

dichterbij NIEUWS

**Burger en journalist samen
voor een vrije en veilige pers**

**Zo zorg je voor
een constructief
online klimaat**

SCAN MIJ



Over deze richtlijn

Meer dan acht op de tien journalisten heeft in 2021 weleens te maken gehad met een vorm van agressie of bedreiging, zo blijkt uit onderzoek dat is uitgevoerd in opdracht van PersVeilig. Een groot deel daarvan vindt online plaats. Voor vier op de tien journalisten heeft dit invloed op hun werk, zo beschrijft het rapport. Ze opereren voorzichtiger en hebben minder plezier in het uitoefenen van hun vak.



De persveiligheid – en daarmee ook persvrijheid – staat dus onder druk. DichterBijNieuws is een brede aanpak van Netwerk Mediawijsheid en diverse partners om burgers en journalistiek dichterbij elkaar te brengen en een klimaat te creëren waarin de pers vrijer en veiliger kan opereren. Naast onder meer interviews met experts en burgerdialogen maken kennissessies met journalisten deel uit van de aanpak van DichterBijNieuws.

Een van deze sessies ging over de vraag hoe om te gaan met haat, trolgedrag en andere (be)dreigende online interactie. Deze handleiding is het resultaat van wat die sessie heeft opgeleverd, aangevuld met informatie uit andere relevante bronnen. Zie het als een praktische richtlijn voor je handelen en – vooral – als een aanmoediging om als redactie visie en beleid te ontwikkelen over hoe je tot een constructiever online klimaat kunt komen. Want het kan echt, een klimaat creëren waardoor je een hechtere band opbouwt met je publiek.

VOOR WIE?

Deze praktische richtlijn richt zich op community-managers, interactie-redacteuren, sociale media-beheerders en andere (online) journalisten die zich in hun dagelijkse werk bezighouden met zaken als contentplanning, moderatie, beheer van sociale media-kanalen en community building. Soms raakt de handleiding aan zaken die óók op het pad liggen van hoofdredacties, zoals het ontwikkelen van beleid. We zouden alle gebruikers en lezers van deze handleiding daarom willen aanbevelen om die specifieke zaken bespreekbaar te maken met je leidinggevende of hoofdredactie.

Stel duidelijke regels op

Mensen zijn eerder geneigd om bepaald gedrag te vertonen als ze geloven dat ook anderen in hun sociale kring of gemeenschap dit gedrag laten zien, betogen wetenschappers Monique Buijzen en Esther Rozendaal van de Erasmus Universiteit Rotterdam. Mensen passen zich aan een groep aan omdat ze er graag bij willen horen. Wie een constructief online klimaat weet te creëren, zal daarom op meer positieve reacties kunnen rekenen. Maar het werkt ook andersom: veel negativiteit zal meer negatieve reacties uitlokken.

Daarom is het effectief om een gedragscode op te stellen, deze duidelijk te communiceren en de regels van de code te handhaven. Veel redacties die met een gedragscode werken, bevestigen dat deze een positief effect heeft op het online klimaat. “Lezers rapporteren regelmatig overtredingen, waarbij ze verwijzen naar onze huisregels. Tof om te zien dat de huisregels leven en werken”, aldus een journalist van een online nieuwsplatform.

Oproep om het netjes te houden

In de meeste gedragscodes vinden we het voor de hand liggende verbod op schelden, beledigen, discrimineren of oproepen tot geweld. Maar we zien ook in een aantal gedragscodes de wat meer vrijblijvende oproep om ‘het fatsoenlijk te houden met elkaar’. Een verbod op reclame maken, persoonlijke aanvallen en reacties die *off topic* zijn, zijn andere elementen die in de meeste huisregels terugkomen.

