

Vragen gesteld door de leden der Kamer, met de daarop door de regering gegeven antwoorden

814

Vragen van de leden **Kuiken** en **Asscher** (beiden PvdA) aan de Minister van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties over *nepadvertenties op Facebook die onze democratie ondermijnen* (ingezonden 22 oktober 2018).

Antwoord van Minister **Ollongren** (Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties) (ontvangen 3 december 2018). Zie ook Aanhangsel Handelingen, vergaderjaar 2018–2019, nr. 623.

Vraag 1

Kent u het bericht «Ik probeerde de vaderlandse verkiezingen te saboteren via Facebook. Ging aardig» van Brandpunt?¹

Antwoord 1

Ja.

Vraag 3, 4 en 5

Kent u meer voorbeelden van nepadvertenties die de afgelopen tijd daadwerkelijk op Facebook zijn geplaatst? Zo ja, welke voorbeelden kent u? Zo nee, waarom niet en bent u bereid dit alsnog te laten onderzoeken?

Kunt u bij benadering aangeven hoeveel Nederlanders de afgelopen tijd zijn geconfronteerd met dergelijke nepadvertenties? Zo nee, waarom niet?

Kunt u aangeven welke entiteiten dergelijke nepadvertenties verspreiden? Zo nee, waarom niet? Zo ja, welk percentage is afkomstig van buitenlandse mogendheden?

Antwoord 3, 4 en 5

Er zijn mij geen voorbeelden van dergelijke geplaatste advertenties bekend, ik kan daarom ook niets zeggen over hoeveel Nederlanders bereikt zijn met dergelijke advertenties of wie deze advertenties verspreiden. Facebook heeft mij toegezegd een archief voor politieke advertenties te maken, dat ook alle verwijderde politieke advertenties zal bevatten en de advertenties die maar kort zichtbaar zijn geweest. Dit archief zal openbaar toegankelijk zijn. Onderzoekers en journalisten kunnen hier eveneens gebruik van maken.

¹ <https://brandpuntplus.kro-ncrv.nl/brandpuntplus/facebook-verkiezingen/>

Vraag 2, 6 en 8

Deelt u de mening dat het in Nederland bijzonder makkelijk is om via Facebook nepinformatie te verspreiden en daarmee de verkiezingen te beïnvloeden? Zo nee, waarom niet? Zo ja, wat gaat u daaraan doen? Deelt u de mening dat het voorkomen van dergelijke nepadvertenties een lage prioriteit heeft bij Facebook? Zo ja, wat gaat u daaraan doen? Hoe kijkt u aan tegen de verplichting een identiteitsbewijs te tonen als iemand een politieke advertentie wil plaatsen? Bent u bereid dat in te voeren? Zo nee, waarom niet?

Antwoord 2, 6 en 8

Met Facebook spreek ik regelmatig over de maatschappelijke verantwoordelijkheid die bedrijven zoals Facebook hebben aangaande de betrouwbaarheid en kwaliteit van berichtgeving die wordt verspreid via online platforms, het vergroten van transparantie dienaangaande en welke maatregelen zij nemen. Zodoende heb ik hen ook aangespoord om maatregelen te treffen. Ook vanuit Europa worden bedrijven gestimuleerd om maatregelen te treffen. Als onderdeel van de Mededeling van de Commissie inzake een Europese aanpak van desinformatie is een gedragscode «Code of practice on disinformation» opgesteld door onder andere bedrijven en adverteerders. Facebook heeft deze code ook ondertekend. Ik hecht aan transparantie in het algemeen en in het bijzonder ten aanzien van politieke advertenties. Een gedragscode vind ik een geëigend middel om transparantie te bevorderen.

Facebook heeft de afgelopen tijd een aantal maatregelen genomen, waaronder het bieden van meer transparantie over (politieke) advertenties. Ook detecteren en verwijderen zij nepaccounts, en verminderen zij het economische gewin voor degenen die onjuiste informatie verspreiden. Deze punten zijn ook opgenomen in de gedragscode.

Ik zal hieronder ingaan op de inzichtelijkheid van advertenties en de maatregelen die Facebook neemt zoals dat aan de orde is gekomen in gesprekken met Facebook. Het is wel mijn indruk dat het bedrijf de problematiek rond dit soort advertenties serieus neemt. Uiteraard dient het beleid van Facebook ook geïmplementeerd en overeenkomstig uitgevoerd te worden. Het bericht van Brandpunt maakt duidelijk dat de uitvoering van hun beleid op punten nog verbeterd kan worden.

Geplaatste advertenties in Nederland zijn te herkennen aan de tekst «gesponsord» die bij een post staat. Sinds afgelopen zomer is er een tab «informatie en advertenties» toegevoegd aan iedere Facebookpagina. Deze tab laat zien welke advertenties een pagina heeft uitstaan op Facebook, Instagram, Messenger en hun partnernetwerk. Ook de advertenties die niet gericht zijn op de gebruiker zijn daar te zien, ook als deze de pagina niet volgt. Daarnaast kunnen gebruikers onder deze tab informatie vinden over de pagina zoals de datum dat de pagina aangemaakt is en of deze naamswijzigingen heeft gehad.

