



EUROPESE
COMMISSIE

HOGE VERTEGENWOORDIGER
VAN DE UNIE VOOR
BUITENLANDSE ZAKEN
EN VEILIGHEIDSBELEID

Brussel, 14.6.2019
JOIN(2019) 12 final

**GEZAMENLIJKE MEDEDELING AAN HET EUROPEES PARLEMENT, DE
EUROPESE RAAD, DE RAAD, HET EUROPEES ECONOMISCH EN SOCIAAL
COMITÉ EN HET COMITÉ VAN DE REGIO'S**

Verslag over de uitvoering van het actieplan tegen desinformatie



A. Inleiding

Onze democratische processen en instellingen beschermen tegen desinformatie¹ is een grote maatschappelijke uitdaging. Om dit te doen heeft de EU een robuust kader voor gecoördineerde actie opgezet dat volledig in overeenstemming is met de Europese waarden en grondrechten.

De sterkte van de Europese democratie hangt af van de actieve participatie van de burgers. Uit de recordopkomst bij de recente verkiezingen voor het Europees Parlement blijkt dat de Europeanen de toekomst van hun Unie actief willen vormgeven.

Hoewel het nog te vroeg is om definitieve conclusies te trekken over de omvang en impact van desinformatie bij deze verkiezingen, is het duidelijk dat de maatregelen die in het kader van het gezamenlijke actieplan tegen desinformatie² en het specifieke verkiezingspakket³ zijn genomen, hebben geholpen om aanvallen af te slaan en desinformatie aan het licht te brengen. Dit heeft veel journalisten, factcheckers, platforms, nationale autoriteiten, onderzoekers en leden van het maatschappelijk middenveld aangemoedigd om het publiek beter te doen begrijpen hoe deze dreiging kan worden afgewend. Door het grotere publieke bewustzijn was het voor kwaadwillige actoren moeilijker om het publieke debat te manipuleren.

Er is echter geen reden tot zelfgenoegzaamheid en de strijd tegen desinformatie moet worden voortgezet. Het is een werk van lange adem dat alle delen van onze samenleving aangaat en waar voortdurende inzet en inspanningen voor nodig zijn. Er moet meer worden gedaan om de democratische processen en instellingen van de Unie te beschermen tegen manipulatie en desinformatie.

In het vandaag verschenen verslag van de Commissie en de hoge vertegenwoordiger wordt de tot dusver geboekte vooruitgang voor het eerst beoordeeld en worden de belangrijkste lessen voor de toekomst getrokken. Daarnaast wordt nader uitgelegd hoe het actieplan en het verkiezingspakket hebben bijgedragen tot de bestrijding van desinformatie in het kader van de Europese verkiezingen. Het verslag vormt ook de bijdrage van de Commissie en de hoge vertegenwoordiger aan de Europese Raad van 20-21 juni 2019.

¹ De Commissie definieert desinformatie als "aantoonbaar foute of misleidende informatie die wordt gecreëerd, gepresenteerd en verspreid voor economisch gewin of om het publiek opzettelijk te bedriegen, en die schade in het publieke domein kan veroorzaken. Fouten in verslaggeving, satire en parodie of duidelijk aantoonbaar partijdig nieuws en commentaar zijn geen desinformatie" (COM(2018) 236). Desinformatie is bedoeld om de aandacht af te leiden, verdeeldheid of twijfel te zaaien door feiten te verdraaien en te vervalsen, zodat mensen in verwarring worden gebracht en hun vertrouwen in instellingen en gevestigde politieke processen afneemt.

² JOIN(2018) 36 final.

³ Het verkiezingspakket omvat de mededeling van de Commissie over het garanderen van vrije en eerlijke Europese verkiezingen (COM(2018) 637); de aanbeveling van de Commissie betreffende electorale samenwerkingsnetwerken, onlinetransparantie, bescherming tegen cyberincidenten en bestrijding van desinformatiecampagnes in het kader van de verkiezingen voor het Europees Parlement (C(2018) 5949); de richtsnoeren van de Commissie voor de toepassing van de EU-gegevensbeschermingswetgeving in het kader van verkiezingen (COM(2018) 638); Verordening (EU, Euratom) 2019/493 van het Europees Parlement en de Raad van 25 maart 2019 tot wijziging van Verordening (EU, Euratom) nr. 1141/2014 wat betreft een verificatieprocedure in verband met inbreuken op de regels inzake de bescherming van persoonsgegevens in de context van verkiezingen voor het Europees Parlement (PB L 85I van 27.3.2019, blz. 7).