Ook zien we dat sommige redacties niet gediend zijn van overmatig leestekengebruik en van het verbeteren van elkaars taalfouten. NU.nl heeft hier bijvoorbeeld duidelijke regels over opgesteld. Als je toestaat dat mensen in discussie gaan over of ze de spellingregels wel goed toepassen, dan kun je dát weer gaan modereren, zo is de gedachte. Daarnaast weren sommige redacties anonieme reacties, omdat het anoniem nu eenmaal makkelijk schelden of trollen is. Bij het AD kun je alleen reageren met een DPG-account en moeten zowel je

voor- als achternaam vermeld worden. Het moge duidelijk zijn dat je op je eigen platform meer invloed hebt op het online klimaat dan op sociale media. Toch kan het handhaven van de regels ook op sociale media leiden tot een constructiever klimaat, al is het aantal haatreacties op sociale media vaak veel groter dan op het eigen platform. Als redactie zul je moeten afwegen of de kosten opwegen tegen de baten.

Een gedragscode is primair bedoeld voor je publiek, maar kan ook intern voor duidelijkheid zorgen, zo stelt een online redactiecoördinator van een omroep. “Het is fijn om gedragsregels te hebben, omdat redacteuren er altijd op terug kunnen vallen of naar kunnen verwijzen. Ze vormen handvatten voor de moderatie en je staat sterk als mensen vragen waarom je hun reactie hebt verwijderd.”

TIPS

- Maak een gedragscode met regels die niet multi-interpretabel zijn.
- Stel de regels zoveel mogelijk op in dialoog met je publiek.
- Zet de gedragscode op een goed vindbare plek.
- Verwijs in de reacties regelmatig naar de gedragscode.
- Zorg voor een constructieve toonzetting.
- Grijp consequent in als de regels uit de gedragscode worden overtreden.
- Streef er op je eigen platform naar dat mensen alleen met een ingelogd account kunnen reageren.
- Een gedragscode geeft ook de redactie houvast en een duidelijk kader.



Weet waar je aan begint

De online haat die over sociale media wordt uitgestort kan soms huiveringwekkende vormen aannemen, al geven redacties ook aan dat de hoeveelheid haatreacties per onderwerp flink kan verschillen. Het mag geen verrassing zijn dat op X de meeste van dit soort berichten en reacties te vinden zijn, gezien het feit dat het voormalige Twitter in Nederland nauwelijks nog moderatoren in dienst heeft.

Zouden redacties niet flink wat ellende kunnen voorkomen als ze hun socialemedia-accounts simpelweg opheffen? Het snelle antwoord is 'ja', zo bevestigen veel journalisten en

socialemediaredacteuren. En met name sinds rapper Akwasi een grote hoeveelheid racistische berichten over zich heen kreeg na zijn deelname aan De slimste mens, is er iets in het denken van redacties veranderd. Zo besloot KRO-NCRV om X te verlaten.

Het ingewikkelde antwoord is dat bij veel journalistieke media flink getwijfeld wordt over de rol die sociale media nog moeten spelen. "We waren van plan te stoppen met X", zo geeft een socialemediaredacteur van een landelijke krant aan, "maar we hebben die beslissing toch weer uitgesteld. We zijn simpelweg nog te afhankelijk van verkeer dat via de socials naar ons platform komt."

Tegengif

Maar dat is niet de enige reden om door te gaan met X en andere sociale media. Een online redactiecoördinator van een omroep zegt: "Op de redactie hebben we de discussie gevoerd om te stoppen met X, want het is een haatdragend platform dat indruist tegen onze principes. Tegelijk is het een groot podium waar onze programma's veel aandacht krijgen. Bovendien, als we op X blijven zijn we ook een soort tegengif tegen de extreme berichten op dat platform. Gaan we weg, dan zal X alleen maar extremer worden."

Hoe je te verhouden tot sociale media is en blijft dus een worsteling voor journalistieke media. Maar als je actief bent op sociale media – wat geldt voor de meeste media – begin dat met je af te vragen in hoeverre je wat er op die platforms gebeurt, beschouwt als onderdeel van je merkidentiteit. Zo zijn er journalistieke media die 'slechts' hun journalistieke producties aanprijzen via sociale media, maar verder de boel de boel laten. Ze verwijderen bijvoorbeeld geen haatreacties. Andere media vinden juist dat het een negatief effect op je imago kan hebben wanneer je niet probeert om het ook op sociale media constructief te houden met elkaar.