Voordat advertenties geplaatst worden zegt Facebook een evaluatieproces door te lopen waarin o.a. de afbeelding, tekst en doelgroep van de advertentie bekeken worden. Advertenties kunnen niet goedgekeurd worden als ze niet in overeenstemming zijn met het advertentiebeleid van Facebook. Hierin staat onder meer dat misleidende of valse advertenties verboden zijn en advertenties die de community richtlijnen van Facebook overtreden. Zo mogen er geen berichten mogen worden geplaatst die kiezers belemmeren te stemmen, bijvoorbeeld door het noemen van verkeerde data, locaties, tijden en methoden om te stemmen. Gebruikers kunnen advertenties ook rapporteren wanneer deze geplaatst zijn. Op basis hiervan kan een advertentie alsnog verwijderd worden. Naar aanleiding van het bericht van Brandpunt heeft Facebook gemeld intern te onderzoeken hoe het kon gebeuren dat de in het artikel genoemde advertenties werden goedgekeurd.

Facebook werkt aan het verbeteren van de verificatie van politieke adverteerders door middel van het gebruik van een identiteitsbewijs en de locatie van die adverteerder. Facebook is, zoals gezegd, tevens van plan een archief voor politieke advertenties te maken. Een dergelijk archief is in de Verenigde Staten en Brazilië reeds ingevoerd. Facebook kon mij geen exacte data noemen waarop deze functionaliteiten beschikbaar zullen komen, maar het richt zich op het voorjaar van 2019. Facebook zegt deze functionaliteit in alle EU-landen beschikbaar te willen stellen met het oog op de verkiezingen van

de leden van het Europese parlement, maar geeft tegelijkertijd aan dat het een complex proces is.

Vraag 7

Deelt u de mening dat dergelijke nepadvertenties onze democratie kunnen ondermijnen? Zo ja, kunt u de Kamer garanderen dat dit voor de Statenverkiezingen is uitgebannen? Welke maatregelen gaat u daarvoor nemen? Zo nee, hoe kunt u dan nog eerlijke verkiezingen garanderen?

Antwoord 7

Het is zorgelijk dat deze advertenties door het evaluatieproces zijn gekomen en daardoor geplaatst hadden kunnen worden. Dat is natuurlijk niet de bedoeling. Door het signaleren hiervan, zoals Brandpunt heeft gedaan, vervullen media hun controlerende taak. Daarmee wordt Facebook op scherp gezet en kunnen zij hun procedures nagaan en verbeteren. Garanderen dat zoiets zich niet opnieuw kan voordoen, kan ik niet. Dit betekent echter niet dat er dan geen sprake kan zijn van eerlijke verkiezingen. Het evaluatieproces van advertenties van Facebook is slechts een van de maatregelen die bedrijven nemen om transparantie te bevorderen en desinformatie tegen te gaan. Transparantie over advertenties kan mensen helpen bij het beoordelen van de informatie die hen bereikt. Ik ben daarom positief over het feit dat verschillende partijen, waaronder Facebook, de «code of practice on disinformation» hebben ondertekend. In de praktijk moet nog blijken in hoeverre de inspanningen van deze bedrijven voldoende zijn. Facebook heeft in aanloop naar de verkiezingen van dit voorjaar een multidisciplinair team samengesteld dat de grootste uitdagingen aan het analyseren is. Daarbij probeert Facebook ook de Nederlandse context in ogenschouw te nemen.

Vraag 9

Deelt u de mening dat ook in Europees verband maatregelen nodig zijn om vrije verkiezingen te beschermen? Zo ja, welk initiatief daartoe gaat u ondernemen en aan welke maatregelen denkt u? Zo nee, waarom niet?

Antwoord 9

Het onderwerp online desinformatie staat vanwege het grensoverschrijdende karakter nadrukkelijk op de agenda van de EU. Verschillende partijen hebben inmiddels de «code of practice on disinformation» ondertekend². Nederland is positief over deelname van bedrijven aan de gedragscode op Europees niveau. Middels deze gedragscode committeren sociale mediabedrijven zich onder andere aan het nemen van hun verantwoordelijkheid om maatregelen te treffen ter bevordering van transparantie online. De Hoge Vertegenwoordiger en de Commissie zijn tijdens de Europese Raad eind juni uitgenodigd om voor het einde van 2018 specifieke maatregelen te presenteren voor een gecoördineerde aanpak van desinformatie. Zodra het actieplan wordt gepresenteerd zal uw Kamer geïnformeerd worden over het kabinetsstandpunt middels een BNC-fiche. Daarnaast heeft de Europese Commissie Pakket vrije en eerlijke Europese verkiezingen gepresenteerd, waarover u een fiche hebt ontvangen³.

² Voortkomend uit de Mededeling van de Europese Commissie: Bestrijding online desinformatie – een Europese aanpak. Het actieplan is tevens een onderdeel van uitwerking van genoemde mededeling.

³ Kamerstuk 22 112, nr. 2708.