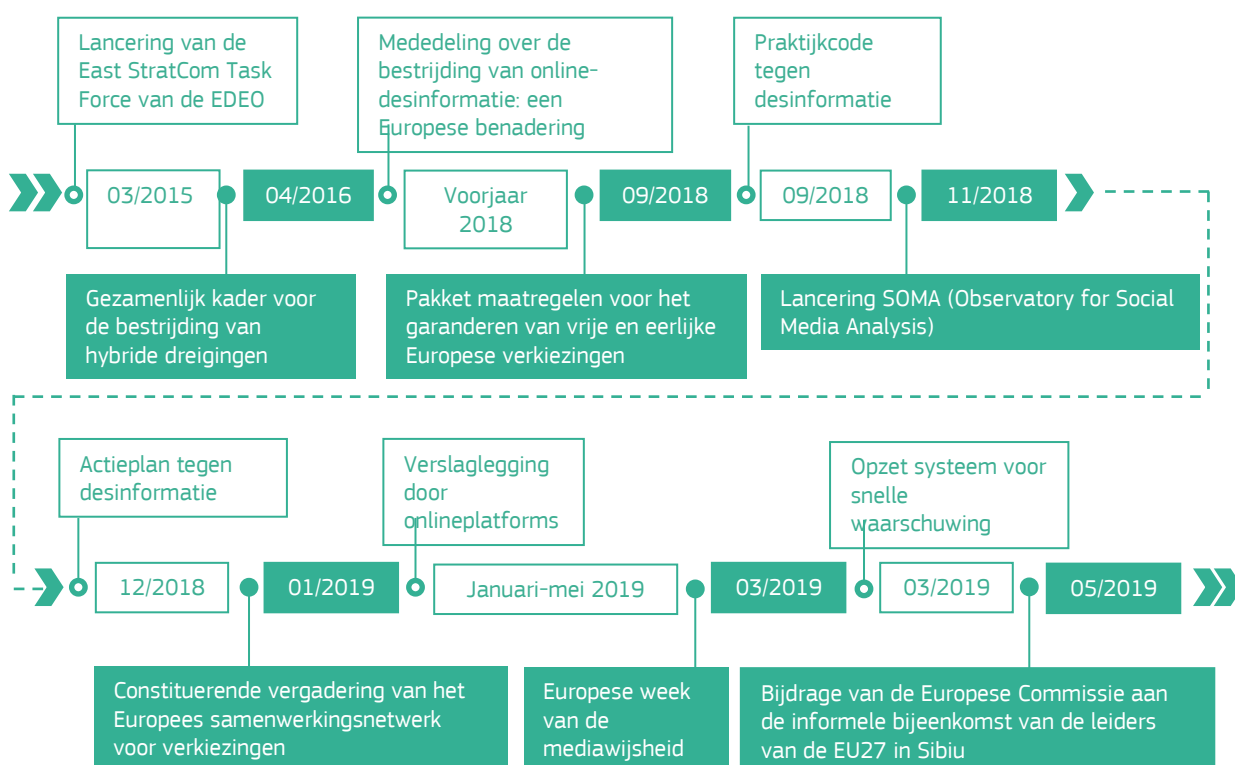


B. Naar een gecoördineerde aanpak van desinformatie

Met de goedkeuring van het actieplan tegen desinformatie creëren de Commissie en de hoge vertegenwoordiger een sterk kader om dreigingen binnen en buiten de EU te pareren. Alle betrokken spelers, waaronder de EU-instellingen, de lidstaten, het bedrijfsleven en het maatschappelijk middenveld, hebben hun respectieve rol gespeeld op de volgende vier actiegebieden:

1. Door middel van de taskforces strategische communicatie en de EU-Fusiecel voor analyse van hybride dreigingen binnen de Europese dienst voor extern optreden beschikt de EU nu over een sterkere capaciteit om desinformatie te identificeren en tegen te gaan. Ook heeft ze de gecoördineerde respons verbeterd door een systeem voor snelle waarschuwing op te zetten dat de uitwisseling van informatie tussen de lidstaten en de EU-instellingen moet vergemakkelijken.
2. De EU heeft door middel van een vrijwillige praktijkcode betreffende desinformatie samengewerkt met onlineplatforms en de industrie om politieke communicatie transparanter te maken en manipulatie van hun diensten te voorkomen. Zo kunnen gebruikers zien waarom zij specifieke politieke inhoud en advertenties te zien krijgen, waar deze vandaan komen en wie erachter zit.
3. De Commissie en de hoge vertegenwoordiger hebben in samenwerking met het Europees Parlement geholpen om het inzicht in en de weerbaarheid tegen desinformatie in de samenleving te vergroten, met name aan de hand van meer op feiten gebaseerde berichtgeving en hernieuwde inspanningen ter bevordering van mediawijsheid.
4. De Commissie heeft de inspanningen van de lidstaten om de integriteit van de verkiezingen te waarborgen en de weerbaarheid van de democratische systemen van de Unie te versterken, ondersteund door samenwerking te bevorderen, begeleiding en ondersteuning te bieden en door middel van wetgevende maatregelen.

Overzicht van de gezamenlijke en gecoördineerde EU-actie tegen desinformatie





1. Betere capaciteiten en sterkere gecoördineerde respons

De Commissie en de hoge vertegenwoordiger hebben ervoor gezorgd dat de Unie over betere capaciteiten beschikt om desinformatie op te sporen, te analyseren en aan het licht te brengen, en om een gecoördineerde respons te geven, met name via het systeem voor snelle waarschuwing. Met dit voor ogen zijn de betrokken werkzaamheden in het directoraat-generaal Communicatie versterkt en werden er meer financiële en personele middelen uitgetrokken voor de taskforces strategische communicatie van de Europese Dienst voor extern optreden. Het grotere budget heeft onder meer toegelaten om de activiteiten van de East StratCom Task Force uit te breiden en het professionele toezicht verder te ontwikkelen.