Alleen is dat laatste geen sinecure. Met name bij controversiële onderwerpen is de hoeveelheid reacties die niet door de beugel kan zo groot dat het beheren daarvan voor veel sociale media-redacteuren en community-managers voelt als dweilen met de kraan open. Bovendien heb je op sociale media minder moderatiemogelijkheden dan op je eigen platform. Weet dus waar je aan begint.

Reacties uitschakelen

Sommige redacties besluiten daarom de reactiemogelijkheid uit te schakelen, al is die mogelijkheid er niet bij alle socialemediaplatformen. Er zijn echter ook redacties die er moeite mee hebben om de reactiemogelijkheid uit te schakelen; ze beschouwen het als een motie van wantrouwen richting hun publiek om bij voorbaat geen reacties toe te staan.

Wil je meer weten of heb je vragen klik of scan de qr-code voor onze site!



SCAN MIJ



TIPS

- ➔ Definieer in hoeverre sociale media onderdeel uitmaken van je merkidentiteit.
- ➔ Overweeg om bij bepaalde onderwerpen de reactiemogelijkheid uit te schakelen.
- ➔ Overweeg om bepaalde journalistieke verhalen niet te promoten via sociale media.
- ➔ Zorg dat socialemediaredacteuren mentaal weerbaar zijn, onder meer door hen te trainen en te zorgen voor psychosociale hulp. Werkgevers moeten pal staan voor de online veiligheid van hun medewerkers (zie ook het onderdeel 'Bescherm jezelf en je collega's').
- ➔ Maak (voor de bewijslast) screenshots van persoonlijke bedreigingen en haat waarvan je vermoedt dat ze strafbaar zijn. Daarna kun je ze verwijderen.
- ➔ Rapporteer haatberichten bij je werkgever, bij de socialemediaplatformen, bij meldpunten als Helpwanted en bij PersVeilig of de politie (indien je vermoedt dat de berichten strafbaar zijn).
- ➔ Voor iedere journalist geldt: denk goed na of en hoe je persoonlijk actief wilt zijn op sociale media.

Bedenk hoe ver je wilt gaan

Goed modereren is in feite het continu uitoefenen van een balanceeract. Wat een trol of hater lijkt, kan ook iemand zijn die zijn of haar reactie ongelukkig heeft geformuleerd, de regels niet goed heeft begrepen of gewoon een keer een slechte dag heeft. Het is de kunst om bij de moderatie het kaf van het koren te onderscheiden.

Veel gedragscodes bevatten de oproep om het netjes en fatsoenlijk te houden met elkaar. Het kan geen kwaad om dit ook bij de moderatie expliciet te vermelden, zo zegt een socialemediaredeacteur van een regionale omroep: "Bij sommige onderwerpen weten we op voorhand dat die heftige reacties kunnen oproepen. In dat geval plaatsen we zelf de eerste reactie en doen we een oproep om het netjes te houden. Zo'n reactie levert altijd veel likes op en zet de toon voor de rest van de discussie op een positieve manier."

Vrijheid van meningsuiting

Hoe je modereert, hangt ook af van je journalistieke visie op de vrijheid van meningsuiting. Er zijn redacties die van mening zijn dat vrijwel alles gezegd moet kunnen worden en dus ook minder snel ingrijpen. Hoe ga je om met beledigingen, onwaarheden of complottheorieën? "Je kunt natuurlijk alle negatieve reacties verwijderen, maar dat is niet onze stijl. Wij willen dat mensen het gesprek met elkaar kunnen voeren, of dit nu positief is of negatief", aldus een communitymanager van een online nieuwsplatform.

Andere redacties zullen in het belang van een constructiever online klimaat sneller ingrijpen. "We willen geen negativiteit faciliteren. Daarom halen we alle reacties weg die niet door de beugel kunnen", zegt een redacteur van een lokale omroep.

Ook een online content specialist van een omroep worstelt met negatieve reacties. "Ik vraag me

soms af of het niet beter is om negatieve reacties sowieso te verwijderen, ook als ze niet eens zo heftig zijn. Want het probleem is dat één negatieve reactie vaak zorgt voor een kettingreactie van andere negatieve reacties."

