, maar ook om transparantie van de sociale media te eisen alsook (rechts)middelen voor gebruikers bij al te overijverige dan wel lakse platformen.”

- Catherine Van de Heyning, Universiteit Antwerpen en substituut-procureur des konings



2. Hoe bied je desinformatie het hoofd?

Je wacht best niet tot het echt problematisch wordt om misleidende en foute informatie aan te pakken. Wanneer op voorhand duidelijk is vastgelegd wie welke rol opneemt en welke stappen te zetten zijn, zal het makkelijker zijn om het hoofd koel te houden wanneer er zich schadelijke desinformatie aandient.

Hieronder leer je hoe je als lokaal bestuur desinformatie structureel een plaats geeft in je **beleid (2.1.)**, hoe je **preventief (2.2.)** kan werken om te voorkomen dat desinformatie snel viraal gaat en hoe je **reactief (2.3.)** kan werken als dat toch gebeurt.

Spoiler alert: écht luisteren naar je inwoners zodat je weet wat hun zorgen en noden zijn, staat in elke stap centraal. Blijf dus doorheen het hele proces de dialoog aangaan. Zet empathie en luisterbereidheid in. Vaak is desinformatie verspreiden een noodkreet van iemand die zich niet gehoord voelt.

2.1. Ontwikkel een beleid

Maak van desinformatie een transversaal beleidsthema. Stel een groep mensen samen die in hun functie met misleidende en foute informatie te maken krijgen. Collega's die werken in domeinen als communicatie, samenleven, preventie en veiligheid, onderwijs, jeugd of diversiteit moeten zeker mee aan tafel.

Een beleid rond desinformatie hoeft niet op zichzelf te staan. Het thema kan bijvoorbeeld aansluiten bij beleidsplannen rond samenleven, sociale cohesie, welzijn, etc.

Bij een beleid rond desinformatie kan je denken aan volgende punten. De voorbeelden uit gemeente Wintergem zijn fictief.

“Veruit de meeste gemeenten hebben geen functionaris voor de omgang met misleidende informatie, geen beleid om er zicht op te houden, en geen centraal overzicht van meldingen van misleidende informatie. Er is nauwelijks sprake van trainingen of protocollen voor de omgang met misleidende informatie.”

- Uit een quickscan van
lenO Research in opdracht van
het Nederlandse ministerie van
Binnenlands Zaken en
Koninkrijksrelaties (BZK).





Zorg voor brede gedragenheid binnen het lokaal bestuur

Desinformatie is een complex probleem. Je kan dit niet aanpakken met acties vanuit één enkele dienst.

- De inzet van de collega('s) communicatie is cruciaal.
- Betrek alle relevante diensten. Denk aan domeinen als samenleven, preventie en veiligheid, onderwijs, jeugd en diversiteit.
- Om geen extra werkdruk te genereren, kan je bekijken of desinformatie een vast punt kan worden op een afdelingsoverkoepelend overleg en/of het LIVC.
- Je beleid staat of valt met de betrokkenheid van je mandatarissen. Tracht hen mee te sensibiliseren over de kwalijke gevolgen van systematisch valse informatie.

VOORBEELD

In gemeente Wintergem hebben de collega's van communicatie, preventie, jeugd en diversiteit een structureel overleg. Het thema desinformatie wordt er telkens geagendeerd. Het schepencollege wordt stipt op de hoogte gehouden.

Breng het landschap in kaart

Maak een omgevingsanalyse om een beeld te krijgen van wie mogelijk betrokken kan zijn bij het aanmaken, het verspreiden, het delen, het geloven, het opsporen en terugdringen van misleidende informatie.

- Hoe ziet het media- en informatielandschap eruit in onze gemeente of stad? Welke internationale tendensen leven ook bij ons?
- Welke groepen/individuen hebben een belang bij het verspreiden van desinformatie? Van welke kanalen maken zij gebruik?
- Op welke online platformen zit het publiek vooral? Hoe kan je verschillende doelgroepen bereiken binnen je gemeente of stad?
- Welke onderzoeken over desinformatie kunnen we inzetten als basis voor het beleid en de acties?

VOORBEELD

De groep werkte samen met onderwijs, politie en vertegenwoordigers van verschillende gemeenschappen om een beeld te krijgen van welke desinformatie leeft in de gemeente. Samen kwamen ze tot een (niet-exhaustieve) mapping van de lokale verspreiders van desinformatie en van de kanalen die daarvoor gebruikt worden.

- *Leerkrachten vertellen bijvoorbeeld dat bij hun leerlingen extreem-rechtse omvolkingscomplotten circuleren die vooral via online kanalen (TikTok, Youtube, Reddit) verspreid worden.*
- *De burgemeester kreeg één brief van een burger die zichzelf soeverein wilde laten verklaren.*
- *Een wijkwerker weet dat er in de gemeente sinds covid ook een groep actief is die geregeld avonden organiseert waar sprekers niet-feitelijke informatie rond gezondheid en vaccinatie delen.*
- *De communicatiedienst ziet dat een bepaalde gebruiker vaak desinformatieberichten post op Je bent van Wintergem als.... De ene week gaat het over het weer dat door de overheid gemanipuleerd zou worden, de week erop over de burgemeester die tijdens een alcoholcontrole positief zou hebben geblazen.*
- *De voorzitter van de moskee vertelt dat een aantal jongeren uit zijn gemeenschap erg vatbaar zijn voor de desinformatie die verspreid wordt naar aanleiding van het geweld in Gaza. Zo gaat een bericht rond dat beweert dat het Israëliëse volkslied bloeddorstige moslimhaat bevat. Dat soort berichten doet de gemoederen hoog oplaaien.*



Bepaal jullie focus

- Welke definitie van desinformatie wil je hanteren?
- Welke complottheorieën leven in jullie gemeente?
- Welke vormen van mis- en desinformatie zie je als schadelijk? Waar ligt de focus? Tegen welke varianten wil je lokaal optreden?

VOORBEELD

De stakeholders in Wintergem beslissen te focussen op desinformatie die een rechtstreekse schadelijke invloed heeft op het welzijn van burgers en op het samenleven in de gemeente.

De focus zal liggen op desinformatie:

- die het vertrouwen tussen burgers en lokaal bestuur schaadt,
- waarbij individuen of groepen in een negatief daglicht worden gesteld.
- waarvan burgers rechtstreeks het slachtoffer zijn zoals internetfraude (phishing),
- die een gevaar vormen voor de volksgezondheid (zoals anti-vax desinfo).