Door het systeem voor snelle waarschuwing is het voor EU-autoriteiten en lidstaten gemakkelijker om op dagelijkse basis informatie uit te wisselen en te delen over bepaalde zaken en trends die verband houden met desinformatie.

Op basis van de beschikbare gegevens is het op dit moment niet mogelijk om een specifieke grensoverschrijdende desinformatiecampagne te identificeren die van buitenaf kwam en specifiek gericht was op de Europese verkiezingen. Uit de verzamelde gegevens is echter gebleken dat er sprake was van een voortdurende desinformatieactiviteit door Russische bronnen⁴ die erop was gericht een lagere verkiezingsopkomst te veroorzaken en het stemgedrag van de kiezers te beïnvloeden. Hiervoor werden uiteenlopende tactieken gebruikt, gaande van het betwisten van de democratische legitimiteit van de Unie tot het zaaien van verdeeldheid in publieke debatten over kwesties als migratie en soevereiniteit. Dit bevestigt dat de desinformatiecampagnes die door overheidsactoren en niet-overheidsactoren⁵ worden gevoerd, een hybride bedreiging vormen voor de EU.

Er was een duidelijke trend waarbij kwaadwillige actoren desinformatie verspreidden om extreme standpunten uit te dragen en lokale debatten te polariseren, onder meer met ongefundeerde aanvallen op de EU. Binnenlandse politieke actoren namen vaak de tactieken en verhalen over die door Russische bronnen werden gebruikt om de EU en haar waarden aan te vallen⁶. Ook andere externe actoren waren hierbij betrokken.



Kwaadwillige actoren hebben de brand in de kathedraal van Notre Dame aangegrepen om de vermeende teloorgang van de westerse en christelijke waarden in de EU te illustreren. Zij hebben de schuld voor de politieke crisis en de daaruit voortvloeiende val van de Oostenrijkse regering ook snel bij de "Europese diepe staat", de "Duitse en Spaanse veiligheidsdiensten" en individuele personen gelegd. Door verhalen te verspreiden over de irrelevantie van de wetgevende bevoegdheden van het Europees Parlement en

⁴ Sinds januari 2019 (998) heeft de East StratCom Task Force dubbel zoveel gevallen van desinformatie gedocumenteerd en aan Russische bronnen toegeschreven als in dezelfde periode in 2018 (434).

⁵ Zie met name meldingen van Facebook over de verwijdering van pagina's, groepen en accounts in andere landen <https://newsroom.fb.com/news/>.

⁶ <https://www.isdglobal.org/isd-publications/interim-briefing-propaganda-and-digital-campaigning-in-the-eu-elections/>



over de invloed van lobbyisten hierop, werd geprobeerd om de opkomst te beperken⁷.

Deze actoren stemmen hun tactieken snel af op de maatregelen die landen en onlineplatforms nemen. In plaats van op grote schaal op digitale platforms te opereren, bleken deze actoren – en met name actoren gelinkt aan Russische bronnen – nu te kiezen voor kleinschaligere, lokale activiteiten die moeilijker kunnen worden opgespoord en ontmaskerd.

Aangezien de desinformatieactiviteiten steeds geraffineerder worden en onafhankelijke onderzoekers moeite hebben om toegang te krijgen tot relevante data van platforms, zal het tijd vergen om tot een sluitende conclusie te komen over de omvang en de impact van desinformatiecampagnes en zal er een gezamenlijke inspanning van het maatschappelijk middenveld, de academische wereld, publieke actoren en onlineplatforms nodig zijn.

Het systeem voor snelle waarschuwing heeft zijn nut bewezen omdat het nauwere coördinatie tussen de EU-instellingen en de nationale autoriteiten bevordert. Het aantal interacties tussen autoriteiten is gestaag toegenomen en het instrument is uitgegroeid tot een referentiepunt in de strijd tegen desinformatie. Het systeem heeft ook de samenwerking met onlineplatforms versterkt, hoewel deze laatste nog sneller moeten inspelen op externe meldingen van niet-authentiek gedrag en kwaadwillige inhoud. Het systeem voor snelle waarschuwing heeft ook de samenwerking bevorderd met internationale partners, zoals de G7 en de Noord-Atlantische Verdragsorganisatie, en deze samenwerking zal in de toekomst nog verder worden versterkt.

