

# Hoe Facebook heeft bijgedragen aan de veiligheid van de Nederlandse verkiezingen in 2021

# Inhoud

	Samenvatting: De Nederlandse verkiezingen in cijfers	3
01	We zorgen voor veiligheid	4
02	We bestrijden misinformatie en nepnieuws	6
03	We voorkomen dat content viral gaat	8
04	We bestrijden pogingen om verkiezingen te verstoren	9
05	We maken politieke advertenties transparanter	10
06	Burgerparticipatie	11

# De Nederlandse verkiezingen in cijfers

IN DE PERIODE VAN 1 JANUARI TOT EN MET 31 MAART 2021  
HEBBEN WE IN NEDERLAND:

meer dan

## 94.000

berichten op Facebook en Instagram verwijderd wegens het overtreden van onze Richtlijnen voor de Community wat betreft haatdragend taalgebruik.

meer dan

## 17.000

berichten op Facebook en Instagram verwijderd vanwege het overtreden van ons beleid wat betreft misinformatie die kan leiden tot direct geweld of lichamelijk letsel.

waarschuwingen weergegeven bij

## 1,5 miljoen

keer bekeken berichten op Facebook. Dit gebeurde op basis van controles door externe factcheckers.

We hebben

## geen geval

aangetroffen van gecoördineerd niet-authentiek gedrag gericht op de verkiezingen van 2021 in Nederland.

Er is in het

eerste kwartaal van 2021

## 4,6 miljoen euro

besteed aan 44 duizend politieke advertenties in Nederland.

De speciaal ontworpen Instagram Verkiezingsstickers, bedoeld om mensen aan te moedigen te gaan stemmen, **zijn tussen 15 en 17 maart** in meer dan

## 400.000

Instagram Stories gedeeld.

Meer dan

## 270.000

mensen hebben op **17 maart** doorgelikt naar de informatiepagina van de Rijksoverheid over de verkiezingen via de link in de melding bovenaan hun Facebook-nieuwsoverzicht.

Voorafgaand aan de verkiezingen hebben we laten weten welke stappen we nemen bij Facebook om bij te dragen aan de veiligheid van de Nederlandse verkiezingen op 17 maart 2021. We vinden het belangrijk om transparant te zijn en uit te leggen hoe we ons in de maanden vóór en in de weken direct na de verkiezingen hebben ingespannen.

01

# We zorgen voor veiligheid

Het bewaken van de veiligheid van mensen op Facebook en Instagram is altijd onze hoogste prioriteit—dit is extra belangrijk in verkiezingstijd, wanneer beladen campagnes zelfs tot geweld of intimidatie kunnen leiden. We hanteren wereldwijde regelgeving — onze Richtlijnen voor de Community— die tot in detail beschrijft wat wel en niet mag op Facebook en Instagram. Hieronder vallen strenge regels voor het aanzetten tot geweld, haatzaaiing, intimidatie en het ontmoedigen van kiezers om te gaan stemmen.

In het eerste kwartaal van 2021 hebben we meer dan

## 94.000

berichten op Facebook en Instagram in Nederland verwijderd wegens schendingen van onze Richtlijnen voor de Community wat betreft haatdragend taalgebruik.

---

Maar we hebben meer gedaan: door alle extra aandacht in de aanloop naar verkiezingen zijn kandidaten extra kwetsbaar. Om hen te beschermen tegen hacks en identiteitsfraude, maar ook tegen bedreigingen en intimidatie, gebruiken we op Facebook en Instagram bijvoorbeeld detectiemechanismen op basis van kunstmatige intelligentie om dit soort dreigingen tegen te gaan. Bij deze Nederlandse verkiezingen in 2021 hebben we 725 Facebook-profielen, 309 Facebook-pagina's en 693 Instagram-accounts, in totaal 1727 accounts gekoppeld aan politieke kandidaten, partijen en partijleiders kunnen identificeren en op deze manier extra kunnen beveiligen.

Als iemand iets deelt waarvan jij denkt dat het onze regels overtreedt, dan willen we dat horen. Hiervoor stellen we rapporteer-tools beschikbaar zodat mensen overtredingen aan ons kunnen laten weten en we die kunnen onderzoeken. Als je iets post dat tegen onze regels ingaat, verwijderen we het.