Het is hoe dan ook zaak om als redactie een duidelijke visie te ontwikkelen op de manier waarop je wilt modereren. Doe je dat niet (en bij lang niet alle redacties is die visie expliciet beschreven), dan is het vrijwel ondoenlijk voor moderatoren om de hierboven beschreven balanceeract goed uit te voeren. Zwabberend beleid zal ervoor zorgen dat je de discussies op je platform minder goed in de hand hebt. Je bent de scheidsrechter van je platform en kunt geen misverstand laten bestaan over de regels van het spel.

Met een knipoog

Soms is het zoeken naar de juiste toon. Vanzelfsprekend is het belangrijk dat de toon van de moderatie aansluit bij de toon van het medium. Is de toon formeel of informeel, tutoyeer je je publiek of niet, kies je voor het gebruik van emoticons? En ook al denk je er goed over na, dan kan het soms toch nog misgaan, vertelt een socialemedia-coördinator van een online nieuwsplatform. "Wij hadden een tijdje de gewoonte om nogal bijdehand te reageren op pittige opmerkingen. Wie een grote mond gaf, kon er een terugkrijgen. Omdat we merkten dat steeds meer mensen ons gingen testen – zo van: eens even kijken hoe ver ik bij ze kan gaan – , zijn we daarmee gestopt. We wilden niet te veel negativiteit uitstralen, ook al waren veel van onze reacties met een grote knipoog. Nu we in een andere toon reageren, jagen we de negativiteit niet meer aan."

Het is van belang om altijd constructief en empathisch te blijven, ook als iemand zwaar over de schreef gaat. De meeste redacties zullen niet iemand bij de eerste overtreding van het

platform verwijderen. Al naargelang de ernst van de overtreding volgt een waarschuwing of tijdelijke ban (bijvoorbeeld van een paar uur of een dag), maar wie zich blijft misdragen zal uiteindelijk een permanente ban aan de broek krijgen.

AI-tool

Technologie kan het werk van moderatoren substantieel verlichten. Zo werkt NU.nl met de AI-moderatiebot Maura: Machine Automatisch Reacties Afhandelen. Deze bot leert van de moderatiekeuzes die de interactieredacteurs maken. Op basis van de data die zij erin stoppen, wijst de bot reacties af, of keurt ze goed. Maura is goed voor het modereren van negentig procent van de ruim 30.000 reacties die dagelijks binnenkomen. Daarnaast is er een zwarte lijst: reacties met die woorden worden automatisch afgewezen door de bot.

“ Wij hadden een tijdje de gewoonte om nogal bijdehand te reageren op pittige opmerkingen. Wie een grote mond gaf, kon er een terugkrijgen. Omdat we merkten dat steeds meer mensen ons gingen testen – zo van: eens even kijken hoe ver ik bij ze kan gaan – , zijn we daarmee gestopt ”

TIPS

- Ontwikkel als redactie een visie over de aard van de discussies die je op je platform wil en, in samenhang daarmee, hoeveel belang je hecht aan een zo ruim mogelijke interpretatie van de vrijheid van meningsuiting.
- Wees duidelijk over de regels en handhaaf ze consequent.
- Denk goed na over de toon die je wilt aanslaan.
- Zet de toon van de discussie door bij gevoelige onderwerpen een oproep te doen om het constructief te houden.
- Overweeg om bij bepaalde onderwerpen de reactiemogelijkheid uit te schakelen.
- Hou het beheersbaar, bijvoorbeeld door de reactiemogelijkheid te sluiten als je even geen redacteurs of moderatoren tot je beschikking hebt (bijvoorbeeld 's avonds of 's nachts).
- Formuleer standaardreacties met betrekking tot vaker voorkomende problemen, waardoor je moderatoren kunt ontlasten.
- Wees empathisch, ook als je iemand een waarschuwing geeft.
- Je kunt de kwaliteit van de discussie vergroten door goed onderbouwde reacties uit te lichten of bovenaan vast te pinnen.
- AI-tools kunnen je veel werk uit handen nemen.
- Zorg dat socialemediaredeacteurs mentaal weerbaar zijn, onder meer door hen te trainen en te zorgen voor psychosociale hulp. Werkgevers moeten pal staan voor de online veiligheid van hun medewerkers.
- Maak screenshots van berichten waarvan je vermoedt dat ze strafbaar zijn en rapporteer deze bij je werkgever, bij de socialmediaplatformen, bij meldpunten als Helpwanted en bij PersVeilig of de politie.
- Je kunt ook stoppen met (bepaalde) sociale media.