2. Toepassing van de praktijkcode betreffende desinformatie

Onlineplatforms zijn voor veel burgers in de EU belangrijke toegangspoorten tot informatie geworden. Zij kunnen bijgevolg ook een belangrijke rol spelen bij de verspreiding van desinformatie. Daarom heeft de Commissie de platforms met aandrang gevraagd meer inspanningen te leveren in de strijd tegen desinformatie. De belangrijkste platforms, waaronder Facebook, Google, Twitter, maar ook softwarebedrijven en instanties die de reclamesector vertegenwoordigen, hebben in oktober 2018 een zelfregulerende praktijkcode betreffende desinformatie aangenomen⁸. Hiermee hebben zij zich er vrijwillig toe verbonden de transparantie, verantwoordingsplicht en betrouwbaarheid van hun diensten te verbeteren.

Met het oog op de Europese verkiezingen van 2019 hebben de Commissie en de Europese Groep van regelgevende instanties voor audiovisuele mediadiensten (ERGA)⁹ de acties van Facebook, Google en Twitter gericht gecontroleerd op basis van de maandelijkse verslagen die deze platforms tussen januari en mei 2019 hebben ingediend¹⁰. Deze controle heeft uitgewezen dat de volgende resultaten werden behaald:

⁷ Meer informatie over gevallen van desinformatie met betrekking tot deze kwesties staan op het EUvsDisinfo-portaal: <https://euvsdisinfo.eu/disinformation-cases/>.

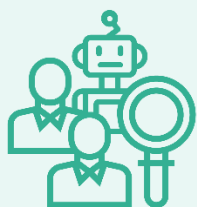
⁸ In mei 2019 heeft ook Microsoft de praktijkcode ondertekend.

⁹ De ERGA zal een volledig verslag aannemen op de vergadering van 20-21 juni 2019.

¹⁰ De Commissie heeft deze verslagen samen met haar beoordeling van de vooruitgang bij de toepassing van de praktijkcode gepubliceerd.



- ▶ De onlineplatforms hebben hun **controle op de plaatsing van advertenties** verbeterd om kwaadwillige clickbaitpraktijken tegen te gaan en ervoor te zorgen dat personen die desinformatie posten, minder reclame-inkomsten krijgen. Hun maandelijkse verslagen bevatten gedetailleerde cijfers per lidstaat over het aantal advertenties dat offline is gehaald en het aantal advertentieaccounts dat is afgesloten vanwege misleidende praktijken¹¹.
- ▶ Deze onlineplatforms hebben alledrie hun inspanningen opgevoerd om de **transparantie rond politieke advertenties** te verbeteren, met name door ze te labelen en openbaar beschikbaar te maken in doorzoekbare advertentieregisters.
- ▶ De platforms hebben gemeld dat zij maatregelen hebben genomen ter ondersteuning van de **integriteit van hun diensten**. Zij hebben gemeld dat zij zich concentreren op manipulatief gedrag dat bedoeld is om inhoud door middel van gecoördineerde operaties zichtbaarder te maken, alsook op het oneigenlijke gebruik van bots en nepaccounts.



Van januari tot mei hebben onlineplatforms actie ondernomen tegen niet-authentiek gedrag om de draagwijdte van spam en desinformatie wereldwijd te beperken. Google heeft gemeld dat wereldwijd meer dan 3,39 miljoen Youtube-kanalen en 8 600 kanalen zijn verwijderd wegens schendingen van het spam- en impersonatiebeleid. Facebook heeft in het eerste kwartaal van 2019 2,19 miljard nepaccounts offline gehaald en specifiek maatregelen getroffen tegen 1 574 van buiten de EU afkomstige en 168 uit de EU afkomstige pagina's, groepen en accounts die betrokken waren bij niet-authentiek gedrag dat op de EU-lidstaten was gericht. Twitter heeft wereldwijd bijna 77 miljoen spamachtige of nepaccounts aangepakt.

In de dagen voorafgaand aan de verkiezingen hebben onlineplatforms na meldingen van onafhankelijke onderzoekers en journalisten nog andere accounts geïdentificeerd die desinformatie en haatzaaiende uitspraken verspreidden, en deze offline gehaald¹². Er is gemeld dat meer dan 600 groepen en Facebookpagina's die in Frankrijk, Duitsland, Italië, het Verenigd Koninkrijk, Polen en Spanje actief zijn, desinformatie en haatzaaiende uitspraken hebben verspreid of valse profielen hebben gebruikt om de inhoud van de door hen gesteunde partijen of websites kunstmatig te propageren. Deze pagina's werden 763 miljoen keer door gebruikers bekeken. Uit verslagen van onderzoekers, factcheckers en het maatschappelijk middenveld blijkt dat er daarnaast ook pogingen

¹¹ Het gaat daarbij om impersonatie, spammen, het gebruik van misleidende identiteiten, links naar "ad-farms" en/of vervalste websites. In een tijdspanne van vijf maanden heeft Google actie ondernomen tegen 131 621 in de EU gevestigde advertentieaccounts die de gedragslijnen inzake misleiding met voeten traden, en tegen 26 824 in de EU gevestigde advertentieaccounts die het Googlebeleid met betrekking tot onvoldoende eigen inhoud schonden; ook heeft het bedrijf actie ondernomen tegen 1 188 in de EU gevestigde uitgeversaccounts die het Googlebeleid met betrekking tot onvoldoende relevante inhoud schonden. Facebook heeft gemeld dat het in de EU met betrekking tot ongeveer 1,2 miljoen advertenties actie heeft ondernomen vanwege de schending van zijn beleid inzake inhoud van lage kwaliteit, storende, misleidende of onjuiste inhoud, of het omzeilen van zijn systemen. Twitter heeft gemeld dat het 6 018 op de EU gerichte advertenties heeft geweigerd vanwege schending van zijn reclamebeleid inzake onaanvaardbare handelspraktijken en dat het 9 508 op de EU gerichte advertenties heeft geweigerd vanwege schending van zijn kwaliteitsbeleid inzake reclame.

