

Master in Journalistiek

OMGAAN MET PUBLIEKSREACTIES OP ONLINE NIEUWSARTIKELS

Moderatie-aanpak bij Het Laatste Nieuws en VRT

Masterproef aangeboden door
Sam VANDENBOSCH

Tot het behalen van de graad van master in Journalistiek

Promotor: De Cock, Rozane

Academiejaar: 2020-2021



KU LEUVEN

- **Code of conduct voor geloofwaardig auteurschap**
 - **Correct verwijzen naar bronnen houdt in:**
 - dat ik als auteur transparant ben over mijn bronnen, zodat de lezer op elk moment correct kan inschatten welke de bron is van wat beweerd wordt;
 - dat ik als auteur geen relevante informatie waarover ik beschik en die een ander licht zou kunnen werpen op de geboden interpretatie of ontwikkelde redenering bewust weglaat;
 - dat ik als auteur duidelijk aangeef welke relevante interpretaties ik niet in rekening heb gebracht en waarom dat is gebeurd;
 - dat ik als auteur waarheidsgetrouw weergeef wat ik heb geobserveerd;
 - dat ik als auteur op de hoogte blijf van evoluties in manieren van verwijzen en het weergeven van referenties en een bibliografie.

Ik bevestig dat ik deze *code of conduct* heb nageleefd bij het schrijven van deze masterproef.

Naam: Vandenbosch Sam

Datum: 27/04/2021

Handtekening:

2 Voorwoord

Deze masterproef is het sluitstuk van de masteropleiding Journalistiek aan de KU Leuven. Gedurende een jaar verdiepte ik me in de moderatie van onlinepublieksreacties bij Vlaamse nieuwsmedia. Door aan dit onderzoek te werken, leerde ik veel bij over de werking van Vlaamse nieuwsmerken, en meer specifiek hoe zij omgaan met de overgang naar online kanalen voor de verspreiding van hun artikels. Tweeweg communicatie via onlinepublieksreacties is immers een relatief recent fenomeen. Daarnaast bood dit onderzoek me de mogelijkheid om mijn kennis over kwalitatief onderzoek op te frissen. Voor constructieve en gedetailleerde feedback over dit werkstuk, kon ik steeds terecht bij mijn promotor, Rozane De Cock. Daarnaast wil ik mijn familie en vrienden bedanken. Zij zorgden ervoor dat ik deze masterproef steeds kritisch bleef revalueren.

Vlaamse online nieuwsmedia overspoeld door haat

In de commentarensecties van Vlaamse online nieuwsmedia, duiken er steeds meer haatreacties op. Deze masterproef onderzoekt wie er verantwoordelijkheid draagt voor de moderatie van dergelijke onlinepublieksreacties, de gehanteerde moderatieprincipes en de moderatietechnieken die de nieuwsmerken gebruiken. Het onderzoek zoomt in op Het Laatste Nieuws en de VRT omdat zij respectievelijk de grootste commerciële en publieke nieuwsmedia zijn in Vlaanderen. Tegelijk is Het Laatste Nieuws een printkrant en de VRT een audiovisueel nieuwsmerk, en zetten beiden sterk in op online berichtgeving. Het Laatste Nieuws modereert voor beide kanalen, maar de VRT doet dat enkel voor de sociale mediakanalen. Die laatste sloot de commentarensecties op zijn website vanwege het toxische online klimaat. Het onderzoek werd gevoerd aan de hand van zowel diepte-interviews bij moderatoren als observatie en *think aloud* tijdens de moderatietoek. Observatie werd in voorgaand onderzoek nog niet gebruikt in het kader van de moderatie van publieksreacties op online nieuwsartikels, en zeker niet in combinatie met de *think aloud*-methode.

Waar de verantwoordelijkheid ligt bij de Vlaamse nieuwsbedrijven, was in de bestaande literatuur nog onduidelijk. De sociale mediakanalen van de VRT en die van Het Laatste Nieuws kiezen voor moderatie door de redactieleden zelf, zodat er meteen teruggekoppeld kan worden naar de journalisten. Het grootste nadeel is dat de taak tijd in beslag neemt die ten koste gaat van hun *core business*, berichtgeving. De website van Het Laatste Nieuws kiest voor uitbesteding van de moderatietoek om tijd uit te sparen. Desalniettemin pleiten beide nieuwsmerken ervoor dat ook de overheid druk uitoefent op de socialenewebsites, aangezien zij weigeren om transparant en streng te modereren. Als er niet snel wordt ingegrepen, vrezen de moderatoren immers dat rellen zoals de bestorming van het Capitool niet ver weg zijn voor Vlaanderen. De regering buigt zich nu over een resolutie die socialenewebsites verplicht om strafbare reacties te bannen en om meer transparantie te brengen. De oppositie verzet zich daar echter tegen, en werpt op dat socialenewebsites op die manier het monopolie krijgen op censuur. Daarnaast hebben ze kritiek op de gelijkschakeling van gedrukte en online overtredingen. De Belgische grondwet schrijft immers voor dat als de auteur van een strafbare uiting bekend is en in België woont, de verspreider niet vervolgd kan worden. De resolutie houdt de uitgever, het socialemediaplatform, echter wel verantwoordelijk.

Ten tweede focust het onderzoek zich op de selectieprincipes op basis waarvan moderatoren een reactie afkeuren. Zo wierp de onderzoeker een blik op de achterliggende waarden die Vlaamse online nieuwsmedia in het vaandel dragen, en tot waar ze discussie beschouwen als onderdeel van het publieke debat. Uit het onderzoek blijkt dat de Vlaamse nieuwsmedia hun principes opstellen vanuit de redactionele gedragscode en de wetgeving. Opvallend is dat de moderatie zich vooral dient te focussen op haat in de commentarensecties. Respect en fatsoen blijken dan ook centrale moderatieprincipes voor beide nieuwsmerken, al is de ene moderator daar gevoeliger voor dan de ander.

Ten derde onderzoekt deze masterproef de technieken die de moderatoren gebruiken, en waarom ze kiezen voor een bepaalde techniek. De technieken in de bestaande literatuur zijn vaak weinig transparant of steunen op individuele keuzes van de journalisten. Vergissingen worden moeizaam rechtgezet en er blijven aangebrachte reacties opduiken. Moderatoren geven dan ook aan dat ze baat hebben bij inzichten in de technieken waarmee andere redacties modereren. Het onderzoek besluit dat de Vlaamse mediabedrijven zes technieken toepassen: reacties verwijderen, reacties verbergen, algoritmische moderatie, gebruikers blokkeren, het deactiveren van commentarenssecties, en interactie. De eerste techniek, reacties verwijderen, is de meest gebruikte. Verberging van de reacties sluit daarbij aan, maar daarbij kan de gebruiker zelf en zijn/haar netwerk de reactie blijven zien. De voordelen van algoritmische moderatie zijn kosten- en tijdsbesparing, maar de tools maken nog veel fouten die niet zouden optreden bij menselijke moderatie. De vierde techniek, de blokkering van gebruikers, wordt gebruikt om de sanctie tegen de gebruiker een stapje verder te trekken. Deactiveren van commentarenssecties wordt vooraf gebruikt bij gevoelige onderwerpen, of achteraf wanneer de omgeving te toxisch wordt. De laatste techniek, interactie, wordt gebruikt voor *community building*, om extra info te geven aan de gebruiker, voor zelfverdediging van het nieuwsmerk, en om de gebruiker te attenderen op kleine overtredingen.

De masterproef biedt heldere inzichten over de moderatie van onlinepublieksreacties. Omdat moderatie een relatief recent fenomeen is, is het belangrijk om transparantie te brengen zodat Vlaamse nieuwsbedrijven consistente moderatieprincipes kunnen formuleren. Daarnaast maakt het onderzoek duidelijk dat sociale media, ook al beweren ze anders, zich onvoldoende inzetten voor een veilige digitale omgeving die strafbare reacties bant zonder de vrije meningsuiting aan te tasten.

1	Code of conduct	2
2	Voorwoord	3
3	Persbericht	4
4	Lijst met foto's en tabellen	8
5	Inleiding	9
6	Literatuuroverzicht	10
6.1	<i>Nieuwscultuur</i>	10
6.2	<i>Online participatory culture</i>	11
6.2.1	Voordelen van de online participatory culture.....	11
6.2.2	Nadelen van de online participatory culture	11
6.2.2.1	Geen diversiteit	11
6.2.2.2	Ontsporing van discussies.....	12
6.2.2.3	De psychologische verwerking van onlinepublieksreacties.....	13
6.2.2.4	Niet onderbouwd.....	14
6.3	<i>Moderatie van onlinepublieksreacties als oplossing</i>	15
6.4	<i>Verantwoordelijkheid voor moderatie van onlinepublieksreacties</i>	15
6.4.1	Redactie.....	16
6.4.2	Outsourcing.....	16
6.4.3	Sociale netwerksites	17
6.5	<i>Moderatieprincipes</i>	17
6.5.1	Sociaal-politieke context	18
6.5.2	Wettelijk kader	18
6.5.3	Redactionele gedragscode	18
6.5.4	Economische bedrijfsstrategieën	19
6.5.5	Interindividuele verschillen tussen moderatoren	19
6.6	<i>Moderatietechnieken</i>	19
6.6.1	Interactieve moderatietechnieken.....	20
6.6.2	Niet-interactieve moderatietechnieken.....	20
6.6.2.1	Gecentraliseerde gatekeeping-strategieën	21
6.6.2.2	Gedecentraliseerde gatekeeping-strategieën.....	22
7	Onderzoeksdoel	23
8	Onderzoeksaanpak	24
8.1	<i>Dataverzamelmethode</i>	24
8.1.1	Ethische overwegingen	24
8.2	<i>Steekproefbeschrijving</i>	25
8.3	<i>Meetinstrumenten</i>	25
8.4	<i>Analysestrategie</i>	27
8.5	<i>Kwaliteitscontroles</i>	28
9	Resultaten	29
9.1	<i>Onderzoeksvraag 1</i>	29

9.2	<i>Onderzoeksvraag 2</i>	32
9.3	<i>Onderzoeksvraag 3</i>	35
10	Discussie	43
10.1	<i>Bespreking onderzoeksresultaten</i>	43
10.1.1	<i>Onderzoeksvraag 1</i>	43
10.1.2	<i>Onderzoeksvraag 2</i>	44
10.1.3	<i>Onderzoeksvraag 3</i>	45
10.2	<i>Beperkingen huidig onderzoek en aanbevelingen toekomstig onderzoek</i>	47
10.3	<i>Aanbevelingen werkveld</i>	47
11	Conclusie	48
12	Literatuurlijst	50
13	Bijlagen	58
13.1	<i>Topic lijst diepte-interviews</i>	58
13.2	<i>Transcripten met coderingen</i>	61
13.3	<i>Codeboom</i>	125
13.4	<i>Veldnotities observatie moderatie website Het Laatste Nieuws</i>	133
13.5	<i>Veldnotities observatie moderatie sociale media Het Laatste Nieuws</i>	134
13.6	<i>Informed consent</i>	139

4 Lijst met foto's en tabellen

Foto 1. Interactieve moderatietechniek: link naar de nieuwswebsite

Foto 2. Interactieve moderatietechniek: broninformatie aanbieden

Foto 3. Interactieve moderatietechniek: extra informatie aanbieden

Foto 4. Interactieve moderatietechniek: attenderen op overtreding

Tabel 1. Moderatieprincipes en bijhorende moderatietechnieken

Tabel 2. Moderatie technieken per nieuwsmerk

5 Inleiding

Nu we door de Coronapandemie niet meer op café kunnen ventileren, zijn we genoodzaakt dat te doen via online discussiefora en sociale media. Het enige verschil is dat die soms impulsieve meningen in de online omgeving zwart op wit vereeuwigd worden. Er is dan ook veel haat te vinden in de commentarensecties van online nieuwsmedia (Ervajec & Poler Kovacic, 2012; Smyrniaios & Marty, 2020). De online publieke sfeer maakt zijn beloftes bovendien niet helemaal waar. Uit de literatuur blijkt dat het reagerend publiek weinig divers is, opinies onvoldoende onderbouwd worden, en discussies al snel ontsporen (Fabris, 2018; Nuytemans, 2020). Er is daarom nood aan strengere moderatie (Mawindi Mabweazara, 2014). Via diepte-interviews, observatie en think aloud tracht deze masterproef een blik te werpen op de moderatie-aanpak bij Vlaamse online nieuwsmedia. Meer specifiek zal het onderzoek zich richten op Het Laatste Nieuws en de VRT, respectievelijk de grootste commerciële en publieke nieuwsmerken in Vlaanderen. Tegelijk is Het Laatste Nieuws een printkrant en de VRT een audiovisueel nieuwsmerk, en zetten beiden sterk in op online berichtgeving. De generaliseerbaarheid van de masterproef zal eerder laag zijn aangezien de studie niet alle Vlaamse — laat staan internationale — nieuwssites en -fora kan betrekken. Daarnaast is het onderzoek sterk afhankelijk van de medewerking van de moderatoren.

Volgens de literatuur kan de moderatie uitgevoerd worden door de redactie, door middel van uitbesteding of door de socialenetwerksite (Chen & Pain, 2017; Smyrniaios & Marty, 2020). Waar die verantwoordelijkheid ligt bij de Vlaamse moderatiebedrijven is nog onduidelijk. Vandaar dat de eerste onderzoeksvraag bestudeert wie de onlinepublieksreacties modereert, en waarom de verantwoordelijkheid daar gelegd wordt.