Desinformatie over omvolking zal dus actiever bestreden worden dan desinformatie over weersbeïnvloeding,

Denk na over indicatoren

Leg op voorhand vast welke indicatoren kunnen helpen om de ernst van een desinformatiebericht te bepalen. Dit helpt later snel te besluiten of en hoe je gaat reageren.

VOORBEELD

In Wintergem willen ze volgende indicatoren hanteren om te bepalen of een bericht schadelijk genoeg is om ertegen op te treden.

1. Wordt het bericht in één of meerdere groepen verspreid?
2. Gaat het bericht op één of meerdere platformen rond?
3. Wordt het bericht door (mainstream/lokale) media opgepikt?
4. Gaat het bericht buiten de sociale mediasfeer?
5. Wordt het bericht door invloedrijke personen gedeeld?
6. Heeft het bericht op zeer korte termijn serieuze gevolgen?



Omring je met externe partners

Hoe kunnen jullie je acties afstemmen op de inspanningen die al gebeuren bij middenveldorganisaties, onderwijspartners, veiligheidspartners en mediapartners? Welke partners kunnen jullie nog warm maken om mee op de kar te springen? Spreek duidelijk af wat je van elkaar kan verwachten.

- Ga in gesprek met je (lokale) media en bekijk hoe zij kunnen bijdragen. Denk zeker ook aan de beheerders van Facebookgroepen waar veel berichten over de gemeente verschijnen.
- Kijk ook of er een rol voor scholen is weggelegd op het gebied van detectie en van mediawijsheid.
- Je lokale politiezone kan ook een rol spelen in het detecteren en signaleren van desinformatie.

VOORBEELD

Er wordt contact gelegd met de redacteurs van het streeknieuws in Wintergem. De redactie is bereid de berichten die het samenleven in de gemeente aanbelangen grondig te laten factchecken vooraleer die te publiceren.

Binnen de gemeente worden twee van de collega's van de communicatiedienst het aanspreekpunt voor (boven)lokale factcheckers. Hun mobiele nummers worden duidelijk op de website gecommuniceerd voor journalisten die dringend iets willen factchecken over de gemeente.

Met de moderatoren van lokale Facebookgroepen als 'Je bent van Wintergem als...' wordt bekeken hoe moderatie de pagina's minder toxisch kan maken. Het lokaal bestuur is bereid de moderatoren gratis vorming te laten volgen bij experts en de communicatiedienst zal ondersteunen bij het opstellen van een sterke moderatievisie en beheerproces

Ga in gesprek met burgers

Maak desinformatie bespreekbaar met burgers. Op welke manier krijgen zij ermee te maken? Werden zij al slachtoffer van desinformatie? Verspreiden ze soms zelf desinformatie? Dit verhoogt niet alleen de bewustwording en de waakzaamheid maar geeft jullie ook een duidelijker beeld van hoe het thema leeft in jullie gemeente.

VOORBEELD

Aan de straathoekwerkers, jeugdwerkers, wijkwerkers en aan de animatoren in het woonzorgcentrum van Wintergem wordt gevraagd om van desinformatie een thema te maken in hun gesprekken met burgers. Deze één op één gesprekken zijn nodig omdat mensen terughoudend zijn om toe te geven dat ze geloof hecht(t)en aan desinformatie.

Stel een draaiboek op

Een draaiboek voor het reageren op desinformatie zorgt voor een efficiëntere en meer uniforme reactie.

- Wat is de reactieprocedure als er sprake is van desinformatie? Wie doet wat? Leg dit vast in een stroomdiagram.
- Licht de taak om te reageren bij het gemeentelijk of stadsloket/de woordvoerder(s)/medewerkers die direct contact met burgers hebben of ligt die bij een inhoudelijk beleidsteam, zoals het team openbare orde/veiligheid?
- Overweeg om ook in draaiboeken voor crisismanagement specifiek aandacht te schenken aan een crisis waar desinformatie een rol speelt.

VOORBEELD

In Wintergem staan onder meer deze elementen in het draaiboek:

1. *We centraliseren alle desinformatieberichten die het samenleven in de gemeente onder druk zetten bij de dienst communicatie.*
2. *De dienst communicatie gebruikt de indicatoren om een inschatting te maken van de ernst van het bericht.*

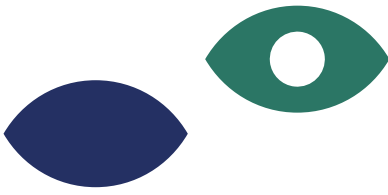
Optie 1: niet zo ernstig => we reageren niet, maar blijven wel monitoren

- *Het bericht komt slechts een enkele keer voor en heeft weinig bereik of volgers. Het werd niet door andere media opgepikt. Er zijn niet meteen serieuze gevolgen.*
- *We reageren niet, maar de dienst communicatie registreert het bericht en maakt indien mogelijk een schermafbeelding.*
- *We blijven het bericht monitoren en evalueren opnieuw als de situatie verandert.*

Optie 2: tamelijk ernstig => we reageren klein en persoonlijk

- *Het bericht komt vaker terug op sociale media, maar nog niet in andere mediakanalen of groepen met veel bereik. Het bericht kan wel impact hebben op de inwoners van de gemeente. Er is duidelijk behoefte aan correcte informatie bij de afzender en delers.*
- *De communicatiedienst reageert met een eigen, correct verhaal op de eigen kanalen. We geven daarbij aan op welke informatie we ons baseren en wat die betrouwbaar maakt. Het valse bericht is daarbij niet de kern van onze communicatie (om te voorkomen dat het valse bericht zou blijven hangen).*
- *Indien mogelijk wordt via de eerstelijns werkers een gesprek aangegaan om te peilen naar onderliggende zorgen of behoeftes bij de verspreiders.*
- *We blijven het bericht monitoren en signaleren aan de bevoegde diensten de inhoud van het bericht en de achterliggende behoeftes.*





Optie 3: zeer ernstig => we reageren grootschalig en gaan actief de dialoog aan

- Het bericht komt veelvuldig terug op diverse kanalen met een groot bereik en heeft mogelijk serieuze gevolgen. Het lijkt te escaleren.
- De communicatiedienst vraagt hulp en backup van collega's.
- De eerstelijns werkers gaan in gesprek met zoveel mogelijk burgers om de onderliggende zorgen te capteren.
- Het gemeentebestuur wordt ingelicht over de inhoud en de onderliggende behoeftes. We weerstaan de politieke druk om snel en ongeïnformeerd te reageren.
- We delen de correcte informatie op een heldere manier, met beelden, begrijpelijke woorden en een sterke verhaallijn. We zorgen dat deze berichten makkelijk online te delen zijn.
- Het valse bericht herhalen we niet (anders blijft dat toch hangen).
- We informeren via de eigen kanalen maar denken ook aan aanvullende kanalen, zoals een persbericht, een advertentie in de lokale krant, een themadag in de scholen of een bewonersbijeenkomst. We werken samen met een erkende expert over het onderwerp.
- We hebben oog voor het welzijn van de medewerkers die de discussie op sociale media monitoren.
- We houden ons bij de aanpak van desinformatie steeds aan de wettelijke kaders. Het verspreiden van desinformatie valt onder de vrijheid van meningsuiting en mag niet zomaar worden ingeperkt.