---

**Voorafgaand aan de verkiezingen hebben we het Nederlandse ministerie van Binnenlandse Zaken geïnformeerd over ons beleid gerelateerd aan de verkiezingen, zodat zij potentiële problemen snel aan ons konden doorgeven via onze rapportagekanalen. Ook stonden we in nauw contact met een aantal NGO's die de verkiezingen volgden.**

Sinds 2016 hebben we de omvang van de teams die werken aan de veiligheid en bescherming van gebruikers verdrievoudigd naar meer dan 35.000 mensen wereldwijd. Ook hebben we meer engineers en beveiligingsexperts aangenomen, evenals contentbeoordelaars, waaronder ook Nederlandstalige moderatoren.

---

**In 2018 hebben we ons Elections Operations Center opgericht. Sinds de oprichting heeft deze afdeling binnen Facebook ondersteuning verleend bij verkiezingen die plaatsvonden in Brazilië, India, Europa en op vele andere plekken ter wereld. Het Elections Operations Center is ook ingezet bij de Nederlandse verkiezingen. Op deze manier brengen we deskundigen - inclusief onze onderzoeks-, operationele en juridische teams - uit het hele bedrijf samen om actuele vraagstukken, trends en ontwikkelingen te volgen die betrekking hebben tot de verkiezingen, zodat we potentieel misbruik dat via ons netwerk verloopt, adequaat kunnen aanpakken.**

We zijn ook pioniers in het gebruik van kunstmatige intelligentie bij het sneller opsporen en verwijderen van schadelijke content. In het eerste kwartaal van 2021 hebben we wereldwijd meer dan 34 miljoen stukken expliciete en gewelddadige content verwijderd—we verwijderen meer dan 99,7 procent van deze content proactief, dat wil zeggen vóóordat iemand het aan ons rapporteert.

02

# We bestrijden misinformatie en nepnieuws

We werken hard aan het bestrijden van misinformatie via onze platforms omdat we weten dat mensen betrouwbare informatie willen zien op Facebook en Instagram—dat willen wij ook.

Verschillende onafhankelijke onderzoeken tonen aan dat Facebook de interactie met nepnieuws met meer dan 50 procent heeft teruggebracht.

We verwijderen misinformatie die kan leiden tot direct geweld of lichamelijk letsel, zoals misinformatie over COVID-19 waardoor de kans dat mensen het virus oplopen of geen behandeling ervoor zoeken, kan toenemen—zoals namaakmedicijnen of onbewezen manieren om COVID-19-infecties te voorkomen.

In het eerste kwartaal van 2021 hebben we meer dan

## 17.000

berichten op Facebook en Instagram verwijderd vanwege het overtreden van ons beleid wat betreft misinformatie die kan leiden tot direct geweld of lichamelijk letsel.

We verwijderen eveneens misinformatie die mensen ervan zou kunnen weerhouden om te gaan stemmen, zoals verkeerde informatie over stemlocaties, stemtijden en stemmethoden.

Als het gaat om onjuiste berichten die onze Richtlijnen voor de Community niet direct overtreden, werken we samen met meer dan 80 onafhankelijke factcheck-organisaties wereldwijd—waarvan twee in Nederland—die de betrouwbaarheid van gedeelde content op Facebook en Instagram bekijken en beoordelen.

Deze factcheckers voegen waarschuwingslabels toe aan content die zij hebben beoordeeld als onjuist of gedeeltelijk onjuist. Onderzoek wijst uit dat als mensen deze labels zien, de meerderheid niet doorklikt naar de oorspronkelijke post. Content met de beoordeling ‘onjuist’ of ‘gedeeltelijk onjuist’ wordt daarnaast minder verspreid in het nieuwsoverzicht van Facebook, waardoor mensen het minder snel te zien krijgen. We tonen daarnaast gerelateerde artikelen van factcheckers voor context en sturen gebruikers een notificatie als een verhaal dat zij delen als ‘onjuist’ is beoordeeld.

---

In Nederland werken we samen met AFP en DPA. Een voorbeeld van dergelijke berichten die onderworpen werden aan een [factcheck door het DPA](#), was te zien op de dag voor de verkiezingen. De inhoud van deze berichten wees mensen erop om bij twijfel tussen twee partijen altijd twee vakjes op het stembiljet in te kleuren. Deze informatie werd gemarkeerd als onwaar door het DPA. Als gevolg daarvan werd de verspreiding van de berichten verminderd en werd er een overlay toegevoegd om mensen te waarschuwen voor het onjuiste karakter van deze claim.