Bij de moderatie van onlinepublieksreacties baseren de moderatoren zich volgens de literatuur op principes vanuit de redactie en de wetgeving (Boberg et al., 2018; Smyrniaios & Marty, 2020). Er is echter weinig bekend over wat die specifieke selectiecriteria om een onlinepublieksreactie te modereren, zijn (Gillespie, 2018). Deze masterproef werpt daarom een blik op de achterliggende waarden die Vlaamse online nieuwsmedia in het vaandel dragen, en tot waar ze discussie beschouwen als onderdeel van het publieke debat. Het is belangrijk om daarin transparantie te brengen zodat Vlaamse nieuwsbedrijven consistente moderatieprincipes kunnen formuleren.

De literatuur stelt daarnaast een aantal moderatietechnieken voor, maar die zijn vaak weinig transparant of steunen op individuele keuzes van de journalisten. Daarom onderzoekt deze masterproef welke technieken de Vlaamse nieuwsmedia toepassen bij de moderatie van onlinepublieksreacties, en waarom ze kiezen voor een specifieke techniek.

De drie onderzoeksvragen zullen elk afzonderlijk behandeld worden. De masterproef introduceert de drie domeinen eerst aan de hand van een literatuurstudie. Vervolgens wordt er een overzicht gegeven van de onderzoeksvragen, en de relevantie van de masterproef. Daarna zetten we uiteen via welke methoden en strategieën we een antwoord trachten te bieden op de onderzoeksvragen. In het volgende onderdeel geeft de masterproef een overzicht van de onderzoeksresultaten. Daarna worden die resultaten afgezet tegen de bevindingen in de literatuur, en worden mogelijke verklaringen geboden. Afsluitend vat de masterproef alles kort samen in de conclusie.

6 Literatuuroverzicht

6.1 Nieuwscultuur

De media hebben altijd een prominente rol gespeeld in de selectie van nieuws, en de manier waarop dat nieuws overgebracht wordt naar het publiek (Tewksbury, 2012). De trend van mediaconvergentie heeft ervoor gezorgd dat actualiteit beschikbaar is in verschillende vormen en op verschillende platformen (Ksiazek, Peer, & Lessard, 2016). Nieuws is nu ook online, en grotendeels gratis, voorhanden. Aan de hand van algoritmes kan nieuwscontent nu aangeboden worden naargelang de persoonlijke interesses van de lezer. Nieuwsredacties beschouwen sociale media daarbij als hulpmiddel. Via sociale netwerksites trekken ze publiek aan in de hoop dat men doorklikt naar de nieuwswebsite (Hong, 2012). De inhoud van dat online nieuws is vaak dezelfde als die van de gedrukte artikels. De redactie moet de content enkel aanpassen aan de eisen van de digitale omgeving (Boumans, Trilling, Vliegheart, & Boomgaarden, 2018). Online nieuws wordt immers gekenmerkt door een hoog tempo van berichtgeving en de vluchtigheid van nieuwsconsumptie (Buhl, Günther, & Quandt, 2018). Door al die nieuwe mogelijkheden is er een nieuwscultuur ontstaan waar de gebruiker niet langer omheen kan. De vele opties hebben de drempel voor nieuwsconsumptie verlaagd (Ksiazek, Peer, & Lessard, 2016).

Het internet is bovendien aan het evolueren tot een centrale nieuwsbron (Suh et al., 2018). Eén op vier Vlamingen gebruikt Facebook om het nieuws te volgen. Bij YouTube, Twitter en Instagram ligt dat cijfer rond één op tien. Welbers & Opgenhaffen (2018) schatten dat voor De Morgen 57,5% en voor De Standaard 53% van de interesse in nieuws kan worden toegeschreven aan de publicaties op hun Facebook-pagina's. Socialemediamanagers hebben dus een grote invloed op het succes van nieuws. Sociale media zijn ten eerste geëvolueerd van een manier om de instroom naar de nieuwssite te vergroten, naar volwaardige platformen om een nieuwsverhaal te brengen. Ten tweede is het gebruik van sociale media geëvolueerd van de distributie van dezelfde content op verschillende sociale mediaplatformen, naar per platform content op maat maken voor de juiste doelgroep (Boumans et al., 2018; Brasseur, 2020; Ksiazek, Peer, & Lessard, 2016). Tandoc (2014) argumenteert dat de commentareensecties niet enkel voordeel bieden aan het publieke debat, maar ook aan het voortbestaan van de journalistieke sector. Journalisten worden geconfronteerd met afnemende inkomsten uit de traditionele journalistiek. Die lage inkomsten worden nog steeds niet gecompenseerd door de digitale inkomsten. Die instabiliteit heeft de poorten naar de invloed van het publiek geopend. Journalisten vatten publieksreacties op als een vorm van economisch kapitaal dat kan worden ingezet om maximale inkomsten uit journalistieke bijdragen te genereren. Het Laatste Nieuws ziet nieuws op sociale media dan ook niet als middel tot engagement van burgers, maar vooral als een manier om mensen te laten doorklikken naar hun website (Van den Berghe, 2021). De juiste datacultuur kan bovendien je journalistiek meer bereik en impact geven (Brasseur, 2020; Hong, 2012). Aan de hand van web statistieken analyseren redacteuren welke onderwerpen, foto's en koppen succes genereren. Zo blijken bij Het Laatste Nieuws vooral dieren, het klimaat, *reality* televisie, horrorfilms en politiek het goed te doen (Van den Berghe, 2021). Artikels die veel reacties teweeg brengen, bevatten vaak controversie, zijn verrekend, creëren betrokkenheid en spelen in op emotie (Ziegele, Weber, Quiring, & Breiner, 2018; Ziegele, Quiring, Esau, & Friess, 2020).

6.2 Online participatory culture

6.2.1 Voordelen van de online participatory culture

Naast de nieuwscultuur, heeft het internet ook een gemeenschap voor de nieuwsontvangers gecreëerd in de vorm van commentarenssecties. Door rechtstreeks feedback te geven op artikels en in dialoog te treden met andere gebruikers, kunnen ze online deelnemen aan het publiek debat. Op die manier ontstaat er een nieuwe publieke sfeer, wat Jenkins (2014) de '*participatory culture*' noemde (Kangaspunta, 2020). Deelname aan die participatory culture is onderdeel van een goed functionerende democratie. Er kunnen immers diverse opinies aan bod komen, en geïnformeerde burgers kunnen actief mee nadenken. De commentarenssecties fungeren daarbij als *counterpublic spheres* (Toepfl & Piwoni, 2015). Dergelijke counterpublic spheres hebben als doel a) bestaande machtsverhoudingen binnen de publieke sfeer (zoals de autoriteit van de traditionele media) te ontcrachten, b) de consensus in de publieke sfeer in vraag te stellen, en c) de identiteit van het counterpubliek te versterken. Ook Loke (2012) stelt dat het publiek debat in de 21ste eeuw online gevoerd wordt. In tegenstelling tot traditionele nieuwsmedia, wordt internetnieuws gekenmerkt door tweewegcommunicatie. Aan de hand van de commentarenssecties onderaan een online nieuwsartikel kan de lezer de redactie onmiddellijk feedback geven (Suh, Lee, Suh, Lee, & Lee, 2018). Bij traditionele nieuwsmedia, televisie en radio, was die feedback beperkt tot lezersbrieven (Smyrniotis & Marty, 2020). Via sociale media reageren op online nieuwsartikels is tegenwoordig een van de meest populaire vormen van gebruikersparticipatie (Weber, 2014). Het is dan ook relevant om dit onderzoek te voeren omdat commentarenssecties en online participatory culture steeds belangrijker worden.

6.2.2 Nadelen van de online participatory culture

Journalisten hebben een cruciale rol bij de vorming van dergelijke online nieuwsgemeenschappen (Fabris, 2018). Via commentarenssecties kunnen zij de idealen van *civic journalism* verwezenlijken (Meyer & Carey, 2014): de media informeren niet alleen, maar proberen burgers ook aan te sporen om deel te nemen aan het publiek debat. De vele tools die het internet biedt worden bovendien steeds effectiever, goedkoper en gebruiksvriendelijker (Dahlgren, 2013). Civic journalism kan op die manier bijdragen aan een gezondere democratie en fungeren als een maatschappelijk middenveld (Nah & Chung, 2020). Het potentieel voor civic journalism mag echter niet leiden tot technologisch determinisme; de idee dat het internet de democratie zal redden (Dahlgren, 2013). Hoewel de participatory culture voordelen biedt voor zowel het publieke debat als de journalistieke sector, zijn er ook een aantal nadelen aan verbonden. Een volwaardig debat is in een online context niet steeds evident.

6.2.2.1 Geen diversiteit

Civic journalism bestaat enkel a) wanneer meerdere gebruikers deelnemen aan de commentarenssecties, en b) wanneer hun communicatie interactief wordt en zo tot een volwaardige discussie leidt (Weber, 2014). Wat betreft de eerste voorwaarde, besluit Nuytemans (2020) dat er in het reagerende publiek weinig of geen diversiteit zit. Dat suggereert dat online commentatorsystemen zodanig moeten worden verbeterd dat er meer uiteenlopende meningen van lezers kunnen worden gegarandeerd (Wu & Atkin, 2017). Sociaaleconomische en andere sociaal-structurele ongelijkheden

blijken immers voorspellers te zijn van online participatie (Wu & Atkin, 2017). Zo zijn de gebruikers vaak mensen die het eens zijn met de toon van het nieuwsartikel, of individuen met narcistische persoonlijkheidskenmerken. Daarnaast spelen de effecten van *filter bubbles* (Nguyen, Hui, Harper, Terveen, & Konstan, 2014) en *reinforcing spirals* (Slater, 2007) een grote rol bij dat gebrek aan diversiteit (Zuiderveen Borgesius et al., 2016). De filter bubble ontstaat wanneer algoritmes enkel artikels en meningen tonen die in het verlengde liggen van de interesses, opinies en attitudes van de lezer. Daardoor worden individuen niet geconfronteerd met andere denkwijzen. Bovendien speelt ook het homofilieprincipe (Berbers, D'Haenens, & Koeman, 2017). Dat is de neiging van een persoon om banden te vormen en te onderhouden met gelijkgestemde individuen die in bepaalde (sociale) categorieën op hem of haar lijken. Online is het erg gemakkelijk om individuen met dezelfde denkwijzen te vinden, ook al gaat het om extreem gedachtegoed of marginale meningen. Op die manier ontstaan er *reinforcing spirals*, waarbij de opinies en attitudes telkens opnieuw bevestigd en zelfs versterkt worden. Op Facebook komen vaak emotionele onderwerpen, straffe titels en opinies aan bod, waardoor de effecten des te sterker kunnen inwerken (Brasseur, 2020). Daarnaast blijkt dat het Facebook-algoritme meer nieuwsberichten toont aan gebruikers die vaak reageren en veel likes krijgen (Van den Berghe, 2021). Dat zijn echter vaak gebruikers die extreme reacties plaatsen, waardoor er een vicieuze cirkel in gang wordt gezet. Het debat is dus niet volwaardig omdat het geen representatieve en gebalanceerde actoren in de weegschaal legt.

6.2.2.2 *Ontsporing van discussies*

Als er wel diversie opinies aan bod komen in de commentarensecties, levert dat op zijn beurt problemen op voor de tweede voorwaarde van civic journalism (Weber, 2014). Bij de confrontatie met andere meningen, ontstaan er immers vaak hevige discussies. In de commentarensecties speelt, naast het homofilieprincipe (Berbers, D'Haenens, & Koeman, 2017), ook het zwakke bandenprincipe van Granovetter (1983). Zwakke banden doen zich voor in meer heterogene omgevingen tussen individuen die tot verschillende sociale categorieën behoren, zoals een verschillende etniciteit, gender, beroepsgroep en dergelijke. Sinds de ontzuiling zijn nieuwsmedia immers niet meer verankerd in een uitgesproken politieke kleur. Het publiek koopt geen specifieke krant meer uit ideologische overwegingen, maar maakt zijn keuze op basis van kwaliteit, onderwerpen, vorm, enzoverder. Er is met andere woorden ideologisch pluralisme in het nieuwslandschap (Raeijmaekers & Maesele, 2014).

Een van de bedreigingen voor de commentarensecties, zijn **haatdragende reacties of hatespeech**. Haatdragende reacties hebben veel plaats ingenomen in de online publieke ruimte (Ervajec & Poler Kovacic, 2012). Roks en van der Schoot (2019) definiëren hatespeech als “een directe aanval op mensen op basis van ras, afkomst, nationaliteit, religie, seksuele geaardheid, kaste, sekse, geslacht, genderidentiteit, of ernstige ziekten of beperkingen”. Een aanval omschrijven ze als “gewelddadig of mensonterend taalgebruik, beweringen over minderwaardigheid en oproepen tot uitsluiting of segregatie”. Xenofobie, homofobie en seksisme maken deel uit van een online vigerend conservatief, nationalistisch discours (Wodak, 2015). Extreemrechtse individuen kunnen via het internet gemakkelijk gelijkgestemden vinden. Online ondervinden die groeperingen minder maatschappelijke weerstand dan offline. Ook gebruiken ze sociale media om hun ideologie uit te dragen, een groepsidentiteit te

vormen en op te roepen tot actie. De extreemrechtse ideeën worden op sociale media niet verhuld; hun boodschap en taalgebruik worden louter aangepast aan de eisen van de sociale netwerksite. Moderatoren worden dus dagelijks geconfronteerd met dergelijke racistische, seksistische en homofobe uitspraken (Smyrnaioi & Marty, 2020). Online reacties bevatten regelmatig negatieve en stereotiepe uitdrukkingen over bepaalde bevolkingsgroepen. Veel van die uitingen zouden in eender welke andere mediacontext beschouwd worden als aanvallend (Ronkin & Karn, 2002). Het Laatste Nieuws rapporteert dat er meer hatespeech voorkomt op de Facebook-pagina van Het Laatste Nieuws dan op de website (Van den Berghe, 2021). Bepaalde onderwerpen in het bijzonder, zoals immigratie en terrorisme, wekken vijandige reacties op (Smyrnaioi & Marty, 2020). Dergelijke publieksreacties kunnen in het bijzonder gevaarlijk zijn voor jongeren. Zij worden makkelijker beïnvloed door onwaarheden en/of extreme reacties (Depandelaere, Gabriels, & Huylenbroeck, 2006). Deze studie tracht de selectiecriteria te onderscheiden die Vlaamse online nieuwsmedia toepassen om haatdragende reacties op online nieuwsartikels te censureren en/of gebruikers te blokkeren.