Stel standaardreacties op

- Komt een bepaald narratief vaak terug? Maak een standaardreactie of voorzie een FAQ-pagina op je website.
- Soms kan het de-escalerend werken om daarbij beelden of memes te gebruiken, eventueel met een ludieke of humoristische noot.
- Denk aan een herkenbare huisstijl voor jouw reactiebeleid.

VOORBEELD

In Wintergem stelde de communicatiedienst samen met de woordvoerder alvast een reeks tweets en berichten op die makkelijk kunnen worden aangepast aan de situatie.

Ook ontwikkelden ze een aantal gif-jes en memes die aandacht vragen voor het checken van bronnen vooraleer iets te delen.

Dit materiaal kan worden ingezet als reactie bij desinformatie. Door op een lichtvoetige en herkenbare manier te reageren kan het lukken om de situatie op een niet-moraliserende manier ter sprake te brengen.

2.2. Hoe voorkom je als lokaal bestuur desinformatie?

Misleidende en foute informatie volledig voorkomen is een illusie. Toch kan een lokaal bestuur er met een gecoördineerde aanpak wel voor zorgen dat desinformatie zich minder gemakkelijk verspreidt en minder schadelijke effecten heeft. Je kan daarbij aan volgende acties denken.

Luister naar de noden van je inwoners

De verspreiding van desinformatie onder burgers drijft vaak op emotie. Wie zich gefrustreerd, wantrouwig of niet gehoord voelt, zal sneller geneigd zijn misleidende en foute informatie te verspreiden. Echte participatie, transparantie en toegankelijkheid kunnen hier antwoord op bieden.

VOORBEELD

In Wintergem werken ze op drie sporen:

- *Ze bouwen verder op de mapping die gemaakt werd. Via wijk- en jongerenwerkers of brugfiguren tracht men actief contact te houden met de mensen en de profielen die het vaakst desinformatie aanmaken en/of verspreiden.*
- *Ten tweede is men zeer alert voor lokale knelpunten. Bij elke impactvolle beslissing van het beleid (bijvoorbeeld over mobiliteit) gaat men proactief aan de slag met de verwachtingen, zorgen en angsten van de inwoners.*
- *Ten derde volgt men de grotere (inter)nationale desinfo-bewegingen (bijvoorbeeld over Gaza). Vooral onderwijs, jeugdwerk en verenigingen worden ondersteund om daar de vinger aan de pols te houden. Zij informeren zich onder meer door het onder jongeren razend populaire mediakanaal cestmocro te volgen via TikTok en Instagram.*

Sensibiliseer

Campagnes die collega's en burgers wijzen op het bestaan en de mogelijke gevaren van desinformatie zorgen ervoor dat het bewustzijn bij mensen toeneemt.

VOORBEELD

Via affiches, flyers en online advertenties zet de communicatiedienst van Wintergem in op sensibilisering van de burgers.

De collega's krijgen de komende maanden tweewekelijks een kort berichtje over desinformatie in de mailbox. Dat kan een tip zijn, een factcheck, een getuigenis of informatie over hoe de gemeente met desinformatie omgaat.

Op de website van de gemeente kan je een kleine quiz doen om in te schatten hoe vaardig je zelf bent om desinformatie te herkennen.

Desinformatie wordt ook als thema opgenomen in het digitale inclusie-project van de gemeente.



Zet in op vorming en training

Schakel experts in om een significante groep **professionals** te trainen in mediawijsheid. Hoe zorg je voor een gevarieerd mediagebruik? Hoe herken je desinformatie? Welke vormen bestaan er? Wat zijn de mogelijke risico's? Wat doe je als je met desinformatie te maken krijgt?

Zorg ervoor dat in de vorming het vergroten van scepticisme tegenover valse informatie steeds gepaard gaat met het herstellen van vertrouwen in reguliere media en wetenschap.

Zet evengoed in op vorming van **burgers**. Werk aan een strategie om burgers in alle leeftijdscategorieën en van zoveel mogelijk verschillende gemeenschappen te kunnen bereiken.

Mogelijke aanbieders van vorming en expertise in Vlaanderen:

- (lokale) journalisten
- universiteiten en hogescholen
- [Mediawijs](#)
- [deCheckers](#)
- [Mediaraven](#)
- [StampMedia](#)
- [Link in de kabel](#)
- [Hannah Arendt Instituut](#)
- [Textgain](#)
- [Arteveldehogeschool](#)
- LINC vzw
- Avansa

Bekijk het [Mediamenu](#) van Mediawijs voor meer inspiratie en informatie rond mediawijze vormingen.

VOORBEELD

Voor training over mediawijsheid, desinformatie en fact-checks zet Wintergem prioritair in op deze doelgroepen:

- een groep burgers die benoemd worden tot 'echt-nieuwsambassadeurs' en die als vrijwilligers mee de platforms monitoren en leren reageren waar nodig,
- de eerstelijns werkers van het lokaal bestuur,
- de moderatoren van de Facebookgroepen als "Je bent van Wintergem als ...",
- de bewoners van het woonzorgcentrum,
- leerkrachten,
- organisaties en verenigingen die burgers bij elkaar brengen.



Bereid je eigen communicatie goed voor

Desinformatie is deels te voorkomen door zelf proactief en transparant te communiceren. Toon in je communicatie en in je acties dat je een legitieme en betrouwbare overheid bent. Bouw een aantrekkelijk narratief op waar je steeds op kan terugvallen.