Bescherm jezelf en je collega's

Het werk van een socialemediaredacteur, community-manager of online redacteur kan behoorlijk intensief zijn. Je krijgt veel informatie te verwerken en moet snel beslissingen nemen. Ook als de reacties overwegend constructief zijn, is het nog steeds pittig werk. Hoofredacties willen dit nog weleens onderschatten.

Als de haat en negatieve reacties de overhand nemen, kan het werk een zware wissel trekken op redacteurs. Het komt zelfs voor dat journalisten het werk neerleggen omdat het hen te veel wordt. Het is daarom cruciaal dat werkgevers zorgen dat online redacteurs getraind worden in digitale weerbaarheid en het (veilig) gebruik van sociale media. Ook is het belangrijk journalisten te ondersteunen wanneer zij naar aanleiding van een publicatie bedreigd of geïntimideerd worden.

PersVeilig, het gezamenlijke initiatief van de NVJ, het Nederlands Genootschap van Hoofredacteurs, politie en Openbaar Ministerie, heeft als doel de positie van journalisten te versterken tegen geweld en agressie, zowel op straat als online. Online dreiging is géén *part of the job*, zo benadrukt PersVeilig in de eigen handleidingen.

Het is belangrijk om (online) agressie, bedreiging en geweld te melden bij PersVeilig, zodat de organisatie zicht krijgt op aard en omvang van de misstanden. Soms is het raadzaam om aangifte te doen bij de politie, de criteria hiervoor zijn beschreven in de *collectieve norm voor de mediasector*, die wordt onderschreven door politie en OM. PersVeilig geeft aan dat het cruciaal is dat werkgevers een zero tolerance-beleid voeren als het gaat om intimidatie en bedreiging van eigen medewerkers.

Ook het Veiligheidsplan Nederlandse Media is te vinden op de website van PersVeilig. Het is een praktische handleiding voor journalisten, leidinggevende en werkgevers en beschrijft wat je

op alle niveaus kunt doen om de veiligheid van je organisatie en medewerkers te vergroten.

PersVeilig geeft ook trainingen, sommige daarvan zijn specifiek gericht op online interactie, zoals de training PersVeilig Online, de training PersVeilig op social en de training Omgaan met confronterende beelden. Het is belangrijk dat medewerkers en leidinggevenden getraind worden, zodat ze redacteurs op een goede manier – bijvoorbeeld via korte check-ins of een debriefing na een heftige dag – kunnen begeleiden. Dat kan ernstiger psychisch leed voorkomen.

PersVeilig dringt er bij journalistieke media op aan dat ze een duidelijk plan van aanpak hebben, onderverdeeld in drie fases:

- **Preventief:** welke stappen kunnen worden gezet om medewerkers zo veilig mogelijk te laten werken?
- **Reactief:** hoe reageer je op het moment dat het fout gaat, bijvoorbeeld als je online wordt aangevallen?
- **Herstelfase:** hoe reageer je na een crisis, is er bijvoorbeeld psychosociale hulp nodig?

TIPS

- Verdiep je in het aanbod van PersVeilig.
- Meld agressie en bedreiging bij PersVeilig en doe zo nodig aangifte.
- Bespreek met je leidinggevende of hoofdredactie wat je werk met je doet en zoek hulp als dat nodig is.
- Ontbreekt beleid op het gebied van veiligheid en mentale weerbaarheid? Kaart dit dan aan bij je hoofdredactie.
- De Balie Persvrijheid ondersteunt journalisten bij alle vragen die raken aan de persvrijheid. Je kunt er terecht voor juridisch advies of rechtshulp voor of na je publicatie.