In het eerste kwartaal van 2021 hebben we op Facebook waarschuwingen weergegeven bij berichten die

**1,5 miljoen** keer werden bekeken in Nederland. Dit gebeurde op basis van controles door externe factcheckers.

We vinden niet dat het aan ons is om als scheidsrechter op te treden in het politieke debat, of om ervoor te zorgen dat uitspraken van een politicus hun publiek niet kunnen bereiken, waardoor deze niet meer aan publiek debat en controle onderworpen kunnen worden. Daarom worden content en advertenties van politici niet door onze onafhankelijke factcheckers gecheckt. Als politici echter content delen die eerder als onjuist of gedeeltelijk onjuist is bestempeld, plaatsen we deze lager in het nieuwsoverzicht, laten we gerelateerde informatie van factcheckers zien en wordt deze content niet meegenomen in advertenties – zoals dat bij andere gebruikers van ons platform gebeurt. Belangrijk is om te benadrukken dat we wel content

van politici verwijderen die letsel kan veroorzaken, die kiezers ontmoedigt om te gaan stemmen, of waar sprake is van haatzaaien. Meer informatie over ons onafhankelijke factcheckers-programma en welke content gefactcheckt wordt is [hier](#) te vinden.

We willen er ook zeker van zijn dat mensen misinformatie kunnen herkennen en weten hoe ze ons ervan op de hoogte kunnen stellen. Dat is precies waarom we in Nederland een campagne zijn gestart waarbij we op Facebook leerzame tips verspreiden over hoe je nepnieuws herkent, genaamd '[Drie vragen om nepnieuws de wereld uit te helpen](#)'.

03

# We voorkomen dat content viral gaat

We hebben fundamentele veranderingen in onze producten doorgevoerd om de verspreiding van content—waaronder misinformatie—tegen te gaan, die geweld en conflicten kunnen vergroten of verergeren.

Zo hebben we massaberichten op WhatsApp in de ban gedaan. We gebruiken het leervermogen van onze machines om accounts te identificeren en te verbannen die zich hiermee bezig houden. Wereldwijd sluiten we ongeveer 2 miljoen accounts per maand voor dit soort misbruik.

Ook hebben we het aantal mensen waaraan je een bericht kan doorsturen aan banden gelegd door het te limiteren tot vijf chats per keer en hebben we de labels 'doorgestuurd' en 'vaak doorgestuurd' in het leven geroepen om aan te geven dat iets al meerdere keren gedeeld is. Sindsdien hebben we het aantal mensen waaraan je een 'vaak doorgestuurd' bericht kan sturen, teruggebracht tot slechts één chat per keer. Dit heeft geleid tot een afname van 70 procent in het aantal vaak doorgestuurde berichten op WhatsApp.

Deze limieten op het doorsturen hebben we ook bij Messenger geïntroduceerd, zodat berichten naar maximaal vijf mensen of groepen tegelijkertijd kunnen worden gestuurd. Het stellen van een limiet op het doorsturen is een effectieve manier om de verspreiding van virale misinformatie en schadelijke content die de potentie hebben om problemen te veroorzaken in de echte wereld tegen te gaan.



04

# We bestrijden pogingen om verkiezingen te verstoren

We houden dagelijks miljoenen nepaccounts tegen, al bij het registratieproces. Continu bouwen we onze technische systemen uit en updaten we ze om het gemakkelijker te maken om te reageren op meldingen van misbruik, om spam te detecteren en te verwijderen, om nepaccounts op te sporen en uit te schakelen en om pogingen om accounts te hacken te voorkomen.

In het eerste kwartaal van 2021 hebben we wereldwijd meer dan

**1,3 miljard**  
accounts geblokkeerd.

We hebben de omvang van de teams die werken aan de veiligheid en bescherming van gebruikers verdrievoudigd naar meer dan 35.000 mensen wereldwijd. Ook hebben we gespecialiseerde teams die zich bezighouden met gecoördineerd niet-authentiek gedrag ingehuurd om gecompliceerde netwerken van pagina's, groepen en accounts op Facebook te onderzoeken en te verwijderen.

Gecoördineerd niet-authentiek gedrag houdt in dat groepen mensen met nepprofielen samenwerken om het publieke debat te beïnvloeden. Dit kunnen binnenlandse campagnes zijn of campagnes die worden gestuurd vanuit buitenlandse machthebbers, waaronder buitenlandse overheden.