Een andere bedreiging is de toename van **ongepaste en onbeleefde reacties** in de commentarenssecties. Coe, Kenski en Rains (2014) omschrijven dit als *'uncivility'*, waarmee ze doelen op "een onnodig respectloze houding tegenover het discussieforum, zijn deelnemers of zijn onderwerpen" (p. 660). Uit onderzoek van Loveland en Popescu (2011) blijkt dat negatieve reacties significant vaker voorkomen in commentarenssecties dan positieve reacties (respectievelijk 43% versus 7%). Negatieve reacties lokken op hun beurt hevige discussies uit (Ziegele, Breiner, & Quiring, 2014). Ook persoonlijke aanvallen en ingaan tegen iemands mening zijn prominenter dan iemand bejubelen of iemands mening steunen (Yap, 2013). Persoonlijke aanvallen dragen niets bij aan discussies, maar hebben louter tot doel de geloofwaardigheid van de tegenspeler onderuit te halen (Yap, 2013).

Journalisten voelen de behoefte om aanstootgevende reacties van gebruikers te matigen om te voorkomen dat online discussies uitmonden in ruzies (Boberg, Schatto-Eckrodt, Frischlich, & Quandt, 2018). Doordat er echter een gebrek is aan duidelijke, structurele gatekeeping-strategieën, blijven de sluizen van haatdragende opvattingen en onbeleefde reacties geopend (Mawindi Mabwezara, 2014). Dergelijke reacties vormen een ernstige bedreiging voor de journalistieke standaarden van onpartijdigheid en fatsoen (Bennett, 2007; Mawindi Mabwezara, 2014). Moderatoren moeten voortdurend een evenwicht zoeken tussen de creatie van open ruimtes voor gebruikersparticipatie, en de bescherming van die ruimtes tegen hatespeech, storende of onzinnige reacties, dreigende beschuldigingen, nepnieuws en zelfs cyberpesten (Boberg et al., 2018; Quandt, 2018). Daarnaast vertonen de commentarenssecties een sterke toename van lastercampagnes, en manipulatie van de publieke opinie (Karatzogianni, 2015). De fora krijgen niet enkel te maken met individuele negatieve gebruikers, maar ook met georkestreerde aanvallen die de online omgeving misbruiken (Tandoc, Lim, & Ling, 2017).

6.2.2.3 *De psychologische verwerking van onlinepublieksreacties*

Eerder onderzoek wees uit dat vijandige of onbeleefde publieksreacties negatieve effecten kunnen hebben op de psychologische verwerking van nieuws door lezers. In veel gevallen blijkt dat individuen de neiging hebben om hun houding over de kwaliteit van de media aan te passen aan de mening van

andere mensen (von Sikorski & Hänelt, 2016; Waddell & Sundar, 2017). Als die mening dus negatief is, zal dat de attitude over de media negatief beïnvloeden. Daarnaast kunnen reacties de publieke opinie en attitude over het onderwerp dat de media bespreken, aantasten (Anderson, Brossard, Scheufele, Xenos, & Ladwig, 2014; von Sikorski & Hänelt, 2016). Misinformatie en/of extreme opinies kunnen in dat opzicht, en in het bijzonder voor jongeren, erg gevaarlijk zijn (Depandelaere, Gabriels, & Huylenbroeck, 2006). Bovendien kan de prevalentie van haatdragende en respectloze reacties ervoor zorgen dat gebruikers afgeschrikt worden om deel te nemen aan de online participatory culture (Pöyhtäry, 2014). Deze studies suggereren dat, om de commentarensecties zo open en tolerant mogelijk te houden, bepaalde haatdragende of onbeleefde reacties verwijderd dienen te worden. De journalistieke verantwoordelijkheid bestaat er dus in om het publiek te beschermen tegen negatieve commentaren. Moderatie van commentarensecties bevordert immers een meer civiel platform en/of minder vijandige online discussies (Ksiazek, 2015).

Andere studies spreken die suggesties echter tegen. Bagdasarov, Martin, Chauhan en Connelly (2017) besloten dat de censuur van negatieve reacties net nadelige gevolgen kan hebben. Zij onderzochten of en hoe sociale media een rol spelen bij de vorming van het ethisch vermogen. Hun resultaten geven aan dat de loutere blootstelling aan sociale media samenhangt met toegenomen negatieve gevoelens over onethische gebeurtenissen en meer oog voor dat soort gebeurtenissen. Die bevindingen suggereren dat blootstelling aan ethische schendingen op sociale media net erg waardevol zijn voor de vorming van het moreel kompas. Onethische reacties of bijdragen censureren, blijkt in dat opzicht niet noodzakelijk de juiste oplossing.

6.2.2.4 Niet onderbouwd

Tot slot is een democratisch debat het resultaat van een confrontatie van meningen, waarbij de meningen moeten worden beargumenteerd en onderbouwd. Uiteindelijk wordt zo het “beste” oordeel (of oordelen) gekozen. Dat is de manier waarop beslissingen binnen een democratisch regime in theorie genomen worden. Als dit niet het geval is, en men de loutere uitdrukking van een mening gelijkstelt met een gewogen besluit, dan is de democratie in gevaar (Fabris, 2018). Sociale media bieden de mogelijkheid tot meningsuiting binnen een gemeenschap (Fabris, 2018). Dat heeft geleid tot de idee dat elke gebruiker niet alleen het recht heeft om zijn of haar mening te uiten, maar zelfs bevoegd is om die mening te verspreiden en uit te drukken op hetzelfde niveau als autoriteiten, bevoegden of experts. Zo worden echt nieuws en nepnieuws op dezelfde hoogte geplaatst, en kan misinformatie viraal gaan. Kortom, de mogelijkheid die sociale media aanbieden om standpunten te uiten en te delen, doet gebruikers vergeten dat een mening minder of meer geldig kan zijn, en steeds moet worden beargumenteerd (Fabris, 2018). Bovendien lopen de discussies tussen de gebruikers vaak naast elkaar, waardoor de commentarensecties in het algemeen geen constructieve impact hebben (Nuytemans, 2020). Daarnaast toont Facebook reacties niet in chronologische volgorde, waardoor het niet evident is om online een overzichtelijk debat te voeren (Trilling, Bos, van Rensburg, & de Groot, 2016).

6.3 Moderatie van onlinepublieksreacties als oplossing

Omwille van de voornoemde nadelige gevolgen van de online participatory culture, is er nood aan moderatie. Volgens Singer (2014), die de implicaties van de overgang van traditionele nieuwsmedia naar nieuwsmediawebsites onderzocht, is gatekeeping in de nieuwe online omgeving de oplossing. Gatekeeping-onderzoek bestudeert welke informatie al dan niet wordt toegelaten in het publieke discours. Dergelijk onderzoek maakte met de komst van het internet een evolutie mee. Traditioneel gatekeeping-onderzoek focuste op agendasetting. Bij first-order agenda setting denkt de redactie na over welke topics ze aan bod laten komen. Second-order agendasetting richt zich op de manier waarop de redactie een topic kadert. Meer recent gatekeeping-onderzoek is verschoven naar de rol van de redactie als moderator van onlinepublieksreacties. Gatekeeping in onlinegemeenschappen is nodig om normatieve grenzen te construeren, en de stem van degenen die zich niet aan die grenzen houden, te beperken. Het moderatieproces bestaat uit twee stappen. Net zoals bij de traditionele nieuwsmedia, bestaat de moderatie van onlinepublieksreacties ten eerste uit de redactionele beslissingen om een item wel of niet te verspreiden via het online platform. Bepaalde onderwerpen, zoals politiek nieuws, wekken immers meer discussie op dan andere (Boberg et al., 2018; Smyrniotis & Marty, 2020; Van den Berghe, 2021). Moderatoren geloven dat het onderwerp van een artikel de toon van de reacties beïnvloedt (Diakopoulos & Naaman, 2011). Politieke beslissingen liggen mensen nauw aan het hart en er dient dus extra voorzichtig mee te worden omgesprongen. Ten tweede bestaat online gatekeeping uit de beoordeling van de onlinepublieksreacties op basis van hun waarde of kwaliteit. Aan de hand van moderatieprincipes worden de kwaliteit en als gevolg daarvan de zichtbaarheid van bepaalde publieksreacties op online nieuwsartikels, bepaald.

Door de interactiviteit van onlinepublieksreacties krijgen redacties meer voeling met het publiek. Gebruikers beschouwen de nieuwsmedia dan ook als kwalitatiever (Wolfgang, Blackburn, & McConnell, 2020). Daarbij vermelden ze de ontwikkeling van gemeenschappelijke doelen en waarden. In een gemedieerde samenleving gelden onlinepublieksreacties immers als stem van het publiek (Braun & Gillespie, 2011, p. 385). Hoewel gebruikers een hogere kwaliteit van de nieuwsmedia rapporteren, blijkt dat gebruikers vinden dat journalistieke gatekeeping van publieksreacties de betrouwbaarheid van de nieuwsmedia verlaagt. Die kritiek houdt stand ongeacht het nieuwstype of de waarde van de verwijderde reactie. Gebruikers houden er niet van dat er aan publieksreacties geraakt wordt. Gatekeeping creëert op die manier immers nog steeds machtsstructuren, waar de onlinegemeenschappen die net wilden opheffen. De macht ligt nog steeds slechts bij enkele invloedrijke spelers, zoals sitemanagers en bestuurders van onlinegemeenschappen (Shaw, 2012). Bovendien nemen die spelers vaak beslissingen met oog op winstbejag. Sommige journalisten voelen zich dan ook ongemakkelijk bij deze manier van werken. In het onderzoek van Chen en Pain (2017) rapporteerden sommige journalisten dat ze vrezen dat de moderatie van onlinepublieksreacties de journalistieke norm van objectiviteit schendt (Chen & Pain, 2017).

6.4 Verantwoordelijkheid voor moderatie van onlinepublieksreacties

Bij wie de verantwoordelijkheid voor de moderatie precies ligt, is daarom een zeer belangrijke factor wat betreft de moderatie van onlinepublieksreacties. Tot op heden is daar weinig duidelijkheid over aangezien de deontologische codes van de sociale netwerksites, de ethische codes van de

nieuwsmedia en de externe morele principes door elkaar lopen. Bovendien wordt het domein weinig gefaciliteerd door overheidsinstanties. Dat gezegd, bestaan er over het algemeen drie actoren die deze taak op zich kunnen nemen: een eerste is de nieuwsredactie zelf. Een tweede mogelijkheid is dat de taak wordt uitbesteed naar bedrijven die gespecialiseerd zijn in de moderatie van onlinepublieksreacties. Een derde mogelijkheid is dat de socialenetwerksite zelf modereert.

6.4.1 Redactie

Vaak hebben nieuwssites en -fora — zoals de Facebookpagina's van nieuwsmedia — een deontologische code of huisreglement over wat zij al dan niet aanvaardbaar achten op het platform. De opvolging en moderatie daarvan kan dan bij de journalisten zelf worden gelegd. Uit diepte-interviews met 34 journalisten uit de Verenigde Staten blijkt dat journalisten het bestaan van de commentareensecties steunen en zich er comfortabel bij voelen dat ze op deze manier feedback ontvangen van de lezers (Chen & Pain, 2017). Om lezersgedrag beter te kunnen begrijpen, hebben nieuwsorganisaties zelfs nieuwe functies gecreëerd op redacties. *Audience-oriented editors* voorzien publieksstatistieken steeds van een menselijke interpretatie (Ferrer-Conill & Tandoc, 2018). Zij analyseren publieksgegevens en proberen op die manier aanbevelingen te doen om meer webverkeer te genereren. Zo fungeren ze als een intermediair tussen publiek en redactie. Audience-oriented editors denken er ook over na hoe ze sociale media kunnen inzetten om meer engagement te creëren bij de lezers en het publiek zo meer kan laten doorklikken naar het artikel. Dat doen ze door metrische publieksgegevens te analyseren. Een redactie of uitgeversgroep kan een (of meerdere) audience-oriented editor(s) aanstellen voor de moderatie van publieksreacties op online nieuwsartikels (Brasseur, 2020). Zij hebben immers een uitgebreide kennis over hoe het publiek zich online gedraagt en welk effect gatekeeping op hen heeft.