¹² <https://www.theguardian.com/world/2019/may/22/far-right-facebook-groups-spreading-hate-to-millions-in-europe>.



zijn ondernomen om op grote schaal het stemgedrag van de kiezers in ten minste negen lidstaten te manipuleren¹³.

Ondanks deze inspanningen moeten de platforms nog meer doen om desinformatie doeltreffend aan te pakken. Hoewel Facebook zijn transparantieregels nu ook toepast op thematisch georiënteerde advertenties¹⁴, terwijl Google en Twitter dat niet doen, is er nog onduidelijkheid omtrent de doeltreffendheid van de transparantiemaatregelen die alle partijen hebben genomen. Bovendien hebben de platforms nog niet voldoende resultaten geboekt met het transparanter maken van websites waarop reclame wordt gemaakt. Dit is voor een stuk toe te schrijven aan het gebrek aan betrokkenheid van de reclamesector.

Alle platforms moeten ook voor een actieve en goede samenwerking met factcheckers in alle lidstaten zorgen en gebruikers in staat stellen om desinformatie beter te herkennen. Dit kan bijvoorbeeld door in samenwerking met mediaorganisaties betrouwbaarheidsindicatoren voor informatiebronnen te ontwikkelen.

Platforms moeten de onderzoeksgemeenschap ook werkbare toegang geven tot gegevens, in overeenstemming met de regels inzake de bescherming van persoonsgegevens. Door samen te werken met onderzoekers zullen desinformatiecampagnes beter kunnen worden opgespoord en geanalyseerd, is een degelijk toezicht op de uitvoering van de praktijkcode mogelijk en kan de werking van algoritmen onafhankelijk worden gecontroleerd. De Commissie zal zich blijven inzetten voor een brede toepassing van de praktijkcode door alle betrokken partijen.

Vóór het einde van het jaar zal de Commissie de praktijkcode, die dan gedurende twaalf maanden is toegepast, beoordelen. Zijn de resultaten van deze beoordeling niet bevredigend, dan kan de Commissie verdere initiatieven voorstellen, waaronder regulerende maatregelen.

3. Bewustmaking en verbetering van de maatschappelijke weerbaarheid

Om desinformatie tegen te gaan en de maatschappelijke weerbaarheid te versterken, moeten de krachten worden gebundeld. Dit kan gebeuren door burgers en het maatschappelijk middenveld een grotere rol te laten spelen en te zorgen voor op feiten gebaseerde communicatie over de EU. Voorafgaand aan de Europese verkiezingen hebben de EU-instellingen nauw samengewerkt op de volgende gebieden:

- **Bewustmaking van desinformatie:** De EU-instellingen hebben een aantal initiatieven gelanceerd om het publiek in alle EU-lidstaten meer bewust te maken van desinformatie, met onder meer seminars, conferenties en mediabriefings. Al met al hebben honderden journalisten hieraan deelgenomen, wat heeft geleid tot meer inzicht in en een uitgebreidere berichtgeving over de dreiging van desinformatie. Aan de informatiesessies voor bezoekersgroepen, onder meer tijdens de Europese Jeugdweek in Brussel, namen ongeveer 200 deelnemers uit het maatschappelijk middenveld, universiteiten en jongerenorganisaties deel.

¹³ Avaaz (2019): Far Right Networks of Deception; Institute for Strategic Dialogue (2019): 2019 EU Elections Information Operations Analysis: Interim Briefing Paper; Avaaz & Institute for Strategic Dialogue (2019): Disrupted: Evidence of Widespread Digital Disruption of the 2019 European Parliament Elections.

¹⁴ Bijvoorbeeld immigratie, politieke waarden, burgerrechten en sociale rechten, veiligheid en buitenlands beleid, en milieubeleid.



Naar aanleiding van de nieuwe EU-regels voor gegevensbescherming is in Duitsland een mythe verspreid dat kinderen hun brieven aan de Kerstman (zogenoemde "Wunschzettel") niet meer aan de kerstboom van hun stad mogen hangen, zoals de traditie het voorschrijft. Hoewel de EU-regels voor gegevensbescherming ontworpen zijn om ervoor te zorgen dat persoonsgegevens niet zonder toestemming worden gebruikt, wordt nergens gesteld dat kinderen, indien hun ouders hiermee instemmen, niet in het openbaar zouden mogen delen wat ze met de kerst willen krijgen.