Met de methode van **dilemmalogica** bied je burgers bij complexe dossiers inzicht in het waarom van een besluit, waardoor ze niet zelf gaan gissen naar onderliggende agenda's. Je hoeft ook niet alles te weten. Communiceren dat nog niet alles bekend of duidelijk is, kan ook vertrouwen scheppen.

Aandachtspunten voor een effectieve communicatiestrategie:

1. Ken je publiek
2. Kies het juiste medium om te communiceren
3. Toon dat je besluiten gebaseerd zijn op feiten en waarden
4. Wees tijdig
5. Wees transparant
6. Wees kort en bondig

VOORBEELD

Toen in Wintergem de gemeentelijke diensten zouden verhuizen naar een nieuwe locatie, kon je vermoeden dat dit ophef zou veroorzaken. In het dienstoverstijgend overleg werd de communicatie hierrond voorbereid. Er werd van deze vier vragen vertrokken.

1. *Wat is ons narratief over deze beslissing? Wat? Waarom? Hoe? Welke overwegingen hebben we meegenomen? Hoe vloeit dit voort uit het bredere narratief dat wij als gemeente verspreiden?*

We tonen kwetsbaarheid en zijn transparant over het proces. Volgens de dilemmalogica

- (1) erkennen we de zorgen,*
- (2) ordenen we de zienswijzen en*
- (3) bieden we perspectief.*

Vandaag zijn er verschillende antennepunten waar u terecht kan voor uw identiteitskaart of rijbewijs. Veel van die locaties zijn echter niet meer aangepast aan de huidige normen: niet rolstoelvriendelijk of brandveilig en de verwarming kost handenvol geld. Onze diensten zijn samen met experts op zoek gegaan naar een haalbare oplossing. Dat was niet gemakkelijk. Veel mogelijkheden zijn zorgvuldig afgewogen en uit onze analyse bleek de renovatie van de voormalige fabriekssite TEXOMIT de meeste veelbelovende piste. Alle diensten (ook de bib en de kinderopvang) zullen daar gecentraliseerd worden. De andere locaties worden gesloten en verkocht.

U kent ons als een gemeente die zorgzaam met haar inwoners omgaat. Dat doen we door fysiek zo nabij mogelijk te zijn, maar ook door de lasten voor onze inwoners zo laag mogelijk te houden. Voor veel inwoners zal de fysieke afstand tot de gemeentelijke diensten nu groter zijn. Dat is niet evident. (1) We hebben er trouwens als lokaal bestuur zelf alle belang bij dat onze diensten centraal liggen en vlot bereikbaar zijn. Maar 100% fysieke nabijheid is vandaag helaas onbetaalbaar geworden. We hebben die fysieke nabijheid dan ook een stukje geofferd om de lasten niet te moeten verhogen. (2)

We zetten alles op alles om van deze plek een plaats te maken waar onze burgers makkelijk en graag naartoe komen. De renovatie start dit najaar en het najaar daarop plannen we een feestelijke opening. (3)



2. Via welke kanalen gaan we hierover communiceren?
 - sociale media
 - website
 - infoblad
 - jeugd- en straathoekwerkers
 - bezoekdag
3. Hoe kunnen we onze woorden en daden consequent afstemmen op ons narratief?
4. Als bijvoorbeeld ons narratief is opgebouwd rond fysieke nabijheid en lage lasten, kunnen we niet een belasting heffen om de renovatie te bekostigen.
5. Hoe kunnen we vanuit ons narratief reageren indien er toch desinformatie verspreid wordt? (Zie verder)

Schakel je bondgenoten in

In het voorkomen van desinformatie, heb je heel wat bondgenoten. Stimuleer, motiveer en ondersteun hen om samen jullie doel te bereiken.

VOORBEELD

Wintergem werkt samen met:

1. scholen om vorming rond mediawijsheid in elk programma op te nemen,
2. verenigingen en groepen (online en offline) die helpen bepaalde communicatie proactief bij hun leden te verspreiden,
3. lokale pers voor vorming, betrouwbare bronnen en fact-checks,
4. jeugdwerk voor sensibilisering van hun leden,
5. een groep burgers die bij gecoördineerde aanvallen van desinformatie mee inspringt om te debunken en te rapporteren ...

“In het beste geval is factchecken een tool waarmee je achteraf iets kunt rechtzetten. Maar uit onderzoek blijkt dat factchecks meestal niet zo veel bereik vinden als het fake news dat ze ontkrachten zelf. In het ideale scenario werkt een factcheck preventief. Je bereikt mensen met correcte informatie alvorens ze in contact komen met nepnieuws. Zoiets werkt alleen in een gezonde mediaomgeving.”

- Keegan Leech, factchecker



Wees alert voor desinformatie

Probeer met alle actoren alert te zijn en desinformatie tijdig te herkennen. **HALT** is een veelgebruikte methode om na te gaan of een bericht desinformatie is. **HALT** staat voor vier stappen. Mediawijs geeft daarbij volgende tips.

1. **Ho, stop even!**

Een bericht dat je boos, blij, verontwaardigd of argwanend maakt, deel je niet meteen verder. Je staat even stil en voert de volgende stappen uit.

2. **Analyseer het bericht en de bron**

Herken je meerdere kenmerken uit dit lijstje? Ga dan over naar stap 3.

- De bron is niet te traceren of heeft eigenlijk geen expertise over dit onderwerp.
- Het bericht werd al een tijd geleden voor het eerst gemaakt of verspreid.
- De maker wil je overtuigen, beïnvloeden of geld van je krijgen.
- Er zijn verdachte elementen aanwezig zoals bewerkte afbeeldingen, schrijffouten, een raar mailadres, vreemde URL ...

3. **Lokaliseer andere bronnen**

- Ga op zoek naar onafhankelijke bronnen als (buitenlandse) nieuwsagentschappen, beleidsdocumenten of vergaderverslagen. Zeggen die hetzelfde? Zijn de beelden bij het bericht waarheidsgetrouw?
- Leg vooral meerdere bronnen naast elkaar. Vind je meerdere berichten terug met ongeveer dezelfde inhoud? Dat kan aantonen dat die klopt.
- Zoniet, gebruik dan de verschillende bronnen om een meer waarheidsgetrouw beeld te krijgen op de gebeurtenis.

4. **Traceer de originele context**

- Kijk waar het bericht origineel vandaan komt.
- Je kan daarvoor bijvoorbeeld in Google een Reverse Image Search doen om de echte context van een foto te achterhalen.
- Bekijk het beeld aandachtig. Bepaalde straatnamen of opschriften op de foto kunnen verraden wat de echte locatie van het beeld is.