6.4.2 Outsourcing

Moderatie door de redactieleden is voor veel online nieuwsmedia echter zeer tijdrovend (Hughey & Daniels, 2013; Loke, 2012). Daarom kiezen redacties er soms voor om de taak uit te besteden (Smyrniotis & Marty, 2020). De job wordt dan overgedragen aan een bedrijf dat zich enkel bezighoudt met de moderatie van onlinepublieksreacties. Om kosten te besparen, kan de moderatie overgedragen worden aan dochterondernemingen in ontwikkelingslanden (Smyrniotis & Marty, 2020). Hogere studies blijken geen vereiste maar een voordeel te zijn om een hoofdjob als moderator te bemachtigen. In het onderzoek van Smyrniotis en Marty (2020) had de meerderheid van de moderatoren een hoger diploma. Moderatoren zonder hoger diploma, volgden een cursus. Trygg (2012) concludeert dat de werking van uitbestede moderatie is gebaseerd op drie pijlers: a) de wettelijke verplichtingen van de redacteur, die verschillen van land tot land; b) bepaalde ethische en professionele journalistieke normen, die variëren naargelang de omstandigheden; en c) de redactionele richtlijnen van het mediakanaal. In dat redactionele beleid legt de redactie de moderatieprincipes vast waaraan het moderatiebedrijf zich strikt dient te houden. De drie pijlers van Trygg (2012) bestaan echter in een hypercompetitieve economische context. Daarbij loont het immers om een zo breed mogelijk publiek te engageren en dus ook deviante stemmen aan te trekken. Vele online nieuwsmedia kunnen strenge gatekeeping, waar in het huidige agressieve, xenofobe en seksistische online discours wel nood aan is, bovendien niet betalen (Coe, Kenski, & Rains, 2014;

Van den Berghe, 2021). Voor strenge moderatie is er immers veel mankracht nodig (Van den Berghe, 2021).

In sommige gevallen dragen de redacties de taak over aan bedrijven uit andere landen. Daar gebeuren echter vaak fouten aangezien zij de specifieke culturele context missen en te weinig kennis hebben over de actuele onderwerpen (Smyrniaios & Marty, 2020; Verrelst, 1992). De Vlaamse context is bovendien erg vatbaar voor culturele gevoeligheden. Die gevoeligheden zijn vaak het onderwerp van de hevige online discussies in de commentarensecties.

6.4.3 Sociale netwerksites

Redacties geven aan dat ze ook vaak berusten op de sociale media zelf om de online omgeving efficiënt te modereren (Wolfgang, Blackburn, & McConnell, 2020). Het Laatste Nieuws geeft aan dat zij reacties die ze verwijderen ook steeds rapporteren aan Facebook omdat de sociale netwerksite een even grote verantwoordelijkheid draagt (Van den Berghe, 2021). Ook sociale netwerksites stellen immers richtlijnen op over welk onlinegedrag wel of niet getolereerd wordt, en welke gevolgen er zijn als de gebruiker zich daar niet aan houdt (Fabris, 2018). Sociale netwerksites dienen daarbij af te wege waar zij grenzen stellen aan de vrije meningsuiting. Zo besloot Twitter in januari 2020 het account van oud-president Donald Trump permanent te blokkeren. De invloedrijke socialenetwerksite nam die beslissing vanwege het risico op aanzet tot geweld. De keuze van Twitter om een machtig persoon te censureren kreeg wereldwijd zowel aanhang als kritiek. De keuze om een reactie te verwijderen of een gebruiker te blokkeren wordt immers steeds afgezet tegen de vrije meningsuiting. Bovendien opereren sociale media in een economisch discours. Winstbejag kan de beslissing om een reactie te verwijderen of een gebruiker te blokkeren, aantasten, en dat kan een onethisch discours in de hand werken. Daarom kregen de CEO's van Facebook en Twitter het op het Amerikaans Congres in april 2021 hard te verduren. Zij moesten zich tegenover de Amerikaanse overheid verantwoorden over hun rol in de bestorming van het Capitool, en de manier waarop ze zijn omgegaan met nepnieuws over het Coronavirus.

De literatuur bespreekt drie mogelijke verantwoordelijken voor de moderatie van onlinepublieksreacties. Deze masterproef tracht te onderzoeken wie er bij de Vlaamse online nieuwsmedia die verantwoordelijkheid draagt, en waarom. Daarom worden de volgende onderzoeksvragen geformuleerd:

OV1: Wie modereert de publieksreacties op online nieuwsartikels bij Vlaamse nieuwsmedia?

OV1a: Waarom wordt de verantwoordelijkheid voor de moderatie van onlinepublieksreacties daar gelegd?

6.5 Moderatieprincipes

Voor de moderatie van publieksreacties dienen er vooraf selectiecriteria opgesteld te worden voor onder andere de verwijdering van een reactie of de blokkering van een gebruiker. Idealiter modereren journalisten met respect voor de reacties die gebruikers delen, en onthouden ze zich van overijverige censuur (Wolfgang, Blackburn, & McConnell, 2020). Veel journalisten vallen terug op de traditionele

vormen van moderatie die zich richten op vage voorschriften over beleefdheid en gedrag (Wolfgang, Blackburn, & McConnell, 2020). Er bestaat immers geen eenduidige regelgeving voor de moderatie van onlinepublieksreacties (Gillespie, 2018). Uit de literatuur blijkt dat er vijf factoren zijn die de zichtbaarheid van een reactie bepalen: a) de sociaal-politieke context waarin de reacties worden geproduceerd, b) het wettelijk kader, c) de redactionele gedragscode, d) de economische bedrijfsstrategieën, en e) de interindividuele verschillen tussen de moderatoren.

6.5.1 Sociaal-politieke context

Journalisten kunnen niet zomaar reacties verwijderen die in strijd zijn met een bepaalde regel zonder rekening te houden met de context van de discussie (Wolfgang, Blackburn, & McConnell, 2020). Zoals eerder vermeld, bleek uit het onderzoek van Diakopoulos en Naaman (2011) dat moderatoren geloven dat het onderwerp van een artikel de toon van de reacties beïnvloedt. Bij gevoelige onderwerpen, zoals politieke kwesties, zullen discussies sneller ontsporen (Boberg et al., 2018; Smyrniotis & Marty, 2020). De redactie bekijkt een publieksreactie dan ook in het licht van het onderwerp waarover zij berichten, en tolereert bij bepaalde topics meer en bij andere minder controverser.

6.5.2 Wettelijk kader

In het wettelijk kader worden de vrijheid van meningsuiting en de aansprakelijkheid van de redactie tegen elkaar afgezet (Smyrniotis & Marty, 2020). Nieuwsmedia moeten zich aan een aantal wettelijke bepalingen houden, samengevat in een juridisch document (Smyrniotis & Marty, 2020). Daarin wordt elke situatie beschreven die onder de wet valt en een probleem kan veroorzaken in de commentarensecties, zoals haatzaaiende uitlatingen, beledigingen, laster, intimidatie en het niet helpen van een persoon in gevaar. Ernstige raciale reacties in verband met vluchtelingen, rechts-populisme of nepnieuws, bleken in het onderzoek van Boberg et al. (2018) steeds verwijderd te worden door Het Laatste Nieuws.

6.5.3 Redactionele gedragscode

Het juridische document gaat vergezeld van een redactioneel reglement op basis van de voorkeuren van de redactie, dat wil zeggen wat de redactie al dan niet in de commentarensecties accepteert. Dat redactioneel reglement is afgestemd op het juridisch document. Zo vinden journalisten dat "normale" mensen niet aan diezelfde openbare kritiek zouden moeten worden onderworpen dan publieke figuren (Diakopoulos & Naaman, 2011). Dat houdt verband met het wettelijke kader over journalistieke normen ten aanzien van het privéleven van publieke figuren, die meer tolerantie aan de dag moeten leggen dan "gewone" mensen. In het redactioneel reglement kunnen er strengere regels dan de wettelijke bepalingen worden vastgelegd. Zo stipuleren de Facebook-richtlijnen van Het Laatste Nieuws dat ze reclame en het delen van persoonsgegevens in de commentarensecties verbieden (Van den Berghe, 2021). Het Laatste Nieuws kiest er ook voor om geen artikels te delen op hun Facebook-pagina als de redactie verwacht dat er veel racistische en fascistische reacties onder zullen geplaatst worden. Daarnaast verwijderen ze racistische, verwerpelijke en beledigende commentaren, en doodsb bedreigingen. De richtlijnen op de Facebook-pagina van Het Laatste Nieuws schrijven dan ook voor dat "reacties waarin wordt gescholden, beledigd, gediscrimineerd of bedreigd", verwijderd worden. Reacties die scheldwoorden bevatten worden vrij consequent geblokkeerd (Muddiman &

Stroud, 2017). Dat komt omdat scheldwoorden technologisch gemakkelijk detecteerbaar zijn, en voor de redactie duidelijk op te stellen zijn als een schending van discussienormen en de journalistieke ethische normen (Muddiman & Stroud, 2017; Pöyhtäri, 2014).

6.5.4 Economische bedrijfsstrategieën

Er spelen dan wel ethische overwegingen, maar de nieuwsmedia nemen ook beslissingen met oog op winstbejag (Smyrnaioi & Marty, 2020). Die elementen kunnen in schril contrast staan. Een mediabedrijf kan een bepaalde ethische oriëntatie uitdragen, maar toch kiezen om daar tegenin te gaan om meer webverkeer te genereren. Omdat vloeken over politieke kwesties de aandacht van de lezers trekt, concluderen Kwon en Cho (2017) dat de normen rond scheldwoorden variëren per redactie. Daarnaast voelen redacties zich soms verplicht om bepaalde uitdagende content te brengen omdat het in de eerste plaats hun taak is om het nieuws naar het volk te brengen en ze het verhaal niet willen verliezen aan een ander nieuwsmerk (Van den Berghe, 2021).

De economische tak behelst dus in welke gradatie er voor moderatie wordt gekozen, maar ook welke moderatietechnieken er worden gebruikt en of de taak wordt uitbesteed (Smyrnaioi & Marty, 2020). Bij die beslissingen denken mediabedrijven erover na wat de beste manier is om publieksreacties te modereren voor zo weinig mogelijk kosten en zodat het platform toch nog steeds evenveel succes oplevert.

6.5.5 Interindividuele verschillen tussen moderatoren

De mate van toegeeflijkheid in het redactioneel reglement varieert dus tussen nieuwsdiensten, afhankelijk van wat ze nastreven. Maar ook journalisten onderling missen vaak een gedeeld begrip van welke reacties ze als onbeleefd of bedreigend beschouwen. De resultaten van Boberg et al. (2018) tonen aan dat zelfs journalisten van eenzelfde redactie geen gemeenschappelijke moderatieregels delen. Gatekeeping-beslissingen zijn sterk afhankelijk van het persoonlijke morele kompas van een moderator. Dat zorgt ervoor dat dat sommige vormen van onbeleefdheid in reacties stilzwijgend worden aanvaard (Muddiman & Stroud, 2017).

Er is dus weinig duidelijkheid over de principes waarop de moderatie van onlinepublieksreacties gebaseerd is (Boberg et al., 2018; Ziegele, Breiner, & Quiring, 2014). Deze masterproef wil bijdragen om die leemte te vullen, en een blik werpen op de achterliggende waarden die Vlaamse online nieuwsmedia in het vaandel dragen bij moderatie. Daarom wordt volgende onderzoeksvraag geformuleerd:

OV2: Welke moderatieprincipes/selectiecriteria passen Vlaamse online nieuwsmedia toe om publieksreacties op online nieuwsartikels te modereren?

6.6 Moderatietechnieken

Moderatoren baseren zich dus op een aantal principes voor de moderatie van onlinepublieksreacties. Die moderatie gebeurt vervolgens aan de hand van een aantal specifieke technieken. In de literatuur bestaan er in het algemeen twee soorten moderatietechnieken: de interactieve en de niet-interactieve gatekeeping-strategieën. De keuze voor een bepaalde techniek wordt gemaakt op basis van het risico van het online artikel dat wordt becommentarieerd (Smyrnaioi & Marty, 2020). Dat risico wordt

berekend op basis van twee criteria: het onderwerp van het online artikel en de aanwezigheid van mogelijk provocerende termen in de titel van het online artikel (Smyrniotis & Marty, 2020).

6.6.1 Interactieve moderatietechnieken

Wat betreft de interactieve moderatietechnieken, garanderen journalisten kwaliteitsvolle, democratische commentarenssecties door zich in de discussies te mengen (Chen & Pain, 2017; Ksiazek, 2015). Ook uit onderzoek van Stroud, Scacco, Muddiman en Curry (2015) blijkt dat in gesprek treden met lezers een positieve invloed heeft op de toon van discussies. De betrokkenheid van de journalist zorgt voor meer beschaafde en onderbouwde commentaren. Ook gebruikers gaven in het onderzoek van Diakopoulos en Naaman (2011) aan dat ze de inbreng van journalisten appreciëren. Het Laatste Nieuws rapporteerde dat ze inderdaad reageren op reacties die niet door de beugel kunnen (Van den Berghe, 2021). Nuytemans (2020) en Nielsen (2013) spreken die bereidheid van journalisten echter tegen en concluderen dat reacties vaak niet worden voorzien van feedback. Tegenstanders wijzen erop dat dergelijk engagement veel tijd kost en op die manier andere taken in de weg staat (Diakopoulos & Naaman, 2011). Daarnaast stelden ze dat bepaalde gebruikers gelijk geven en andere tegenspreken, de journalistieke normen van objectiviteit en onpartijdigheid schaadt (Bennett, 2007; Chen & Pain, 2017; Nielsen, 2013). De journalist kan echter wel ijveren voor correcte informatie (Diakopoulos & Naaman, 2011). In een maatschappij waarin nepnieuws en desinformatie steeds vaker integreren in het online discours, is het belangrijk om op te treden als betrouwbare nieuwsbron (Quandt, 2018). Daarom heeft Het Laatste Nieuws een officieel vraagsysteem geïntroduceerd dat lezers een platform biedt om vragen te stellen (Van den Berghe, 2021).