- **Betere communicatie over het EU-beleid:** Om de EU-burgers beter bewust te maken van wat de EU doet en hen een beter inzicht te geven in de impact die dit op hun dagelijkse leven heeft, hebben de EU-instellingen via sociale media¹⁵ en via voorlichtingscampagnes proactief en meertalig met miljoenen burgers gecommuniceerd¹⁶. Het Europees Parlement heeft een bewustmakingscampagne gelanceerd met de slogan "Ik stem deze keer"¹⁷ en verschillende nationale autoriteiten hebben soortgelijke initiatieven genomen. De Commissie en de Europese Dienst voor extern optreden hebben hun positieve communicatie gevoelig opgeschroefd met gerichte campagnes die miljoenen burgers hebben bereikt.
- **Vergroting van de EU-capaciteit om op desinformatie te reageren:** Op basis van academische en institutionele expertise heeft de Commissie samen met de Europese Dienst voor extern optreden en het Europees Parlement materiaal ontwikkeld en verdeeld om mythes te ontkrachten en het publiek bewust te maken van desinformatie. Er is regelmatig gebruikgemaakt van het interne netwerk van de Commissie tegen desinformatie om in samenwerking met andere EU-instellingen beleidsexpertise en professionele kennis op het gebied van communicatie samen te brengen. Verschillende vertegenwoordigingen van de Commissie hebben op hun website pagina's gecreëerd waarop hardnekkige mythes over de EU worden ontkracht en hebben samenwerkingsverbanden opgezet met factcheckers, redactieteams en andere initiatieven van het maatschappelijk middenveld om desinformatie te doorprikken.

¹⁵ Via haar socialemedia-accounts communiceert de Commissie regelmatig over het thema desinformatie: tussen januari 2018 en april 2019 werd hierover gecommuniceerd in 57 posts op Twitter, Facebook, Instagram en LinkedIn, wat resulteerde in 54 781 interacties, 3 256 476 weergaven (op Twitter en Facebook alleen) en een bereik van 385 655 (op Facebook en Instagram alleen).

¹⁶ Een Europa dat resultaten boekt (InvestEU, deze campagne liep in 16 lidstaten en bereikte in 2017-2018 meer dan 240 miljoen potentiële contacten), een Europa dat ons sterker maakt (EUandME, deze campagne was gericht op ongeveer 100 miljoen 18- tot 35-jarigen in de EU en bereikte in 2018-2019 meer dan 60 miljoen potentiële contacten) en een Europa dat beschermt (deze campagne was gericht op 35- tot 55-jarigen en bereikte bijna 60 miljoen potentiële contacten in 2018-2019).

¹⁷ Bij deze campagne waren 300 000 mensen betrokken die zowel online als offline over Europa in debat gingen in hun lokale gemeenschappen en sociale groepen. Het Parlement werkte samen met meer dan 340 pan-Europese organisaties om de verkiezingen te promoten.



- **Versterking van de maatschappelijke weerbaarheid dankzij mediawijsheid:** Het is cruciaal dat burgers in het digitale tijdperk over veel mediawijsheid beschikken om geïnformeerde beslissingen te nemen. Mediawijsheid is dan ook een eerste vereiste voor een bruisende, moderne democratie. Om initiatieven op het gebied van mediawijsheid in de EU op te schalen en beste praktijken onder de aandacht te brengen, met name op regionaal en nationaal niveau, heeft de Commissie de eerste Europese Week van de Mediawijsheid georganiseerd, goed voor meer dan 320 evenementen in de EU¹⁸. In overeenstemming met de nieuwe richtlijn inzake audiovisuele mediadiensten¹⁹ en in nauwe samenwerking met regelgevende instanties en andere belanghebbenden zullen de lidstaten de maatregelen met betrekking tot mediawijsheid moeten versterken in hun nationale kaders.
- **Versterking van het maatschappelijk middenveld:** Het "International Fact-Checking Network" heeft een Europese tak van onafhankelijke factcheckers opgericht die actief zijn in 14 lidstaten. Ook is er een website gelanceerd in 11 EU-talen. De Commissie zal de oprichting van een Europese multidisciplinaire gemeenschap van onafhankelijke factcheckers en academische onderzoekers blijven bevorderen. In het kader van het Horizon 2020-programma heeft de Commissie investeringen in nieuwe technologieën voor inhoudelijke verificatie en distributie via sociale media ondersteund. In de nabuurschapslanden van de Unie heeft de Commissie meer inspanningen geleverd om het plaatselijk maatschappelijk middenveld te verbinden met dat van de EU. Zo konden gemeenschapsgestuurde oplossingen voor de bestrijding van desinformatie worden geïdentificeerd en getest.

¹⁸ Dit initiatief kwam er in samenwerking met de lidstaten en vond plaats van 18 tot en met 22 maart 2019.

¹⁹ Richtlijn (EU) 2018/1018 van het Europees Parlement en de Raad van 14 november 2018.