Zoek de dialoog met je publiek

Hoe wil je met je publiek communiceren? Wat verwacht je van ze? Kunnen ze als verlengstuk fungeren van je journalisten? Het kan van belang zijn kwesties die te maken hebben met online interactie in het bredere perspectief te plaatsen, namelijk: hoe wil je de dialoog met je publiek überhaupt vormgeven?

Steeds meer journalistieke media experimenteren met vernieuwende vormen van dialoog. Die vormen kenmerken zich over het algemeen door het zoeken naar een vorm van samenwerking, bijvoorbeeld door lezers of kijkers mee te laten denken over onderwerpen, of door een panel van experts samen te stellen. Door je publiek meer te betrekken verhoog je niet alleen de kwaliteit van je journalistieke producties, maar creëer je ook een hechtere band met je publiek. En dat zou ook het online klimaat positief kunnen beïnvloeden, zo is de gedachte.

Moderatie en beheer van socialemediakanalen worden op die manier ingebed in een bredere strategie en dat kan op die manier daadwerkelijk van meerwaarde zijn. Zo zegt een journalist van een online nieuwsplatform: “Ik vind het soms jammer dat er zo'n negatief beeld bestaat over lezers die reageren, want voor het overgrote deel zijn de reacties best normaal. Sterker nog, wij halen daar heel veel ideeën voor nieuwe artikelen uit. Het levert dus echt veel op.”

Wil je meer weten of heb je vragen klik of scan de qr-code voor onze site!