Op die manier kunnen journalisten ook impact hebben op zowel hoe beschaafd en rationeel er op een artikel wordt gereageerd, als hoe divers het reagerende publiek is. ‘*Conversational prompts*’, zoals vragen en aansporingen tot reacties, leiden tot meer beschaafdheid en rationaliteit van de reacties (Ziegele et al., 2018; Ziegele et al., 2020). Ook de creatie van emotionele betrokkenheid zou de beschaafdheid en rationaliteit van de reacties verhogen (Ziegele et al., 2020). Ziegele et al. (2018) concludeerden echter dat niet emotionele maar cognitieve betrokkenheid de beschaafdheid verhoogt. Wat betreft de diversiteit van de reacties, spelen journalisten volgens het onderzoek van Ziegele et al. (2020) best in op conflict, controversie, problemen, betrokkenheid, emotioneel taalgebruik, emotionele beelden, en conversational prompts. Journalisten blijken dus een relevante rol te hebben in het discours van onlinepublieksreacties.

6.6.2 Niet-interactieve moderatietechnieken

Bij een verdere bestudering van de literatuur, blijkt dat de niet-interactieve moderatietechnieken kunnen worden onderverdeeld in twee soorten moderatiestrategieën: gecentraliseerde en gedecentraliseerde gatekeeping (Shaw, 2012). Gecentraliseerde gatekeeping verloopt via acties door de begeleiders van de onlinegemeenschap, zoals de websiteleiders en de redactieleden. Gedecentraliseerde gatekeeping bestaat daarentegen uit talrijke, kleinschalige interacties tussen de gebruikers van de onlinegemeenschap.

6.6.2.1 *Gecentraliseerde gatekeeping-strategieën*

Een eerste gecentraliseerde techniek is de **verwijdering van reacties**. Uit de studie van Boberg et al. (2018) bij het grootste online nieuwsforum in Duitsland, Spiegel Online, blijkt dat in totaal meer dan een derde van de bestudeerde reacties verwijderd wordt. Bij Het Laatste Nieuws wordt er zelfs 85% van de reacties gecensureerd (Nuytemans, 2020). Die bevindingen wijzen erop dat reacties verwijderen een prominente moderatietechniek is. Het algoritme van Facebook zorgt er bovendien voor dat negatieve reacties gemakkelijk detecteerbaar zijn (Van den Berghe, 2021). De grofste en meest extreme reacties worden vaak het meest geliket, en worden dus weergegeven als 'meest relevant'. Op die manier kunnen moderatoren de negatieve reacties er snel uitfilteren. Soms kiezen redacties er ook voor om een reactie te **verbergen**. Dan zien enkel Facebook-vrienden de reactie nog, maar andere mensen niet meer (Van den Berghe, 2021).

Een tweede techniek bestaat eruit om **gebruikers**, permanent of tijdelijk, te **blokkeren** van het platform. Suh et al. (2018) pleiten voor een beleid waarbij de identificeerbaarheid van de gebruikers verhoogd wordt. Journalisten houden er niet van dat gebruikers van de online, open publieke sfeer anoniem blijven (Nielsen, 2013). Het Laatste Nieuws vraagt daarom aan de gebruikers van de website om zich in te loggen als ze op een artikel willen reageren, zodat de identificeerbaarheid verhoogd wordt (Van den Berghe, 2021). Het Laatste Nieuws blokkeert op die manier dagelijks individuen die over de schreef gaan (Van den Berghe, 2021). Moderatoren hebben daarnaast een vrij nauwkeurig beeld van regelmatige, actieve gebruikers (Smyrniotis en Marty, 2020). Door die vertrouwdheid met het publiek kunnen moderatoren anticiperen op conflicten die mogelijk kunnen ontstaan naar aanleiding van een online artikel. Het probleem bij de blokkering van gebruikers is echter dat er gemakkelijk een ander account kan worden aangemaakt op hetzelfde platform (Roks & van der Schoot, 2019). Desalniettemin blijkt uit de studie van Ksiazek (2015) dat registratie een significante voorspeller is van minder vijandigheid. Door gebruikers te verplichten persoonlijke informatie te delen, worden ze ontmoedigd om vijandige reacties te plaatsen.

Een derde techniek is de **algoritmische filtering** van publieksreacties (Wolfgang, Blackburn, & McConnell, 2020). Suh et al. (2018) stellen voor om proactief en via een algoritme te bepalen welke reacties mogen verschijnen in de commentarensecties en welke geweigerd worden. Zo worden ongepaste reacties vooraf uit de commentarensectie gefilterd, in plaats van ze nadien handmatig te verwijderen. Uit de studie van Ksiazek (2015) blijkt dat premoderatie van reacties de meest consistente voorspeller is van civiele online discussies.

Redacties besluiten soms ook om proactief **commentarensecties te deactiveren**. Daarbij worden de commentarensecties gesloten voor online artikels waarvan verwacht wordt dat discussies zullen ontsporen of bij potentieel gevoelige onderwerpen (Boberg et al., 2018). Zo besliste BRUZZ om de commentarensecties op hun website grotendeels te sluiten (Pitteurs, 2021). Die beslissing viel er omdat discussies steeds vaker ontaardden in scheldpartijen en gepest, door mensen die zich verschuilen achter valse namen. Wel introduceerde de website een 'reactieknop', waarlangs gebruikers rechtstreeks opmerkingen, suggesties en kritiek kunnen sturen naar de redactie. Die reacties zijn dan niet openbaar zichtbaar, maar geven de redactie feedback voor een betere

berichtgeving. Het Laatste Nieuws geeft aan dat ze de reacties op hun website kunnen deactiveren, maar dat die tool op Facebook niet bestaat (Van den Berghe, 2021). Wel kunnen de journalisten ervoor kiezen om een bepaald artikel niet op Facebook te plaatsen omdat ze verwachten dat er te veel negatieve reacties op zullen komen. Het Laatste Nieuws deelt immers slechts 10% van wat er op de website verschijnt, ook op de Facebook-pagina (Van den Berghe, 2021).

6.6.2.2 Gedecentraliseerde gatekeeping-strategieën

Bij gedecentraliseerde gatekeeping rekenen redacties op de zelfregulering van de gebruikers van de commentareensecties. Gebruikers kunnen elkaars bijdragen modereren door ongepaste reacties te melden en negatieve gebruikers te rapporteren. Diakopoulos en Naaman (2011) omschrijven deze techniek met '*flagging*'. Uit hun onderzoek blijkt dat gebruikers zelf de volgende reacties rapporteren: bedreigingen, aanzetten tot haat, aanstootgevend taalgebruik, persoonlijke aanvallen, *off-topic* materiaal, spam, smaad, inbreuken op privacy, ongepaste reacties over de doden, onnauwkeurige feiten en reacties die blijf geven van onwetendheid. Bij gedecentraliseerde gatekeeping putten de leden van het netwerk uit bestaande retoriek, normen en gedragscodes. Het vermogen van de onlinegemeenschap om met succes te modereren hangt gedeeltelijk af van hun vermogen om te oordelen in lijn met de door de nieuwsmedia opgestelde gedragscodes (Shaw, 2012).

Een specifieke vorm van gedecentraliseerde gatekeeping is 'reputatiemanagement' (Ksiazek, 2015). Dat systeem berust erop dat als een gebruiker vijandige reacties plaatst, andere gebruikers hem of haar zullen straffen met lage reputatiescores. Gebruikers die bijdragen aan een constructief dialoog door middel van doordachte, geïnformeerde reacties worden op hun beurt beloond met hoge reputatiescores. Reputatie-indicatoren kunnen variëren van virtuele badges, numerieke scores, likes, enzoverder.

Dat de besluitvormingsprocessen voor moderatie vaak niet volledig transparant zijn of steunen op individuele keuzes van de journalisten, zorgt voor veel kritiek onder de gebruikers (Boberg et al., 2018). Daarom onderzoekt deze masterproef welke technieken de Vlaamse nieuwsmedia toepassen bij de moderatie van onlinepublieksreacties, en waarom ze kiezen voor een specifieke techniek. Ook de online nieuwsmedia zelf kunnen baat hebben bij inzichten in de manier waarop andere redacties omgaan met de moderatie van onlinepublieksreacties. In het bijzonder in een politiek verdeeld gebied als Vlaanderen, is het interessant om de moderatie van dergelijke publieksreacties te bestuderen (Maesele, Van der Steen, Raeijmaekers, Reul, & Paulussen, 2014). Daarom worden tot slot de volgende onderzoeksvragen geformuleerd:

OV3: Welke moderatietechnieken passen Vlaamse online nieuwsmedia toe om publieksreacties op online nieuwsartikels te modereren?

OV3a: Waarom kiezen Vlaamse online nieuwsmedia voor die specifieke moderatietechnieken?

7 Onderzoeksdoel

Samengevat tracht dit onderzoek een antwoord te formuleren op volgende beschrijvende en verklarende onderzoeksvragen:

OV1: Wie modereert de publieksreacties op online nieuwsartikels bij Vlaamse nieuwsmedia?

OV1a: Waarom wordt de verantwoordelijkheid voor de moderatie van onlinepublieksreacties daar gelegd?

Aan de hand van deze eerste centrale onderzoeksvraag en deelvraag tracht de studie moderatie door de redactie zelf en uitbesteding van moderatie, te bestuderen. Daarnaast pogen we te onderzoeken waarom er wel of niet wordt gemodereerd voor een bepaald kanaal, en de rol van socialenetwerksites bij die keuze.

OV2: Welke moderatieprincipes passen Vlaamse nieuwsmedia toe om publieksreacties op online nieuwsartikels te modereren?

Met behulp van de tweede centrale onderzoeksvraag tracht deze masterproef te bestuderen waar online nieuwsmedia bepaalde onlinepublieksreacties beschouwen als een waardevol onderdeel van de participatory culture; en waar als ongepast en dus een motief om te modereren. Daarnaast is het belangrijk om transparantie te brengen wat betreft de principes waarop moderatoren zich baseren.

OV3: Welke moderatietechnieken passen Vlaamse nieuwsmedia toe om publieksreacties op online nieuwsartikels te modereren?

OV3a: Waarom kiezen Vlaamse online nieuwsmedia voor die specifieke moderatietechnieken?

Aan de hand van deze laatste centrale onderzoeksvraag en deelvraag poogt deze masterproef extra inzicht te genereren in de *black box* die moderatie van onlinepublieksreacties tot nu toe is.

8 Onderzoeksaanpak

Om die onderzoeksvragen te beantwoorden, werden moderatoren van Het Laatste Nieuws en de VRT bevestigd aan de hand van zowel diepte-interviews als observatie en de think aloud-methode. Dat zijn immers de geschikte methoden om beschrijvende en verklarende onderzoeksvragen te beantwoorden (Baarda, de Goede, & van der Meer-Middelburg, 2007). Door de triangulatie van de methoden tracht deze studie inductief (explorerend) antwoord te geven op wie verantwoordelijk is voor de moderatie van onlinepublieksreacties, en waarom; en welke principes en technieken daarbij worden gebruikt. In wat volgt bespreken we eerst welke participanten gecontacteerd worden voor deelname aan het onderzoek, en waarom. Vervolgens beschrijft de masterproef op welke manier zij worden gecontacteerd. Daarna is er een bespreking van de meetinstrumenten voor de onderzoeksmethoden, namelijk de diepte-interviews, de observatie-oefening en de think aloud-methode. Tot slot wordt uitgelegd hoe het onderzoek de data kwalitatief en cyclisch analyseert, en hoe we zo een antwoord trachten te bieden op de gestelde onderzoeksvragen en deelvragen.

8.1 Dataverzamelmethode

Om moderatoren te rekruteren, contacteerden we ten eerste een werknemer bij Tree Company. Tree Company is een deskundige in het domein van moderatie, en is gespecialiseerd in online participatie en *knowhow* wat betreft technologie, software en digitale evoluties. Ten tweede spraken we, aan de hand van een tussentijdse presentatie over de masterproef, sleutelfiguren binnen de faculteit aan. Zij reikten ons contacten aan binnen hun netwerk. Ten derde, met behulp van de sneeuwbalmethode, vroegen we aan het einde van elk interview of de participanten ons kunnen doorverwijzen naar andere collega-moderatoren (Wolfgang, Blackburn en McConnell, 2020). Daarbij is er wel een risico op vertekening aangezien er kan geselecteerd worden op bepaalde kenmerken. Op die manier kan er eventueel een subpopulatie ontstaan, waardoor het onderzoek niet gegeneraliseerd kan worden. Dat probleem stelt zich echter niet aangezien de sneeuwbalmethode geen nieuwe participanten opleverde. Op basis van de contactgegevens die we via Tree Company en de faculteitsleden verkregen, contacteerden we moderatoren bij verschillende mediabedrijven voor deelname aan het onderzoek. Daarbij werd vermeld waarom we hen uitnodigen als waardevolle informanten, en gaven we extra informatie over het doel van het onderzoek. Er zijn op die manier geschikte profielen geselecteerd.