Sinds 2017 hebben we wereldwijd meer dan honderd van deze netwerken offline gehaald, waarvan vele vlak voor grote verkiezingen.

---

We hebben **geen geval** aangetroffen van gecoördineerd niet-authentiek gedrag gericht op de verkiezingen van 2021 in Nederland.

05

# We maken politieke advertenties transparanter

Wij vinden dat de politieke discussie en het politieke debat transparant moeten zijn voor elke kiezer. Daarom hebben we de afgelopen jaren een aantal tools geïntroduceerd die meer informatie bieden over politieke advertenties op Facebook en Instagram. De definitie van ‘politieke advertenties’ op Facebook en Instagram omvat niet alleen advertenties van politici en advertenties over politici en verkiezingen, maar ook alle advertenties over onderwerpen met maatschappelijke relevantie.

We hebben deze transparantie-tools verplicht gemaakt voor politieke advertenties in Nederland. Hierdoor moet iedereen die een politieke advertentie wil verspreiden eerst een verificatieproces doorlopen om te bewijzen dat ze zijn wie ze zeggen te zijn en dat ze in Nederland wonen. We voeren daarnaast extra checks uit om er zeker van te zijn dat onze overige regels worden nageleefd.

Elke politieke advertentie in Nederland krijgt ook een label met een ‘gesponsord door’-disclaimer, zodat je snel kan zien wie ervoor betaald heeft. We zetten daarnaast alle politieke advertenties die in Nederland actief zijn in onze Advertentiebibliotheek zodat iedereen de verschillende actieve advertenties kan zien en kan checken welke soorten mensen deze hebben gezien, plus de hoeveelheid geld die er aan uitgegeven is. Dit volledig doorzoekbare archief slaat deze advertenties zeven jaar lang op.

Academici en journalisten kunnen via de zogenaamde API ook direct toegang krijgen tot de data van de Facebook Advertentiebibliotheek. Via deze weg heeft de Universiteit van Amsterdam, financieel gesteund

Er is in het eerste kwartaal van 2021

4,6  
miljoen  
euro

besteed aan 44 duizend politieke advertenties in Nederland.

door het ministerie van BZK, de website [politieke-advertenties.nl](https://politieke-advertenties.nl) gecreëerd. Op de site worden overzichten weergegeven van het aantal advertenties, de uitgaven en de targeting van de verschillende politieke partijen.

Deze veranderingen betekenen dat politieke advertenties op Facebook en Instagram nu zelfs transparanter zijn dan andere vormen van campagnevoering, zoals reclameborden, advertenties in kranten, post, pamfletten of gerichte e-mail.

06

# Burgerparticipatie

Helpen bij het ondersteunen van een goed geïnformeerde en participerende samenleving staat centraal in het werk dat we doen rond en tijdens verkiezingen. In Nederland zijn we trainingen en gesprekken gestart met belangrijke stakeholders zoals de overheid, politici en de media om hen te informeren over alles dat we voor het land doen rond verkiezingstijd.

Onze focus ligt hierbij op het laten zien aan deze groepen over hoe Facebook een waardevolle tool kan zijn voor burgerparticipatie. We hebben hen onze Richtlijnen voor de Community uitgelegd, de richtlijnen die bepalen wat mag en wat niet mag op Facebook, evenals de werking van onze transparantie-tools voor advertising en de stappen die zij kunnen ondernemen om de veiligheid te waarborgen tijdens het gebruik van onze platforms.

Tussen 15 en 17 maart zijn er meer dan

**400.000**

verhalen gedeeld met onze Nederlandse Instagram-verkiezingsstickers.

---

Om mensen aan te moedigen om te gaan stemmen, heeft de Rotterdamse kunstenaar **Xaviera Altena** vier Instagram Story-stickers voor ons ontworpen. De stickers linken door naar de verkiezingspagina van de Rijksoverheid, [elkestemtelt.nl](https://elkestemtelt.nl).

Meer dan

**270.000**

mensen klikten door naar deze officiële informatiepagina.

---

In Nederland verscheen op verkiezingsdag een bericht bovenaan de tijdlijn van Facebook-gebruikers om hen aan te moedigen te gaan stemmen. De link in dit bericht leidde mensen naar de informatie op de verkiezingspagina van de Rijksoverheid, [elkestemtelt.nl](https://elkestemtelt.nl).

Hoe Facebook heeft bijgedragen  
aan de veiligheid van de  
Nederlandse verkiezingen in 2021