SCAN MIJ

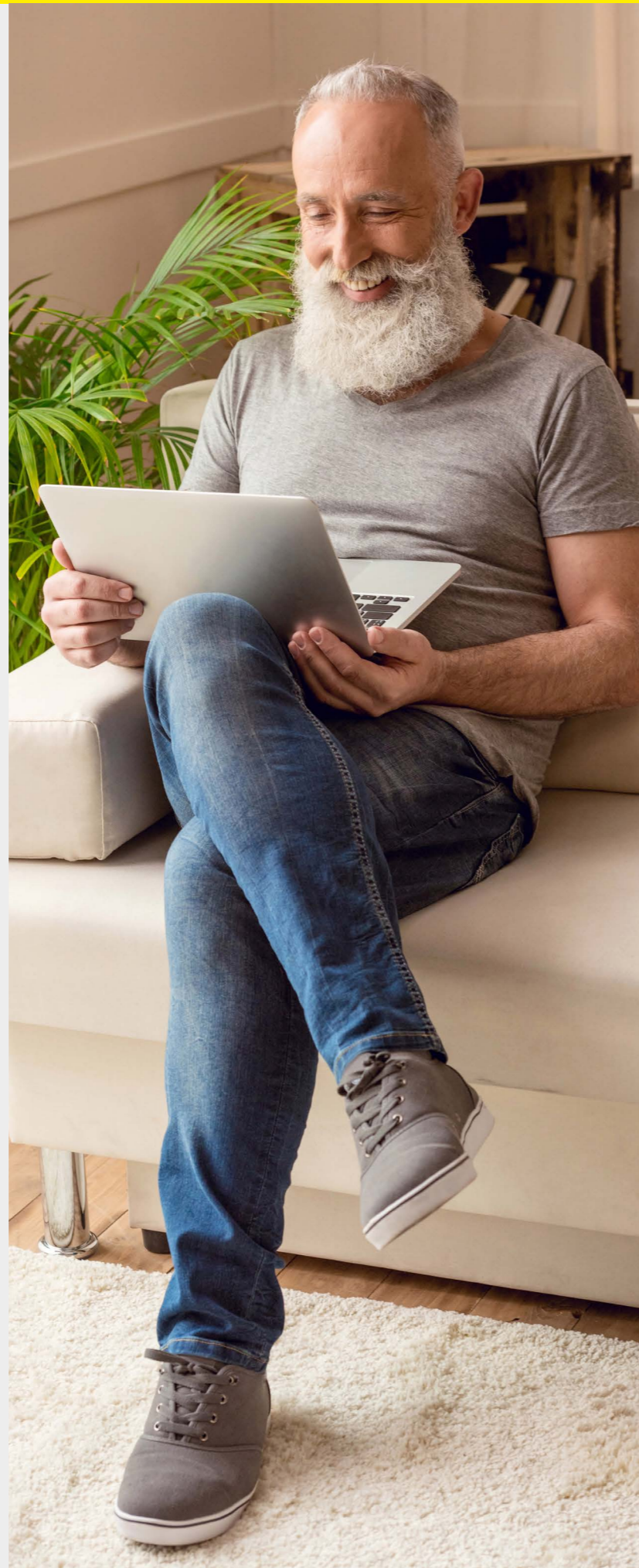


Enkele vernieuwende voorbeelden van dialoog:

- EenVandaag heeft naast het al veel langer bestaande Opiniepanel in 2023 de interactieredactie opgezet, die actief contact zoekt met de kijker en een band wil opbouwen met het publiek.
- Voor het AD krijgt interactie met de lezers steeds meer prioriteit. De krant heeft een nieuw platform gelanceerd, dat ‘Van de lezer’ heet, waar alles op komt te staan wat de lezer met het AD wil delen. En in de wekelijkse terugkerende rubriek ‘De Kwestie’ kunnen lezers reageren op een stelling.
- Journalistiek verbeteren door optimaal gebruik te maken van de (ervarings)deskundigheid van de lezers. Dat is de missie van de netwerkredacteur van De Correspondent. Deze redacteur moet ervoor zorgen dat de bijdragesectie onder de artikelen verandert in een plek waar correspondenten en leden kennis kunnen uitwisselen.
- Via de Open Redactie moedigt de Volkskrant lezers aan om mee te denken over onderwerpkeuze, invalshoeken en verhalen. De zesduizend deelnemers van dit panel vullen twee keer per maand een vragenlijst in. “We geloven dat onze lezers de ogen en oren door het land kunnen zijn, en onze blik kunnen verruimen of bijstellen”, schrijft de Volkskrant.

Naast dialoog kun je als journalistiek medium ook aan andere knoppen draaien om de vertrouwensband met je lezers aan te halen, zoals:

- Transparanter zijn over je journalistieke koers, commerciële motieven, onderwerpkeuze en de bronnen die je gebruikt voor verhalen. De podcast leent zich hier bijvoorbeeld goed voor.



- Biografieën van auteurs publiceren, zodat je publiek een beter oordeel kan vormen over journalistieke producties en je producties een menselijk gezicht krijgen. Doe dit wel altijd in overleg met de betreffende journalisten en respecteer het als sommige journalisten het niet willen vanwege de reacties die dit kan oproepen.
- Ruimhartig(er) zijn in het toegeven van fouten.
- Groepen lezers, kijkers of luisteraars uitnodigen op de redactie of andere publieke evenementen organiseren.
- Nadenken over een constructievere vorm van journalistiek (niet te verwarren met goed nieuws). Steeds meer nieuwsconsumenten haken af vanwege een gebrek aan perspectief in de berichtgeving. In Nederland gaat het om 27% van het publiek, zo vermeldt het Reuters Digital News Report. Ook veel jongeren vinden nieuws “uitzichtloos, niet inspirerend en eenzijdig”, zo blijkt uit de literatuurstudie Jongeren en Nieuws, dat werd uitgevoerd door het Lectoraat Kwaliteitsjournalistiek in Digitale Transitie van de Hogeschool Utrecht. De Zweedse publieke omroep is inmiddels een constructievere weg ingeslagen.

TIPS

- Bedenk als redactie hoe je dialoog met je publiek wilt vormgeven en koppel daar duidelijke doelen aan.
- Zie moderatie en beheer van socialemediakanalen niet als op zichzelf staande activiteiten, maar als middelen die onderdeel maken van een bredere strategie met betrekking tot dialoog.
- Denk na over manieren om je journalistiek via dialoog met je publiek te versterken.
- Ook transparantie en een constructievere berichtgeving kunnen bijdragen aan een betere verstandhouding met je publiek.