8.1.1 Ethische overwegingen

De participanten dienden akkoord te gaan met het *informed consent* (zie Bijlage). Daarin wordt vastgelegd dat de deelnemers op de hoogte zijn van hun rechten en privacy in het kader van het onderzoek. Het informed consent verzekert verder dat de antwoorden indien gewenst anoniem verwerkt worden. Omdat het onderzoek gevoelige informatie betreft, koos de onderzoeker ervoor om de resultaten sowieso te anonimiseren. Daarnaast werd er in het informed consent vastgelegd dat dit onderzoek gevoerd wordt op basis van vrijwillige deelname. De participanten zijn dus vrij om op elk moment uit de studie stappen, zonder enige consequenties. Ook werden de deelnemers op de hoogte gebracht van het verloop en de inhoud van het onderzoek. Aan het einde van het onderzoek kregen de participanten de kans om nog extra opmerkingen te vermelden of enkele antwoorden verder toe te lichten. Tot slot werden ze bedankt voor hun deelname. De participanten konden ook hun e-mailadres

achterlaten indien ze wensen op de hoogte gehouden te worden over de resultaten van het onderzoek. Voor bijkomende vragen en bedenkingen, werden de contactgegevens van de onderzoeker ter beschikking gesteld.

8.2 Steekproefbeschrijving

In totaal namen er drie moderatoren deel aan het onderzoek. Daarvan zijn er twee mannen en één vrouw. Er gaven geen participanten aan geslacht X te hebben. De interviewees zijn 50, 44 en 45 jaar oud. Een van de interviewees behaalde enkel het diploma middelbaar onderwijs. De andere participanten behaalden respectievelijk een bachelor en een master.

Ik selecteerde ten eerste een moderator bij een Nederlands bedrijf dat gespecialiseerd is in moderatie, en waarvan de naam bekend is bij de onderzoeker. Zij modereren onder andere voor de website van Het Laatste Nieuws. Op die manier betreft de studie uitbesteding in de steekproef, een van de pijlers bij onderzoeksvraag 1 (*Wie modereert de publieksreacties op online nieuwsartikels bij Vlaamse online nieuwsmedia?*). Daarnaast is dit bedrijf nuttig aangezien op die manier de moderatie van een nieuwswebsite, naast de sociale media van een nieuwsbedrijf, in het onderzoek opgenomen wordt. Ook is het aangewezen om een commerciële speler, zoals de populaire krant Het Laatste Nieuws, in de masterproef te betrekken. Er werd gekozen voor Het Laatste Nieuws omdat zij respectievelijk het grootste nieuwsmerk zijn in Vlaanderen (CIM, 2020). Met een dagelijks bereik van 2.607.000 lezers overtrof het multimediale nieuwsmerk in 2020 zijn eigen record (+11%). Tegelijk is Het Laatste Nieuws een printkrant, naast de VRT als audiovisueel nieuwsmerk, en zet het sterk in op online berichtgeving.

Ten tweede werden er diepte-interview afgenomen bij de socialemediamanager van Het Laatste Nieuws (en VTM NIEUWS). Meer specifiek modereert de socialemediamanager voornamelijk de Facebookpagina's (HLN.be) en Instagram-profielen (@hln.be) van de nieuwsmerken. Zo krijgt de studie naast uitbesteding, ook een zicht op de moderatie door de redactieleden zelf. Bovendien kunnen we via dit interview naast de moderatie op de website ook de moderatie op de sociale mediakanalen van Het Laatste Nieuws, bestuderen.

Ten derde werd de programmamedewerker bij de VRT bevroegd. Deze moderator maakt deel uit van de redactie van de VRT, en neemt de moderatie van de sociale mediakanalen van de VRT voor zijn rekening. Meer specifiek modereert hij voor de pagina's of profielen van VRT op Facebook (VRT NWS), Instagram (@vrtnws), Twitter (@vrtnws) en Tiktok (vrt.be). Een moderator bij de VRT is een waardevolle participant aangezien op die manier, naast commerciële media, ook de openbare media geïncorporeerd worden. Bovendien toonde de jaarlijkse totaalbereikstudie van de de VRT Studiedienst aan dat de nieuwsdienst van de Vlaamse openbare omroep wekelijks 83 procent van de bevolking van 16 jaar en ouder bereikt (De VRT Studiedienst, 2021). Tegelijk is de VRT een audiovisueel nieuwsmerk, naast Het Laatste Nieuws als printkrant, en zet het eveneens sterk in op online berichtgeving.

8.3 Meetinstrumenten

Wat betreft de dataverzameling bevroeg de studie de moderatoren ten eerste aan de hand van diepte-interviews. Het eerste interview nam een uur en een kwartier in beslag. Het tweede en derde interview

duurde telkens een uur en drie kwartiers. Diepte-interviews zijn de geschikte manier om de ervaringen, opinies en attitudes van praktiserende journalisten-moderatoren te verkennen (Wolfgang, Blackburn en McConnell, 2020). Daarbij laat de methode de interviewees toe om hun overtuigingen en percepties over hun rol als moderator toe te lichten. Op die manier kunnen ze onder woorden brengen op welke manier ze zichzelf beschouwen als gatekeeper die informatie faciliteert en interpreteert. Daarnaast tracht de studie via deze techniek een overzicht te krijgen van de principes en technieken die moderatoren hanteren.

Die interviews werden gevoerd aan de hand van een topiclijst (zie Bijlagen), waardoor er een semigestructureerd interview afgenomen wordt. Daarbij staat de precieze vraagformulering niet vast, en wordt de volgorde bepaald door het verloop van het gesprek. De onderzoeker structureerde de deelvragen wel per thema zodat tijdens het interview een overzicht behouden werd. De topiclijst werd opgesteld op basis van de literatuurstudie en eigen vooronderzoek. Eerst bevroeg de studie een aantal socio-demografische variabelen bij de interviewees. Daarna focuste het op de mening van de participant over het bestaan van de commentarensecties. Vervolgens werd dieper ingegaan op waarom er volgens de interviewees gemodereerd dient te worden, maar eveneens wat de gevaren van moderatie zijn. Dan richtte de studie zich meer op de centrale onderzoeksvragen, en op een gedetailleerde weergave van de moderatietaak. Zo bevroegen we voor welke kanalen het nieuwsmerk modereert, wie er verantwoordelijkheid draagt, welke moderatieprincipes er worden geformuleerd, en welke technieken er worden gebruikt. Verfijningen en aanvullingen waren mogelijk in de loop van het onderzoek. Als de participanten nieuwe onderwerpen aanbrachten, werden die telkens via e-mail teruggekoppeld naar de andere interviewees. Op die manier stelde ik negen extra vragen aan de respondenten. De vragen werden steeds open geformuleerd.

De interviews werden geregistreerd via audio-opnames, maar kernzaken, aandachtspunten en bedenkingen werden ook schriftelijk genoteerd.

Ten tweede maakte de studie gebruik van de observatie- en think aloud-methode (gemiddelde duur per sessie: 30 minuten). Door de technieken te combineren (cf. triangulatie), wordt de interne geldigheid van het onderzoek verhoogd. Observatie en think aloud werden in voorgaand onderzoek nog niet gebruikt in het kader van de moderatie van publieksreacties op online nieuwsartikels. De methode werd in voorgaand onderzoek wel ingezet zodat de onderzoeker als gebruiker kon infiltreren in de commentarensecties. Op die manier observeerde Shaw (2012) welke van zijn onlinepublieksreacties verwijderd werden.

In het huidig onderzoek volgde de onderzoeker concreet mee hoe de moderatoren van de website en de sociale media van Het Laatste Nieuws onlinepublieksreacties behandelen. De reflectie over de moderatie tijdens het interview is immers anders (meer overkoepelend en reflexief) en minder volledig (gedetailleerd) dan de principes en technieken die in de praktijk toegepast worden (Mortelmans, 2009; Quandt, 2008). Via de think aloud-methode vroeg de onderzoeker vervolgens dat de interviewee zijn/haar denkwijzen expliciteert, d.w.z. luidop zegt wat hij/zij aan het doen is (Mortelmans, 2009; Quandt, 2008). Na tien minuten kwam de onderzoeker tussen met vragen over wat de moderator precies doet en waarom.

De observatie was direct, wat wil zeggen dat er een bepaald event, gedraging, situatie of

fenomeen op het moment dat het zich voordoet, geobserveerd wordt. Daarbij nam de onderzoeker aantekeningen in de vorm van veldnotities. Voor die veldnotities werd vooraf een schema opgesteld met de belangrijkste observatie-assen. De observatiedimensies waren ongestructureerd. Verder maakte de onderzoeker zich kenbaar aan de interviewees, en fungeerde die als een passieve observator. Net zoals de interviews, vonden de observatie en think aloud-oefening online plaats ten gevolge van de verstrengde Coronamaatregelen. De onderzoeker vroeg daarbij aan de moderator om zijn/haar scherm te delen, of tijdens de moderatietoek screenshots te nemen. De online omstandigheden boden bovendien een aantal voordelen. Zo werd de participant minimaal gehinderd, en had de onderzoeker perfect zicht op zijn of haar scherm zonder dat er intrusief over de schouder werd meegekeken. De oefening vond dus plaats op een door de participant vertrouwde plaats, namelijk op zijn/haar werkplaats of bij zijn/haar thuis in het geval van telewerk. De setting was daarbij een natuurlijke omgeving.

De eerste observatie- en think aloud-oefening voor de moderatie van de website van Het Laatste Nieuws door het Nederlandse gespecialiseerde moderatiebedrijf vond plaats op 12 maart om 15u. Deze oefening was uitgebreid, en de onderzoeker kon concreet meevolgen via het delen van het scherm. De tweede observatie- en think aloud-oefening voor de redactionele moderatie van de sociale mediakanalen van Het Laatste Nieuws vond plaats op 19 april om 11u30. Omdat de moderator de observatieoefening te indringend vond, verliep het tweede onderzoeksluik echter via een bespreking van de moderatietoek aan de hand van screenshots, die vooraf door de participant ter beschikking gesteld werden. De VRT weigerde deel te nemen aan het observatie- en think aloud-luik van het onderzoek omdat het management de oefening niet zou goedkeuren.

8.4 Analysestrategie

De gegevensverwerking werd uitgevoerd aan de hand van een kwalitatieve analyse van de diepte-interviews. De interviewees werden geanonimiseerd door hen te nummeren. We transcribeerden de audio-opnames na afloop van de interviews, en identificeerden thema's, concepten en anekdotes. Die analyse verliep via Word aangezien het slechts om een klein aantal interviews gaat, en de onderzoeker op die manier dichterbij de data blijft. In de eerste fase van coderen (cf. open codering) duidden we op descriptieve wijze de eerste thema's en concepten aan. Daarbij kwamen de verschillende thema's van de topiclijst aan bod. Via axiale codering zorgde de onderzoeker er vervolgens voor dat de toegekende codes systematisch op dezelfde manier toegepast worden op elk interview. De onderzoeker gaf dus dezelfde labels aan soortgelijke stukken interview. Daarna zochten we naar verbindingen tussen de codes om een theorie op te bouwen, en geschikte citaten te selecteren ter illustratie van overkoepelende bevindingen (cf. selectieve codering). Op die manier werden concepten gecategoriseerd die een antwoord bieden op de gestelde onderzoeksvragen. Dit proces werd geconcretiseerd aan de hand van een codeboom (zie Bijlagen), die grotendeels bestaat uit concepten of labels uit de centrale onderzoeksvragen en deelvragen. Daarnaast maakte de onderzoeker analytische memo's om zich te herinneren waarom een bepaalde code werd toegekend, of tot welke inzichten bepaalde codes hebben gezorgd.

Aanvullend analyseerde de studie de veldnotities van de observaties en think aloud-oefeningen (zie Bijlagen). De verzamelde informatie van de veldnotities werd vervolgens gestructureerd via

beschrijving, interpretatie en de verklarende fase. Aan de hand van de codeboom en de veldnotities heeft de onderzoeker een allesomvattend overzicht van de onderzoeksresultaten. De fasen van de dataverzameling en dataverwerking zijn bij deze methode niet steeds strikt gescheiden. Door de constant vergelijkende methode lopen de analyses door elkaar. Ook bij de observaties en think aloud-methode werd Word gebruikt voor de data-analyse. Bij de rapportering van de resultaten haalde de studie voorbeelden en citaten aan ter verduidelijking van de bevindingen.

8.5 Kwaliteitscontroles

Validiteit en betrouwbaarheid werden gebruikt als maatstaven om de kwaliteit van dit onderzoek te evalueren en uit te drukken (Mortelmans, 2009). Om de validiteit, of geldigheid, van het onderzoek te verhogen werd ten eerste de constant vergelijkende methode toegepast bij de data-analyse. Daarbij werden nieuwe resultaten voortdurend vergeleken met de eerder bekomen resultaten, en worden de topiclijst en het codeerschema telkens aangepast. Op die manier werd gecontroleerd of de concepten en theorieën doorheen het onderzoek in stand blijven. Ten tweede werden verschillende onderzoeksmethodes — diepte-interviews, observatie en think aloud — gecombineerd. Door die triangulatie wordt de geldigheid van dit onderzoek verhoogd.