Met de HALT-methode doe je eigenlijk aan **factchecken**. Dat is niet altijd een evidente opdracht. Daarom worden factchecks vaak door onderzoeksjournalisten uitgevoerd (zie verder).

Op de website van het [Nationaal Crisiscentrum](#) staan nog meer tips.

VOORBEELD

In Wintergem is de sfeer gespannen na de aankondiging van de verhuis van de gemeentelijke diensten naar de voormalige bedrijfssite van Texomit.

Op sociale media wordt dit bericht verspreid: "Fraude in dossier TEXOMIT!!!" Volgens het bericht zou de burgemeester steekpenningen hebben ontvangen om Texomit aan te kopen. Het beeld erbij is dat van een lachende burgemeester die de voormalige eigenaar van Texomit de hand schudt. Daar staat bij: "Operatie geslaagd: gemeente gaat naar Texomit." Gelukkig zijn heel wat actoren in Wintergem gevormd in het herkennen van desinformatie. Zij laten zich niet zomaar vangen.

1. **Ho, stop even!**

Dit nieuws over steekpenningen is schandalig, wraakroepend. Maar net daarom: klopt het wel?

2. **Analyseer het bericht**

De bron van het bericht blijkt een anoniem account. De bedoeling is duidelijk: mensen tegen de burgemeester opzetten. Het bericht bevat opvallend veel uitroeptekens, Caps Lock en taalfouten.

3. **Lokaliseer andere bronnen**

Geen enkele journalist heeft een artikel geschreven over een illegale transactie. Ook in de zittingsverslagen van de gemeenteraad rond de aankoop van Taxomit is niets opmerkelijk te lezen. Ook leden van de oppositie getuigen dat het bericht uit de lucht gegrepen is.

4. **Traceer de originele context**

Het bericht werd origineel op Telegram gepost. De foto bij het bericht blijkt een persfoto van tien jaar geleden te zijn.

Deze elementen leiden tot de conclusie dat het bericht over steekpenningen vals is.

2.3. Hoe reageer je als lokaal bestuur op desinformatie?

Hoe proactief je ook communiceert, hoe sterk je ook inzet op sensibilisering, er zullen altijd wel valse berichten blijven circuleren. Gecoördineerde (buitenlandse) acties zijn moeilijk te voorkomen vanuit het lokaal niveau. Maar met een snelle en goed doordachte reactie, zul je sommige lokale verspreiders zover krijgen dat ze hun vals bericht terugtrekken of – als dat niet lukt – voorkomen dat anderen de valse berichten verder delen.

Hou dit in je achterhoofd

- Hoe kritisch een mening ook is, mensen hebben het recht die mening te uiten.
- Een persoon die desinformatie verspreidt of een complottheorie aanhangt, heeft vaak het vertrouwen in overheidsinstanties verloren.
- Verwacht weerstand als je op desinformatie reageert. Ga niet te ver mee in de discussie, focus op het ontkrachten van de foute informatie.

Overweeg hoe je wil reageren

Mensen verspreiden vaak desinformatie als provocatie, om aandacht (voor een zaak) te krijgen. Weeg dus goed af of reageren een goed idee is. Het voordeel is dat je zo informatie rechtzet en correcte info zichtbaar maakt voor iedereen, maar het nadeel is dat je het initiële bericht aandacht geeft en dat kan bijdragen aan de verspreiding.

Baseer je op de vastgelegde indicatoren en het stroomdiagram (zie hierboven) en weeg af tussen:

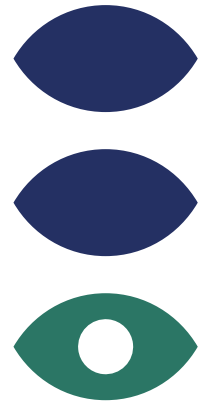
1. niet reageren
2. klein en persoonlijk reageren
3. grootschalig reageren

Kies de juiste kanalen

Als je grootschalig reageert op de valse informatie, doe dat zeker ook op die platformen waar de valse berichten circuleren.

Zorg ervoor dat je narratief ook een plek krijgt op je eigen website. Zo kan je makkelijk naar de juiste content doorlinken.

Overweeg ook minder voor de hand liggende kanalen op te volgen, zoals twitter, reddit, tiktok, youtube of 4chan.



Ontkracht de valse informatie ('debunk')

In je reactie kan je één van deze drie methodes inzetten of combineren.

1. Deel een factcheck

Een factcheck delen als reactie op het valse bericht kan helpen om de verdere verspreiding van het bericht tegen te gaan.

Bij [deCheckers](#), [Factcheck Vlaanderen](#), de factcheckpagina van [VRTNWS](#) of van [Knack](#) vind je veel kwaliteitsvolle factchecks verzameld. Voor internationale narratieven, kan je factchecks opzoeken in de Europese databank van [EDMO](#).

Bij deCheckers kan je zelf ook een suggestie doen om een bericht te laten onderzoeken door professionals. Als het bericht wijdverspreid en schadelijk is en als de factcheck educatieve waarde heeft, zullen zij de factcheck uitvoeren.

2. Narratieve aanpak

Om het bericht te ontkrachten, kan je ook kiezen voor het vertellen van je eigen verhaal.

Presenteer de feiten zonder al te veel in te gaan op de valse inhoud. Het herhalen van desinformatie, zelfs om ze tegen te spreken, versterkt het gevoel dat de desinformatie de waarheid is.

Zeg dus niet: "Het klopt niet dat de burgemeester het woord kerstverlichting verboden heeft."

Zeg wel: "In de communicatie van de stad kiezen we al jaren voor het woord 'wintersfeerverlichting' omdat de lichtjes tot ver in januari te bewonderen zijn, maar je bent natuurlijk vrij om de woorden te gebruiken die je zelf kiest."

Laat zien op welke informatie jij je baseert en wat die betrouwbaar maakt. Blijf coherent met het uitgewerkte communicatienarratief.

3. Truth sandwich

De methode van de truth sandwich werd bedacht door George Lakoff in 2018. Het idee is dat je de valse informatie weerlegt zonder dat ze in de hoofden blijft hangen. Dat doe je door haar als het plakje kaas in een sandwich tussen twee sneetjes waarheid te leggen.