Ken de grenzen van de wet

Waar het begrip ‘geweld’ in de fysieke wereld duidelijk is gedefinieerd in de wet, geldt dit nog maar in beperkte mate voor de online wereld. Nog altijd is het internet een plek waar je tot op zekere hoogte kan doen en laten wat je wilt. Zo is er nog geen (wettelijke) definitie van online geweld. Hierdoor blijft het vaak lastig om te beoordelen wat grensoverschrijdend gedrag is.

Welke vormen van online kwetsend gedrag kennen we? De belangrijkste zijn:

- Cyberpesten
- Cencelen
- Doxing (het openbaar maken van andermans persoonsgegevens)
- Outing (het ongevraagd openbaar maken van iemands seksuele voorkeur)
- Online haat (onderverdeeld in haatzaaien, discriminatie, bedreiging en intimidatie)
- Seksueel geweld (onderverdeeld in grooming, sexting, sextortion (afpersing) en wraakporno)
- Shaming (waaronder het ongevraagd verspreiden van naaktfoto’s)

Gelukkig hebben politici en rechters steeds meer aandacht voor online kwetsend gedrag. Enkele ontwikkelingen:

- Bepaalde artikelen uit de Grondwet, zoals het verbod op discriminatie, gelden uiteraard ook online. Hier kan dus altijd een beroep op worden gedaan.
- Doxing is strafbaar sinds 1 januari 2024.
- Op 4 juli 2023 heeft de Tweede Kamer een wetsvoorstel voor een aanscherping van de Wet seksuele misdrijven aangenomen, waarmee seksuele intimidatie in het openbaar (zowel online en offline) strafbaar kan worden gesteld. De wet biedt betere strafrechtelijke bescherming tegen online seksueel misbruik (bijvoorbeeld seksueel getinte opmerkingen via sociale media of het ongewenst sturen van naaktfoto’s en seksfilmpjes) en seksuele intimidatie wordt verruimd.
- In EU-verband zijn er verschillende wettelijke initiatieven die ervoor moeten zorgen dat de grote techbedrijven meer verantwoordelijkheid nemen. De onlangs inwerking getreden Digital Services Act moet onder meer grondrechten beter beschermen en online misleiding en gebrekkige informatie tegengaan. De grootste platforms (Facebook, Instagram, YouTube en TikTok) worden het strengst gereguleerd.



COLOFON

Deze praktische richtlijn is tot stand gekomen in samenwerking met de volgende redacties, waarvoor wij hen hartelijk willen bedanken: AD - AT5 - de Volkskrant - Human - NOS - NRC NU.nl - Omroep Flevoland - Omroep West - RTV Drenthe - RTV Noord - VPRO

Daarnaast willen we volgende organisaties danken voor het leveren van input en het meelesen met de concepttekst:

Bellingcat - Free Press Unlimited - PersVeilig

Tekst: Raymond Krul

Design/opmaak: Mimi Sugarman (mstudioos.nl)

Namens DichterBijNieuws:

Tjeerd de Boer

Mimi van Dun

Geert van der Veen

Overige bronnen die onder meer gebruikt zijn bij het ontwikkelen van deze handleiding:

- Online polarisering, een onderzoek van het Vlaams Vredesinstituut
- Van omstander naar 'upstander', een onderzoek naar pro-sociaal gedrag online
- Trainingsmateriaal van PersVeilig
- Agressie en bedreiging richting journalisten 2021, een onderzoek in opdracht van PersVeilig
- Adviezen voor socialmediabeheerders van Netwerk Mediawijsheid
- Online kwetsend gedrag, een whitepaper van Netwerk Mediawijsheid
- De rol van sociale normen in online kwetsend gedrag van Netwerk Mediawijsheid
- Jongeren en Nieuws 2006-2022, een #UseTheNews wetenschappelijke literatuurstudie
- Onderzoeksmateriaal in het kader van DichterBijNieuws



Netwerk
Mediawijsheid