Betrouwbaarheid verwijst in deze studie ten eerste naar de repliceerbaarheid. Daarom werden de onderzoeksmethode en methodologische keuzes transparant en gedetailleerd beschreven. Ten tweede hielden we rekening met de representativiteit van de steekproef. Aangezien de interviewees geselecteerd werden op basis van hun rol als moderator, de kanalen waarvoor ze modereren, en het nieuwsmerk waartoe zij behoren, is de steekproef voldoende representatief. We besluiten dat er aan beide kwaliteitscontroles voldaan is.

9 Resultaten

In dit hoofdstuk volgt er een bespreking van de resultaten die gevonden zijn aan de hand van een grondige analyse van de diepte-interviews, de observaties en de think aloud.

9.1 Onderzoeksvraag 1

OV1: Wie modereert de publieksreacties op online nieuwsartikels bij Vlaamse nieuwsmedia?

OV1a: Waarom wordt de verantwoordelijkheid voor de moderatie van onlinepublieksreacties daar gelegd?

Voor de beantwoording van deze onderzoeksvragen werden moderatoren bij Het Laatste Nieuws en de VRT gecontacteerd. Ten eerste vroegen we de interviewees in welke hoedanigheid zij verantwoordelijk zijn voor de moderatie van onlinepublieksreacties. Dat kan zijn als onderdeel van de redactie of als onderdeel van een bedrijf waarnaar nieuwsbedrijven de taak kunnen uitbesteden. Ten tweede vroegen we hen waarom er voor redactionele moderatie versus uitbesteding wordt gekozen, en de voor- en nadelen van beide vormen. Daarnaast vroegen we de interviewees voor welke kanalen zij de onlinepublieksreacties van het nieuwsmerk modereren en waarom ze dat niet doen voor de overige kanalen.

De resultaten tonen dat de verantwoordelijkheid zowel bij de redactie zelf wordt gelegd, als dat de taak wordt uitbesteed naar in moderatie gespecialiseerde bedrijven. Daarnaast wordt er door de nieuwsmerken geijverd dat de overheid ook verantwoordelijkheid op zich neemt aangezien socialenetsites dat weigeren te doen. Enkel grote overheden, zoals de Europese Commissie, kunnen druk uitoefenen op de socialenetsites. Voor alle vormen van verantwoordelijkheid worden er motieven en implicaties vernoemd.

Het Laatste Nieuws kiest voor uitbesteding van de moderatie van onlinepublieksreacties op hun website. Zij dragen de taak over aan een Nederlandse moderatiebedrijf. Binnen dat bedrijf staan er zes personen in voor de moderatie van de website van Het Laatste Nieuws. Werknemers dienen voor een aantal testen over discriminatie en algemene kennis te slagen. Het Laatste Nieuws kiest voor een Nederlands bedrijf omdat er in Vlaanderen of België geen moderatiebedrijven te vinden zijn. Het Nederlandse moderatiebedrijf geeft bovendien aan dat ze geen last hebben van culturele verschillen voor de moderatietaak. De keuze voor uitbesteding wordt gemotiveerd door tijdsbesparing. Als de moderatietaak op redacties wegvalt, is er meer tijd voor de publicatie van nieuwsartikels. Nadelen van uitbesteding zijn dat op die manier terugkoppeling naar de redactie bemoeilijkt wordt. Bij moderatie door de redactie fungeren de moderatoren immers ook als audience-oriented editors, die doorgeven aan de redactie welke artikels het goed doen op de kanalen en wat niet werkt. Daarnaast zijn er heel wat psychologische risico's aan het beroep verbonden. Moderatoren worden dagelijks geconfronteerd met harde beelden en hatespeech. Zij vangen immers alles op wat de gebruiker niet zou mogen te zien krijgen. Volgens de VRT-moderator gaan die gespecialiseerde moderatoren zo naar een *“negatief mensbeeld”*.

“Haat content is een soort van gif dat bij iedere mens, hoe sterk die ook in zijn schoenen staat, dag na dag binnendruppelt.” (interviewee 2)

Moderatoren in bedrijven waar moderatie de core business is, dienen bovendien dagelijks *targets* te halen. Daardoor is de *workload* erg zwaar. Zo moeten de werknemers ook slagen voor een snelleestest. Daarbij dienen ze in staat te zijn om 300 reacties per uur te screenen. Interviewee 2 pleit dan ook voor de afschaffing van gespecialiseerde moderatiebedrijven. Ondanks de risico's van de job, worden de moderatoren bovendien slecht betaald. Interviewee 2 beschouwt moderatie als een soort van security. Moderatoren beschermen de online omgeving immers tegen allerhande haatcontent. Onze maatschappij ziet die online veiligheidsissues echter nog niet onder ogen.

“Zo krijgen zwemredders bijvoorbeeld het laagste loon, maar zijn ze wel verantwoordelijk als er iemand verdrinkt.” (interviewee 2)

De sociale media van de VRT en van Het Laatste Nieuws kiezen ervoor om de moderatietaken te laten uitvoeren door de redactieleden zelf. Meer specifiek valt de taak onder de bevoegdheden van de audience-oriented editors, de paginabeheerders van de kanalen waarlangs de nieuwsartikels online verspreid worden, of de sociale media-journalisten zelf. Het team dat instaat voor de sociale media van Het Laatste Nieuws en VTM NIEUWS, de nieuwsmerken van News City, bestaat uit drie personen. Zij plaatsen de online artikels en modereren de reacties erop. De teamleden werken op wekdagen in shifts, van 7 tot en met 21 uur. In de weekends is er één iemand van dienst, van 10 tot en met 18 uur. Het aantal redactieleden dat instaat voor de moderatie bij VRT is niet bekend. De moderator weigerde die informatie vrij te geven uit angst voor een boete. Specifieke opleidingen voor moderatie zijn er niet aangezien het nog een relatief nieuw fenomeen is, maar er worden wel bijeenkomsten over moderatie georganiseerd voor de redactieleden. Die kunnen de moderatoren volgens op vrijwillige basis. Aangezien DPG Media, waar Het Laatste Nieuws toe behoort, een grote nieuwsgroep is, krijgen de sociale media-teams bijvoorbeeld de kans om met elkaar te overleggen over het beleid. Ook Facebook organiseert conferenties, waarop Het Laatste Nieuws kan leren van buitenlandse niet-DPG mediamerken. Tot slot gaf de socialemediamanager aan dat hij een cursus gevolgd heeft over hoe je als moderator het best reageert op onlinepublieksreacties. Die cursus fungeerde als inspiratie voor de uiteenzetting van de redactionele richtlijnen.

Motieven om de redactie zelf te laten modereren, is ten eerste dat er op die manier meteen kan teruggekoppeld worden naar de journalisten. Zo krijgt de redactie meer voeling met de noden en wensen van het publiek en kunnen de moderatoren aanbevelingen doen over hoe content het best verspreid wordt via de online kanalen. Ten tweede wordt de keuze door de moderatoren van zowel de sociale media als de website van Het Laatste Nieuws gemotiveerd door kostenbesparing. De VRT sprak die bevinding echter tegen, en gaf aan dat uitbesteding goedkoper is.

Een eerste probleem van redactionele moderatie is dat het afhankelijk is van de economische drijfveren van het nieuwsmerk. Zo zien sommige paginabeheerders ervan af om commentarensecties te deactiveren aangezien dat het Facebook-algoritme zou verstoren en het online artikel zo een minder groot publiek zou bereiken. Nog een nadeel van redactionele moderatie is dat het tijd in beslag neemt die ten koste gaat van de tijd die normaal gezien geïnvesteerd zou worden in berichtgeving.

“Op de site zijn het gemiddeld tussen de 5 en 10 reacties, terwijl op Facebook het er gemiddeld 1.200 zijn per post. (...) Begin maar, hé (...).” (interviewee 3)

Beide nieuwsmerken noemen ook vaak de verantwoordelijkheid van de socialenetwerksites om *tools* te ontwikkelen voor de moderatie van onlinepublieksreacties op hun kanalen. Zeker op Facebook aangezien de moderatoren dat beschouwen als een zeer negatief medium, *“voor azijnpissers”* (interviewee 2). Zo voelen de moderatoren van de sociale mediakanalen zich verplicht om de onlinepublieksreacties op hun Facebook-pagina’s zelf te modereren omdat Facebook het volledige deactiveren van commentarenssecties niet mogelijk maakt. Op de VRT-website is dat wel mogelijk, en dus koos de VRT ervoor om de plaatsing van onlinepublieksreacties op te heffen. Die beslissing kwam er omdat er te veel hatespeech circuleerde in de commentarenssecties, en de moderatie daarvan te veel tijd zou innemen. Het Laatste Nieuws doet het omgekeerde, en kiest er net voor om wel professioneel te modereren op de website en niet intensief op de socialenetwerksites. Op hun sociale mediakanalen zijn er immers te veel onlinepublieksreacties, en zij zien het dan ook als een gedeelde verantwoordelijkheid met de socialenetwerksite om de reacties te screenen. De socialemediamanager van Het Laatste Nieuws gaf overigens aan dat ze elke strafbare reactie die zij modereren, ook rapporteren aan Facebook. Beide nieuwsmerken zijn het erover eens dat socialenetwerksites veel macht en invloed hebben, maar zich onvoldoende inzetten voor de creatie van een gezonde en veilige digitale omgeving. Meer nog, zij werken polarisering in de hand.

“Als ik naar het Amerikaans Congres kijk (...) dan kan ik niet anders dan vaststellen dat die CEO’s van Facebook, Twitter en Youtube geen enkele empathie hebben voor wat er zich afspeelt.” (interviewee 2)

Socialenetwerksites zijn immers in de eerste plaats gericht op winstbejag. Wat een publieksreactie inhoudt, maakt voor Facebook geen verschil. Zij zijn er enkel op gericht dat er gereageerd wordt, want dan blijft de gebruiker langer op hun medium en ziet hij/zij meer van hun advertenties. Als Facebook al moderatietools ontwikkelt, zijn die bovendien steeds Amerikaans georiënteerd. Dat impliceert dat de moderatieprincipes wel streng zijn voor Amerikaanse gevoeligheden, zoals seksueel getinte opmerkingen, maar minder voeling hebben met de Vlaamse problematieken, zoals hatespeech.

Daarnaast vermeldt de VRT ook de verantwoordelijkheid van de overheid bij de uitstippeling van een beleid over moderatie. Aangezien socialenetwerksites geen bereidheid tonen om meer tools te ontwikkelen voor de moderatie van onlinepublieksreacties, dienen zij druk uit te oefenen op de sociale media om hun macht positief te gebruiken. De VRT legt de verantwoordelijkheid daarvoor niet bij de lokale overheden, maar bij de Europese Commissie. De Europese Commissie blijkt echter weinig bereidheid te tonen, en te traag actie te ondernemen.

“Ik denk dat het wachten is op een ernstig incident, waar niet een individu maar een groep er de prijs voor zal betalen dat overheden te weinig druk uitoefenen. En vooral te traag bepaalde zaken opleggen aan de platformen.” (interviewee 2)

De interviewee vindt daarom dat er beter een tijdelijke stop komt op de commentarenssecties.

“Ik ben daar nogal radicaal in geworden, maar ook realistisch omdat het niet uitgesloten is dat wat er in Amerika gebeurd is bij de bestorming van het Capitool, dat zoiets ook hier kan gebeuren. (...) Het is opmerkelijk dat overheden onvoldoende inzien en weigeren in te zien, omdat ze er ook zelf gebruik van maken uiteraard, dat het een gevaar is voor de democratie waar ze zo hard voor pleiten.” (interviewee 2).

De socialemediamanager van Het Laatste Nieuws is het eens met die stelling. Ook in Vlaanderen is er immers verregaande polarisering en te veel fake news. Daardoor haken er ook veel mensen af. De jonge mensen zijn op die manier overgelopen van Facebook naar Instagram.

“(...) Van zodra er een bericht komt over jongeren die, bijvoorbeeld in Ter Kamerenbos een feestje geven, gaan jongeren zich absoluut niet vertonen op Facebook omdat ze weten dat de overgrote groep op Facebook ouder is dan hen, en de solidariteit tussen generaties staat momenteel op een laag pitje. Er is zeer veel haat tussen generaties. En wat je ziet op Instagram is het tegenovergestelde. Daar lees je heel vaak het woordje ‘boomer’. Dus het is een gespleten samenleving, althans in de virtuele wereld.” (interviewee 2).

Daarnaast vernoemt de VRT-moderator ook het blijvende karakter van onlinepublieksreacties.

“Sociale media (...) zijn eigenlijk de toeg op café van vroeger. Waar even hard aan haat werd gedaan, maar het verschil is dat het in het café in de lucht vervloog, maar nu zwart op wit blijft staan voor eeuwig en altijd. Gebruikers zijn zich er niet van bewust dat impulsief geschreven uitspraken opgepikt worden (...) en relletjes worden.” (interviewee 2).

Samengevat zijn in de praktijk de redactie of uitbestede moderatiebedrijven verantwoordelijk voor de moderatie van onlinepublieksreacties. Bij de redactie valt de taak onder de bevoegdheden van de audience-oriented editor, de paginabeheerder of de sociale media-journalist. Voor zowel redactionele moderatie als uitbesteding zijn er voor- en nadelen te vinden en een nieuwsmerk moet die afwegen bij zijn keuze voor één van de twee. Ook moeten nieuwsmerken kiezen welke kanalen ze modereren, namelijk de website en/of de socialenetwerksites. Toch vinden redacties dat er voor die laatste meer verantwoordelijkheid moet worden gelegd bij de sociale media zelf, en dat die verantwoordelijkheid afgedwongen moet worden door de overheid.