De Commissie heeft SOMA opgericht (Social Observatory for Disinformation and Social Media Analysis) om het voor onafhankelijke factcheckers gemakkelijker te maken om te netwerken, kennis uit te wisselen en beste praktijken te ontwikkelen. SOMA is toegankelijk voor een eerste groep van 14 Europese factcheckingorganisaties en richt ook multidisciplinaire centra voor onderzoek op het gebied van desinformatie op. De Connecting Europe Facility zal ook middelen uittrekken (2,5 miljoen euro) voor een nieuwe digitale-diensteninfrastructuur die erop gericht is netwerken van factcheckers en onderzoekers te creëren.

4. Bescherming van de integriteit van verkiezingen

Naar aanleiding van de kwestie Facebook/Cambridge Analytica en de onthullingen over inmenging in verkiezingen over de hele wereld heeft de Commissie doortastend opgetreden om de integriteit van verkiezingen te beschermen en de weerbaarheid van de maatschappij te vergroten, met name door middel van het verkiezingspakket. Deze acties hebben bijgedragen tot concrete resultaten op de volgende gebieden:

- **Betere coördinatie wat betreft verkiezingsautoriteiten:** De verkiezingsnetwerken bestaan uit autoriteiten met voor verkiezingen relevante bevoegdheden en zijn opgericht in samenwerking met de lidstaten. Deze netwerken hebben gezorgd voor een grotere paraatheid ten aanzien van mogelijke bedreigingen en een betere coördinatie van de activiteiten op nationaal en EU-niveau voorafgaand aan de verkiezingen. Hun activiteiten omvatten de identificatie van bedreigingen en lacunes, crisisparaatheid, voorlichtingscampagnes, bestrijding van desinformatie, toezicht op en handhaving van de toepasselijke voorschriften en analyses van de toepasselijke nationale wetgeving en procedures. Deze samenwerking was een doeltreffende steun bij de voorbereiding van verkiezingen in de lidstaten en heeft bijgedragen aan het wegwerken van een aantal verschillen op dit complexe gebied.
- **Betere bescherming tegen cyberdreigingen:** Het Agentschap van de Europese Unie voor netwerk- en informatiebeveiliging (Enisa), de Commissie en het Parlement hebben gezamenlijk praktische oefeningen georganiseerd die hebben bijgedragen aan de versterking van de paraatheid en weerbaarheid ten aanzien van cyberdreigingen²⁰. De EU-instellingen hebben stappen ondernomen om de socialemedia-accounts van de EU-instellingen en een aantal belangrijke vertegenwoordigers daarvan te beschermen²¹. Er is een nieuw rechtskader²² vastgesteld op basis waarvan de EU nu ook sancties kan opleggen (bv. bevrozing van tegoeden, reisverboden) ter bestrijding van en als reactie op cyberaanvallen die een externe bedreiging vormen voor de Unie of haar lidstaten.

²⁰ Twee door het Enisa georganiseerde oefeningen hebben geholpen om nationale autoriteiten voor te bereiden op incidenten die bedoeld waren om twijfel te scheppen over de legitimiteit van de verkiezingen, en op een scenario waarin voor en tijdens de Europese verkiezingen cyberaanvallen worden uitgevoerd op kritieke infrastructuur. In mei 2019 hebben meer dan 70 deskundigen op het gebied van incidentbeheer uit de EU-lidstaten deelgenomen aan de laatste oefening.

²¹ Service Social Media Assurance Service (SMAS) van het computercrisisteam van de EU.

²² Verordening (EU) 2019/796 van de Raad betreffende beperkende maatregelen tegen cyberaanvallen die de Unie of haar lidstaten bedreigen (PB L 129 I van 17.5.2019, blz. 1); Besluit (GBVB) 2019/797 van de Raad betreffende beperkende maatregelen tegen cyberaanvallen die de Unie of haar lidstaten bedreigen (PB L 129 I van 17.5.2019, blz. 13).



- ▶ **Misbruik van persoonsgegevens:** Ter verduidelijking van de verplichtingen inzake gegevensbescherming heeft de Commissie richtsnoeren²³ gepubliceerd over de wijze waarop de algemene verordening gegevensbescherming in de context van verkiezingen moet worden toegepast. Het Europees Comité voor gegevensbescherming heeft ook een verklaring uitgebracht over het gebruik van persoonsgegevens in politieke campagnes²⁴ en zich ertoe verbonden samen te werken met andere betrokken autoriteiten om het vertrouwen in de beveiliging en integriteit van de verkiezingen te waarborgen. Daarnaast zijn nieuwe maatregelen in werking getreden waarbij sancties worden ingevoerd voor inbreuken op de regels inzake gegevensbescherming door Europese politieke partijen²⁵. De Commissie heeft de lidstaten aanbevolen op nationaal niveau dezelfde aanpak te volgen.
- ▶ **Verbetering van de transparantie:** De lidstaten, politieke partijen, stichtingen en campagne teams werd verzocht maatregelen te nemen om de politieke communicatie en advertenties transparanter te maken. Het doel was EU-burgers in staat te stellen betaalde politieke online-advertenties en -communicatie als zodanig te herkennen en te begrijpen van wie deze afkomstig zijn. Daartoe kunnen zij bijvoorbeeld op hun websites informatie beschikbaar stellen over hun uitgaven voor online-activiteiten en over de criteria voor doelgroepbepaling voor advertenties.