1. **Start met de correcte info.** Het eerste frame trekt het meeste aandacht.
 2. **Duid de leugen** zonder de sensationele taal te herhalen.
 3. **Herhaal de correcte info.** Zorg ervoor dat de waarheid vaker herhaald wordt dan de leugen.

Zeg dus niet: "Veel mensen reageren verontwaardigd omdat ze geloven dat 80% van de bomen in het stadspark zullen verdwijnen. Nochtans is die informatie onjuist."

Zeg wel: "Het Vijverpark wordt heraangelegd. Vandaag staan er 75 bomen in het park. Bij de heraanleg halen we 25 kleinere bomen weg omdat ze minder gezond zijn of andere bomen beletten te groeien. Dat 80% van de bomen moet verwijnen, zoals op sociale media de ronde doet, is dus niet juist. Bovendien worden er ook 15 bomen bij geplant. Ons prachtige park zal er alleen maar beter op worden."

VOORBEELD

In Amerika geloofde 1 op 5 dat president Obama moslim was. Obama weerlegde deze desinformatie niet door te zeggen "het klopt niet dat ik moslim ben", maar wel door beelden te delen van hem en zijn gezin op weg naar de kerk met Pasen. Zijn verhaal was niet alleen het verhaal van een christelijke president, maar ook van een gezinsman die dicht bij de gewone mensen staat door te voet door de stad naar de kerk te gaan.

Bied zorg

- Blijf doorheen het hele proces de dialoog aangaan met de burger. Reageer zoveel mogelijk met empathie en luister. Desinformatie verspreiden kan een noodkreet zijn van iemand die gehoord wil worden. Ga dus in gesprek en achterhaal wat de zorgen en behoeften zijn.
- Zorg ook dat je als lokaal bestuur aanspreekbaar blijft voor mensen die, wanneer de desinformatie is weerlegd, toch nog vragen of bezorgdheden hebben.
- Daarnaast is zorg aanbieden voor de interne medewerkers even cruciaal. Regelmatig blootgesteld worden aan desinformatie en aan hatelijke reacties kan psychologisch zwaar wegen. Zoek naar manieren om de collega's hier goed in te ondersteunen.

Rapporteer

Meld desinformatie bij het sociale mediaplatform. Op die manier kan het platform de berichten verwijderen.

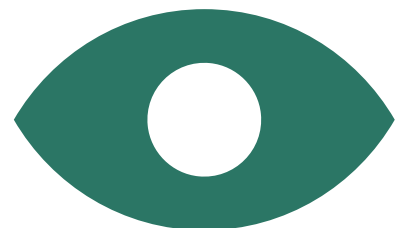
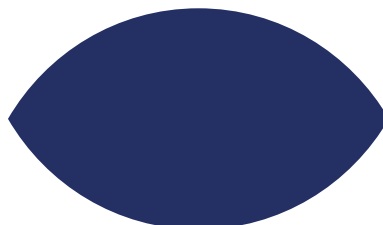
Zelfs als het platform geen gevolg geeft aan je melding, blijft het belangrijk desinformatie te rapporteren. Sociale media zijn nog jong en de wetgeving errond wordt volop vormgegeven. Elke rapportering draagt bij tot een beter beeld van wat er online gebeurt.

Neem juridische stappen indien nodig

Desinformatie verspreiden op zich is niet strafbaar. Wel zijn er uitingen en meningen die aan de maatschappelijke orde raken en waarvoor het parket kan optreden. Andere uitingen raken je in je persoonlijke integriteit en dan kan je overwegen om zelf klacht in te dienen. Overweeg juridische stappen bij:

- het aanzetten tot discriminatie of rassenhaat,
- het verspreiden van raciale denkbeelden,
- publiekelijke seksistische uitingen die de waardigheid van de persoon ernstig aantasten,
- smaad,
- laster en eerroof,
- iemand publiekelijk beledigen of beschuldigen via daden, geschriften, prenten of zinnebeelden,
- het deelnemen aan een groepering die discriminatie of segregatie verkondigt.

Via het burgerlijk recht kan een schadevergoeding of rechtzetting geëist worden van de valse informatie.



VOORBEELD

Scenario 1

Op het kabinet van de burgemeester komt een anonieme brief binnen die de burgemeester beschuldigt van fraude en het aanvaarden van steekpenningen in het dossier Texomit.

- Het kabinet van de burgemeester overlegt met communicatie. Omdat het over een individueel geval lijkt te gaan, besluit men niet te reageren.
- Wel wordt de brief bewaard en relevante diensten wordt gevraagd soortgelijke geruchten te signaleren bij de communicatiedienst.

Scenario 2

Een medewerker communicatie die de Facebookpagina van Gemeente Wintergem monitort vindt de reactie van "Ronny S." Daarin wordt de burgemeester beschuldigd van het aanvaarden van steekpenningen in het dossier Texomit.

- De communicatiemedewerker reageert prompt door:
 - 1) een schermafbeelding te maken en op de juiste plaats te bewaren
 - 2) het bericht te verwijderen
 - 3) een vooraf voorbereid standaardbericht te delen voor alle gebruikers van de Facebookpagina:

"Uitwisseling en kritische feedback op de pagina's van Gemeente Wintergem zijn voor ons cruciaal. Om deze online omgeving leefbaar te houden voor iedereen, zijn er gedragsregels. Die kan je [hier](#) nog eens nalezen. Haat, valse informatie of ongegronde beschuldigingen worden verwijderd zodat ze niet verder verspreid kunnen worden. We gaan persoonlijk in gesprek met de persoon die het bericht achterliet."
 - 4) een privébericht te sturen naar de persoon die het bericht deelde:

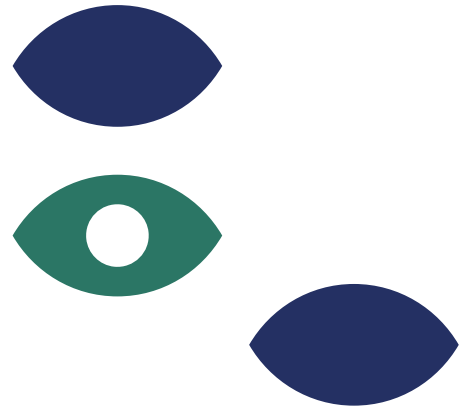
"Beste Ronny S., uw reactie op onze pagina werd verwijderd omdat die niet in lijn is met de gedragsregels voor een leefbare online omgeving. Het bericht bevat ongegronde en pijnlijke beschuldigingen. Indien u dat wenst, gaan we graag met u in gesprek. We willen graag horen waar uw stellingname vandaan komt en op welke van uw bezorgdheden wij eventueel een antwoord kunnen bieden."
- Het gerucht wordt gemeld bij de collega's van de diensten jeugd, welzijn, veiligheid. De eerstelijns werkers zullen monitoren hoe breed dit narratief gedeeld wordt.
- Eén van de collega's gaat aan de slag om een factcheck voor te bereiden voor als het bericht toch hardnekkig zou blijken.
- Indien Ronny S. ingaat op het aanbod voor een gesprek, wordt dit opgenomen door de wijkwerker.
- De burgemeester wint tegelijk juridisch advies in om eventueel een klacht neer te leggen wegens laster indien Ronny S. de aantijgingen blijft herhalen.



Scenario 3

Berichtgeving over de zogenaamde fraude van de burgemeester verspreidt zich over verschillende sociale media-platformen. Het wordt ook opgepikt door een lokale krant die er een artikel aan wijdt. Het gevolg is dat de sfeer erg grimmig wordt en er twee kampen ontstaan in de gemeente: de believers en de non-believers. Meerdere mandatarissen en medewerkers van het lokaal bestuur hebben bedreigingen ontvangen.

- De communicatiedienst blijft de spil om alle berichtgeving te centraliseren. Ze worden daarin bijgestaan door collega's van andere diensten.
- Op de eigen kanalen blijft de werkwijze dezelfde: verwijderen, algemeen bericht en persoonlijk antwoord.
- In sommige gevallen worden ook de ontwikkelde gifjes gebruikt.
- De berichten met schadelijke desinformatie op andere platforms worden systematisch gerapporteerd bij die platforms.
- Op de aangetaste platforms verspreiden de communicatiemedewerkers en de "echt-nieuws-ambassadeurs" consequent factchecks en verwijzen ze mensen door naar de website van de gemeente waar correcte informatie verschijnt over de verwerving van Texomit.
- Op de website wordt de informatie op een narratieve manier gebracht, met foto's en getuigenissen die het reële verhaal even beeldend maken als het valse verhaal.
- Mandatarissen houden zich ver van snelle en ondoordachte reacties die olie op het vuur gooien.
- Met de lokale krant werd afgesproken een nieuw artikel te publiceren waarin de onjuiste informatie werd rechtgezet.
- De eerstelijns werkers gaan in gesprek met zoveel mogelijk burgers om de onderliggende zorgen te captureren. Die zorgen stromen door naar de diensten en naar het beleid. Daar wordt bij de verdere ontwikkeling van het project ook zoveel mogelijk rekening gehouden met de meest terugkerende bezorgdheden.
- Er wordt ook een infobeurs georganiseerd voor wie meer wil weten over het project. Ookal is er nog niets te zien, toch wordt op een zaterdagmiddag de site van Texomit opengesteld voor geïnteresseerden. De info en het narratief die op de website staan, worden ook hier via infostandjes uitgelegd. Mandatarissen zijn aanwezig om informatie te geven maar vooral om te luisteren naar de bezorgdheden van de inwoners.
- Via de personeelsdienst worden er regelmatig gesprekken ingepland met de eerstelijns werkers en de ambtenaren die met de desinformatie in contact komen. Er wordt een beurtrol afgesproken, zodat mensen niet continu blootstaan aan de heftige reacties.
- De politie wordt ingeschakeld voor de geuite bedreigingen aan het adres van mandatarissen en ambtenaren.



“Meestal proberen we desinformatie meteen te weerleggen met feiten en tegenargumenten. Maar de kracht van desinformatie ligt niet zozeer in de inhoud, maar in de emoties en het wereldbeeld die het bericht oproept. En dat is waar we in onze reactie aandacht aan moeten besteden. Probeer niet alleen de discussie te winnen, maar probeer de beweegredenen te achterhalen door vragen te stellen. Wees empathisch. ‘Waarom is deze informatie belangrijk voor jou? Wat bepaalt of jij informatie wel of niet gelooft? Geloof je iets omdat je het grondig hebt gecheckt, of omdat het je mening ondersteunt?’”

- uit een brochure van 'Elpida', een Tsjechische vzw die onder meer werkt aan mediawijsheid voor senioren (eigen vertaling).

“Overspoeld als we zijn door informatie, getuigen en commentaren, is de wereld nog nooit zo helder verlicht geweest. Geloven in de toekomst wordt dus een echte keuze.”

- David Foerkinos, auteur. (eigen vertaling)

Desinformatie is een complex en uitdagend verschijnsel. Er zijn dus geen pasklare en eenvoudige antwoorden. De handvatten die we in deze brochure presenteerden, kunnen je hopelijk op weg zetten. Het doel is een evidence-based en coherent beleid om desinformatie het hoofd te bieden, zowel preventief als reactief. Zo werk je aan een lokaal bestuur dat een baken vormt van betrouwbare informatie in een vaak overweldigend en verwarrend informatielandschap.

Ook hier benadrukken we nog eens dat doorheen het hele proces dialoog steeds centraal moet staan. Het verspreiden van valse of misleidende informatie is vaak een symptoom van dieperliggende behoeften. Alleen door echt in gesprek te gaan met de inwoners van jouw stad of gemeente, kan je hierop antwoord bieden.

Wil je nog meer weten? Hieronder vind je een reeks materialen om je verder te verrijken.

Succes!



Meer weten?

WEBINARS

[Hoe desinformatie de democratie bedreigt en wat we eraan kunnen doen.](#)

Webinar van het Hannah Arendt Instituut. Met onderzoekers Nathalie Van Raemdonck en Trisha Meyer. Een gesprek met praktijkdeskundige Werner Van Herle van Stad Mechelen. 2022.

[Desinformatie en lokale besturen](#)

In dit webinar legt het Hannah Arendt Instituut bloot wat de impact van desinformatie kan zijn op het lokale bestuur en gaan we op zoek naar handelingsperspectieven. Met sprekers Olivier Cauberghe, hoofd van Textgain en Wilma Delissen-van Tongerlo, burgemeester van Peel en Maas (Nederland).

[Waarom geloof jij fake news?](#)

In deze video uit 2018 van de universiteit van Vlaanderen legt professor Ike Picone uit hoe fake news werkt, hoe het wordt ingezet en waarom we het geloven.

HANDREIKINGEN

[Handreiking omgaan met desinformatie Voor \(mede\) overheden.](#)

Handreiking door het Nederlandse Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties. 2022.