Op basis van deze ervaring zal de Commissie in oktober 2019 een uitvoerig verslag uitbrengen over de verkiezingen, waarin ook de uitvoering van het verkiezingspakket aan bod komt.

C. Conclusies

In de aanloop naar de Europese verkiezingen heeft de gecoördineerde EU-aanpak bijgedragen tot een betere paraatheid en coördinatie in de strijd tegen desinformatie. Uit de voorlopige analyse blijkt dat de aanpak heeft geholpen om pogingen tot desinformatie aan het licht te brengen en de integriteit van de verkiezingen te waarborgen²⁶, maar dat tegelijkertijd ook de vrijheid van meningsuiting werd beschermd. De hoogste opkomst in de afgelopen twintig jaar (50,97 %) weerspiegelt de belangstelling van de burgers voor de Unie en het belang ervan voor hun leven.

Er is echter geen reden tot zelfgenoegzaamheid. Desinformatie is een bedreiging die zich voortdurend ontwikkelt en permanent onderzoek vereist om ervoor te zorgen dat onze beleidsinstrumenten gelijke tred houden met nieuwe tendensen en praktijken. Kwaadwillige bronnen, zowel binnen als buiten de EU, maken voortdurend gebruik van nieuwe tactieken. Daarbij wordt steeds vaker gekozen voor kleinschalige lokale acties, aangezien het minder waarschijnlijk is dat die opgespoord en aan het licht gebracht worden. Het doel blijft echter hetzelfde: verdeeldheid zaaien in de samenleving en het vertrouwen van de burgers in democratische processen en instellingen ondermijnen.

²³ COM(2018) 638 final.

²⁴ https://edpb.europa.eu/sites/edpb/files/files/file1/edpb-2019-03-13-statement-on-elections_en.pdf.

²⁵ Verordening (EU, Euratom) 2019/493 tot wijziging van Verordening (EU, Euratom) nr. 1141/2014 wat betreft een verificatieprocedure in verband met inbreuken op de regels inzake de bescherming van persoonsgegevens in de context van verkiezingen voor het Europees Parlement (PB L 85 I van 27.3.2019, blz. 7).

²⁶ Dit werd ook erkend door onafhankelijke actoren en in de media. In een [studie](#) van het Oxford Internet Institute is vastgesteld dat minder dan 4 % van de nieuwsbronnen die vóór de Europese verkiezingen op Twitter werden gedeeld als desinformatie moeten worden beschouwd, terwijl het aandeel van professionele reguliere nieuwskanalen 34 % bedroeg. Volgens [FactCheckEU](#) was er in de aanloop naar de Europese verkiezingen minder desinformatie dan verwacht. Bovendien overheerste desinformatie het debat niet, hetgeen wel het geval was bij de afgelopen verkiezingen in Brazilië, het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk en de Verenigde Staten.



Het beschermen van onze democratische processen en instellingen tegen desinformatie en manipulatie is een uitdaging voor de lange termijn en vergt een voortdurende inspanning. Dat moet een gezamenlijke inspanning zijn van de EU-instellingen en de lidstaten. Daartoe zijn adequate personele en financiële middelen nodig om desinformatiecampagnes beter op te sporen, te analyseren en aan het licht te brengen, en om de paraatheid voor het aanpakken van desinformatiecampagnes op EU- en nationaal niveau te vergroten. De particuliere sector draagt een bijzondere verantwoordelijkheid bij de bestrijding van desinformatie. Dat geldt met name voor onlineplatforms.

De bijdrage van de Commissie aan de informele bijeenkomst van de leiders van de EU27 in Sibiu op 9 mei²⁷ was hierover duidelijk: de toename van gerichte desinformatiecampagnes zal een grote uitdaging blijven en daarom moet erop worden aangedrongen dat de EU-instellingen en de lidstaten gezamenlijk actie ondernemen om die dreiging tegen te gaan.

De Europese Dienst voor extern optreden, de Commissie en de lidstaten zullen nauwer samenwerken via het systeem voor snelle waarschuwing, onder meer door het ontwikkelen van een gemeenschappelijke methodologie voor de analyse en het aan het licht brengen van desinformatiecampagnes en door sterkere partnerschappen met internationale partners, zoals de G7 en de Noord-Atlantische Verdragsorganisatie.

De Commissie brengt dit jaar nog verslag uit over de uitvoering van het verkiezingspakket. Tevens komt zij met een evaluatie van de praktijkcode. Op basis daarvan kunnen verdere acties worden overwogen om onze langetermijnrespons op deze dreiging te waarborgen en verbeteren.

De Commissie en de hoge vertegenwoordiger zijn vastberaden gezamenlijk inspanningen te blijven leveren om onze Europese democratie tegen desinformatie en manipulatie te beschermen. We zijn er samen verantwoordelijk voor dat het recht van de EU-burgers op feitelijke, objectieve en betrouwbare informatie wordt gewaarborgd.

²⁷ COM(2019) 218 final.