[Heb ik te maken met desinformatie? Een handreiking voor het signaleren van mogelijk desinformatie](#)

Handreiking van Nationaal Coördinator Terrorisme en Veiligheid, Nederlandse Ministerie van Justitie en Veiligheid. 2021.

[Desinformation in the city response playbook.](#)

Een handreiking voor het omgaan met desinformatie in lokale besturen door de Universiteit van Melbourne. 2024.

RESEARCH

Wardle, C. & Derakshan, H. (2017). [Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making](#), Council of Europe.

Nathalie Van Raemdonck, N. & Meyer, T. (2022) [Why Disinformation is Here to Stay. A Socio-technical Analysis of Disinformation as a Hybrid Threat](#) in Luigi Lonardo, L. (Ed.), 2024, Addressing Hybrid Threats: European Law and Policies, Cheltenham: Edward Elgar.

Nisbet, E. & Kamenchuk, O. (2019). [The psychology of state-sponsored disinformation campaigns and implications for public diplomacy](#), The Hague Journal of Diplomacy 14.

Tulin, M., Hameleers, M., de Vreese, C., Opgenhaffen, M., & Wouters, F. (2024). [Beyond Belief Correction: Effects of the Truth Sandwich on Perceptions of Fact-checkers and Verification Intentions](#), Journalism Practice, 1–20.

Lewandowsky, S. e.a. (2020). [The Debunking Handbook 2020](#).

Alaphilippe, A., De Marez, L., Gerlache, A., Lievens, E., Pauwels, T., Picone, I., & Rouvroy, A. (2018). [Verslag van de Belgische expertengroep inzake fake news en desinformatie](#).

Colomina, C., Sanchez Margalef, H., & Youngs, R. (2021). [The impact of disinformation on democratic processes and human rights in the world](#). European Parliament.

United Nations Development Programme. (2022). [Information integrity: Forging a pathway to truth, resilience and trust](#).

Vissenberg, J., d'Haenens, L., Livingstone, S. (2022). [Digital Literacy and Online Resilience as Facilitators of Young People's Well-Being? A Systematic Review](#). European Psychologist, 27 (2).

BOEKEN

Bauwens, J., Ginis, V., Meyer, T., Van Kerkhove, B., & Verstrynge, K. (2023). Een vraag naar waarheid: inleiding. Brussel: ASP / VUBPRESS.

Raats, T., & Evens (Eds.) (2021). Media en innovatie in een veranderende samenleving : uitdagingen voor de Vlaamse mediasector. Brussel: ASP.



WEBSITES

<https://www.mediapuntvlaanderen.be/>

Mediapunt biedt een overzicht van al het Vlaams media-onderzoek, doet ook eigen onderzoek naar mediagebruik en deelt haar kennis via rapporten, workshops en studiedagen.

<https://www.mediawijs.be/nl/nepnieuws>

Dossier van Mediawijs rond nepnieuws met onder meer negen vormen van misleidende informatie, veelgestelde vragen over nepnieuws, factchecken voor beginners en veel meer.

<https://edmo.eu/>

Het European Digital Media Observatory (EDMO) is een multidisciplinair netwerk van organisaties die online desinformatie aanpakken. Het brengt media, online platformen, feitencheckers, experts en praktijkwerkers uit 28 EU-landen samen om desinformatie te begrijpen en te analyseren.

<https://benedmo.eu/>

Vlaams-Nederlandse samenwerking tegen desinformatie, voor en door factcheckers, mediaprofessionals, wetenschappers en andere experts.

<https://www.decheckers.be/>

deCheckers helpt mensen hun weg te vinden tussen feit en fictie in de digitale wereld door kwalitatieve factchecks te bundelen en ontsluiten.

<https://crisiscentrum.be/nl/risicos-belgie/veiligheidsrisicos/desinformatie>

Het Nationaal Crisiscentrum wijdt een deel van hun website aan de dreiging van desinformatie en hoe ermee om te gaan.

<https://www.internetmatters.org/nl/issues/fake-news-and-misinformation-advice-hub>

Internet Matters ondersteunt ouders en professionals bij het verzekeren van internetveiligheid voor kinderen.

https://multimedia.europarl.europa.eu/nl/topic/desinformatie-explained_27811

Videoreeks waarin de communicatieafdeling van het Europees Parlement tips en tricks deelt rond desinformatie.

MATERIALEN VOOR ONDERWIJS EN VORMING

<https://www.mediawijs.be/nl/tools/edubox-nepnieuws>

De EDUbox Nepnieuws leert jongeren (van 13 tot 18 jaar) kritisch denken en informeert hen over nepnieuws maar focust ook op omgaan met informatie en mediawijsheid, online weerbaarheid en respect.

<https://www.mediawijs.be/nl/mediawijze-projecten/nieuws-wijsneuzen>

NieuwsWijsNeuzen zet in op kinderen (8-12 jaar) en wil hen weerbaarder maken tegen desinformatie door in te zetten op nieuwswijsheid. Check onder meer de tools [Kritikat](#) en [De schaal van M](#).

<https://www.getbadnews.com/nl/>

Cambridge University en Drog maakten de serious game Bad News om jongeren van het secundair onderwijs te leren hoe manipulatie-technieken (als vermommen, emoties, ...) werken.

<https://www.nieuwsindeklas.be/>

Nieuws in de Klas is een initiatief van Mediawijs, Vlaamse Nieuwsmedia, We Media, StampMedia, VRT NWS en meemoo met de steun van de Vlaamse Overheid. Nieuws in de Klas zorgt voor lesideeën en kant-en-klaar materiaal over nieuws, feiten en opinies.

<https://www.watwat.be/fake-news>

WAT WAT is een platform van meer dan 90 organisaties als Mediawijs, Awel, Sensoa, VDAB, Publiq, Child Focus, etc.) die jongeren informeren en toeleiden naar advies of hulp. WAT WAT is het referentiepunt voor jongeren met vragen. Op de zoekterm 'Fake News' vind je artikels als "Waarom is fake news gevaarlijk?", "Hoe herken ik fake news?" of "Waar vind ik betrouwbare informatie?".

<https://www.isdatechtzo.nl/>

Een website door het Nederlandse Netwerk Mediawijsheid die laagdrempelig informatie geeft over nepnieuws en factchecken.





Hannah Arendt Instituut
Grote markt 21
2800 Mechelen

 hannah
arendt
instituut

[hannah-arendt.institute](https://www.hannah-arendt.institute)