9.2 Onderzoeksvraag 2

OV2: Welke moderatieprincipes passen Vlaamse nieuwsmedia toe om publieksreacties op online nieuwsartikels te modereren?

Om deze onderzoeksvraag te beantwoorden, werd in de diepte-interviews gevraagd of de moderators bepaalde regels in het achterhoofd hebben over welke onlinepublieksreacties ze afkeuren of goedkeuren. Tijdens de observatieoefening vroeg de studie de moderators te expliciteren waarom ze een reactie al dan niet censureren, zodat moderatieprincipes kunnen worden onderscheiden. Daarnaast vroegen we de participanten op welke reeds bestaande regelgevende kaders de principes gebaseerd zijn.

De regelgevende kaders kunnen onderverdeeld worden in de redactionele gedragscode en het wetgevende kader. Wat betreft het redactionele reglement is de visie van interviewee 1 dat als iemand reageert, hij op visite is bij de website van de klant.

“Ik zie het een beetje hetzelfde als dat iemand bij mij op de verjaardag komt in mijn huis, dan bepaal ik de regels en moet je je ook aan de regels houden.” (interviewee 1)

Wat betreft de **reglementen** opgesteld door de **redactie**, maakten zowel Het Laatste Nieuws als de VRT duidelijk dat vooral hatespeech een probleem vormt in de commentarensecties. De moderatie op de sociale mediakanalen focust zich dan ook vooral daarop. Zeker tijdens de pandemie, is de haat erg toegenomen omdat mensen geen ‘correctiegesprek’ meer hebben.

“Bijvoorbeeld als je thuiskomt en je hebt een nieuwsbericht gehoord over het vaccin en je denkt “oei wat hebben ze daar nu weer gezegd”, dan heb je een grote kans dat je vader/moeder/partner zegt “het is niet helemaal waar wat je zegt, het zit ook zo”. Dan ben je al vlug op je gemak gesteld en ga je met een genuanceerder oordeel naar die berichtgeving kijken. (...) Maar dat is helaas voor veel mensen onmogelijk geworden omdat de lockdown er nog altijd is en mensen te weinig met elkaar in debat kunnen.” (interviewee 2)

Verder keurt Het Laatste Nieuws nog een resem aan schadelijke onlinepublieksreacties af. Daaronder vallen verwijten, bedreigingen, doodsverwensing, oproepen tot demonstraties, persoonlijke aanvallen, beledigingen, negatieve vergelijkingen (zoals dierenvergelijkingen of Hitler-vergelijkingen), en aanstootgevend taalgebruik. Een negatief discours is een van de grote motieven voor moderatie. Wat betreft scheldwoorden, worden enkel de harde varianten, zoals bijvoorbeeld ‘klootzakken’ en ‘schapenneukers’, afgekeurd. Zachte varianten, zoals bijvoorbeeld ‘klungelaars’, worden goedgekeurd. Het valt op dat deze indeling louter gebeurt op basis van het persoonlijk aanvoelen van de moderator. Er zijn dan ook vaak interindividuele verschillen tussen de moderators van eenzelfde redactie.

“Wat is fatsoen? De één legt die lat veel hoger dan de ander. Dan vindt de één het een scheldwoord, en de ander vindt het wel meevallen. Dus daar zit natuurlijk altijd een menselijke kant aan.” (interviewee 1)

Ongepaste opmerkingen over de doden worden ook niet toegestaan. De VRT noemde daarnaast *bodyshaming* als een principe waarop een reactie afgekeurd wordt. Over het algemeen staat bij Het Laatste Nieuws fatsoen centraal bij de screening van onlinepublieksreacties. Bij de VRT is respect het centrale principe. Kritiek op bekende personen mag, maar dan niet onnodig kwetsend. Harde kritiek op bekende personen werd door de moderator van de website van Het Laatste Nieuws wel goedgekeurd als de reactie humor bevat. Sarcasme bleek tijdens de observatieoefening bij de moderator voor de website van Het Laatste Nieuws meermaals een factor om een harde reactie alsnog goed te keuren. Daarnaast keurt de website van Het Laatste Nieuws reacties af die nietszeggend of onzinnig zijn, of reacties die blijk geven van onwetendheid. De VRT wenst ook geen veralgemeningen in zijn commentarensecties. Off-topic reacties blijken het vaakst voorkomende principe te zijn waarop reacties afgekeurd worden.

“De gebruiker ziet een woord, bijvoorbeeld Corona, en leest niet verder maar reageert gewoon.” (interviewee 1)

De moderator bij de VRT noemt daarbij twee concepten die vaak opduiken in de commentarenssecties, namelijk ‘flooding’ en ‘flaming’. Bij flooding plaatsen gebruikers off-topic reacties om discussies over dat onderwerp uit te lokken bij andere gebruikers.

“Neem nu bijvoorbeeld een bericht over Frank Vandenbroucke en Astrazeneca. Het eerste wat je dan ziet, zijn commentaren over het verbrand geld.” (interviewee 2)

Bij flaming plaatsen gebruikers overdreven toxische reacties met als doel hevige discussies op te roepen. Verder dienen reacties onderbouwd te zijn. Redacties willen immers steeds meer naar inhoudelijke discussies. Toch laat de socialemediamanager van Het Laatste Nieuws off-topic reacties erdoor. Dat komt omdat op deze kanalen enkel de meest extreme reacties worden gemodereerd, die extra zichtbaar worden gemaakt door het Facebook-algoritme. Daarnaast probeert Het Laatste Nieuws misinformatie af te keuren in de commentarenssecties omdat het andere lezers kan verwarren. Plausibele beweringen of complottheorieën kunnen goedgekeurd worden op de website als ze niet schadelijk zijn. Bij de complottheorieën over Corona is er wel besloten om die systematisch te weigeren omdat er erg grote opdoken.

“(…) Over die vaccinaties dat daar een chip van Microsoft in zou zitten. (…) We gaan geen complottheoriekrant worden.” (interviewee 1)

De redactionele richtlijnen van de VRT en de sociale mediakanalen van Het Laatste Nieuws schrijven voor dat geen enkele complottheorie mag verspreid worden in de commentarenssecties.

“Conspiracy is altijd beschadigend, en voor wie? Voor mensen (…) die minder hoog opgeleid zijn. En die groep zit op Facebook. Wij zien dat als onze maatschappelijke verantwoordelijkheid om die mensen te beschermen (…)” (interviewee 2)

De VRT geeft wel aan dat hun platform evenzeer toegankelijk is voor deviante stemmen, zoals bijvoorbeeld dokters die wijzen op de gevaren van het Coronavaccin. Vrije meningsuiting blijft immers een drijfveer voor onlinepublieksreacties. De moderator voor de website van Het Laatste Nieuws haalde daarbij aan dat mensen er meer *open-minded* van worden. Het standpunt van de VRT is dat kritiek toegestaan is, maar dat de gebruiker geen dingen mag voorstellen als een feit wanneer ze niet bewezen zijn. Verder mag een gebruiker bij beide nieuwsmerken geen reclame maken in de commentarenssecties. Links zijn voor Het Laatste Nieuws eveneens niet toegestaan, tenzij ze verwijzen naar hun eigen nieuwswebsite. Tot slot stelt de website van Het Laatste Nieuws ook een aantal praktische regels op, zoals dat de lengte van een reactie automatisch gelimiteerd wordt, dat een gebruiker niet onder een valse naam mag reageren, en dat eenzelfde gebruiker niet twee keer dezelfde reactie mag plaatsen. De reacties moeten ook leesbaar zijn. Een beetje dialect wordt goedgekeurd, maar de gebruiker mag er niet in overdrijven. In dat geval kan de Nederlandse moderator de reactie immers niet begrijpen en beoordelen. De website van Het Laatste Nieuws en de sociale media van de VRT keuren het niet goed als de helft van de reactie in drukletters staat omdat

drukletters schreeuwerig overkomen. Op die vormvereisten wordt er nauwelijks gemodereerd op de sociale mediakanalen van Het Laatste Nieuws aangezien zij enkel de meest relevante reacties screenen.

Wat betreft het **wetgevende kader** waarop de moderatoren zich baseren, worden discriminerende reacties systematisch afgekeurd. Er is geen plaats voor racisme, antisemitisme, extremisme, en oproepen tot/verheerlijken van geweld in de commentarenssecties. Zo verwijderde de sociaalmediamanager van Het Laatste Nieuws tijdens de observatie een reactie die het woord 'negerkes' bevatte. Verder keuren beide nieuwsmerken reacties af die een inbreuk zijn op de privacy, zoals *doxing*. Daarbij worden de privacygegevens van een andere gebruiker — vaak een bekend persoon — gedeeld.

Naast de redactionele gedragscode en het wetgevend kader, spelen er nog principes waarop de socialenewebsites zich baseren voor de moderatie van onlinepublieksreacties. Die werden echter niet onderzocht in deze masterproef. De VRT schatte voor sommige berichten tot 70% van de onlinepublieksreacties af te keuren. Ook de website van Het Laatste Nieuws keurt ongeveer 75% van de onlinepublieksreacties af. Op de sociale mediakanalen van Het Laatste Nieuws wordt minder dan 50% van de onlinepublieksreacties verwijderd aangezien zij enkel de meest relevante reacties screenen. Dat zijn de reacties die Facebook zelf hoger laat ranken omdat ze veel reacties of *likes* hebben. In de praktijk zijn dat echter de meest extreme boodschappen.

“Mensen die veel reageren, hebben immers vaak een extreem gedachtegoed.” (interviewee 3)

De Vlaamse nieuwsmedia passen dus verschillende principes toe bij de moderatie van onlinepublieksreacties. Die principes baseren ze zowel op de redactionele gedragscode als op de wetgeving. De principes van Het Laatste Nieuws en de VRT zijn vrijwel gelijkaardig. Toch kan de ene redactie ervoor kiezen strenger op te treden op bepaalde vlakken dan de ander. Ook tussen moderatoren binnen dezelfde redactie kan de gradatie van strengheid variëren.

9.3 Onderzoeksvraag 3

OV3: Welke moderatietechnieken passen Vlaamse nieuwsmedia toe om publieksreacties op online nieuwsartikels te modereren?

OV3a: Waarom kiezen Vlaamse online nieuwsmedia voor die specifieke moderatietechnieken?

Voor de beantwoording van deze onderzoeksvragen, vroegen we de moderatoren in het diepte-interview welke moderatietechnieken zij toepassen, en waarom ze kiezen voor een bepaalde techniek. De observatieoefening gaf meer duidelijkheid over wat de moderatietechnieken precies inhouden.

Uit het onderzoek blijkt dat de Vlaamse nieuwsbedrijven zes moderatietechnieken toepassen: reacties verwijderen, reacties verbergen, algoritmische moderatie, gebruikers blokkeren, het deactiveren van commentarenssecties, en interactie.

De eerste moderatietechniek is de afkeuring, of **verwijdering, van onlinepublieksreacties**. De website van Het Laatste Nieuws maakt gebruik van deze techniek voordat de reacties gepubliceerd worden. De reactie wordt dus vooraf gescreend. Daarvoor gebruiken ze een moderatietool waarbij de moderator op een artikel klikt en vervolgens alle reacties op dat artikel verschijnen. De moderator kan dan een vinkje of een kruisje aanklikken om de reactie respectievelijk goed of af te keuren. De moderator bij de website van Het Laatste Nieuws gaf aan dat er in het systeem nog geen directe link zit naar het artikel. Het artikel moet dus steeds opgezocht worden om de context van de onlinepublieksreacties te begrijpen. Tijdens de observatieoefening gebeurt dat echter nooit.

Voor de sociale media van Het Laatste Nieuws worden de reacties pas na publicatie verwijderd. Dat kan immers ook niet anders op socialenetwerksites.

De sociale media van de VRT past de verwijdering van reacties niet toe omdat zij dit zien als een vorm van censuur. Facebook verwijderd wel reacties nadat ze gepubliceerd zijn, bijvoorbeeld wanneer een gebruiker een bepaalde reactie rapporteert.

De tweede moderatietechniek is **reacties verbergen**, en wordt enkel toegepast op de sociale media van Het Laatste Nieuws. Daarbij kunnen alleen de vrienden van de gebruiker en de gebruiker zelf de reactie nog zien. Andere gebruikers zien de reactie niet meer. Het voordeel van deze techniek is dat de gebruiker zelfs niet doorheeft dat zijn/haar reactie verborgen is. Het nadeel is dat iemand met veel vrienden of volgers de onwenselijke boodschap wel nog kan verspreiden op grote schaal. De moderator gaf aan een reactie te verbergen als die niet hoort, maar niet bedreigend of racistisch is. Is dat wel het geval, dan wordt de reactie verwijderd.

De derde moderatietechniek is de **algoritmische moderatie van onlinepublieksreacties**. Deze techniek wordt toegepast op de sociale media van de VRT en van Het Laatste Nieuws. Bij algoritmische premoderatie geven moderators via het paginabeheer aan welke woordkorven van 'ondubbelzinnig beledigende termen', zoals bijvoorbeeld 'slet' en 'neger', automatisch bepaalde reacties uitsluiten. Ook de lengte van een onlinepublieksreacties kan via algoritmische premoderatie vooraf worden vastgelegd, zoals op de website van Het Laatste Nieuws gebeurt. Die beperking wordt ingesteld zodat reacties geen al te lange betogen worden. Op sociale media gaat dat niet.

Bij algoritmische postmoderatie werken ze ook met woordenkorven, maar die bevatten ruimere termen. Op die manier kunnen ze ook oudere berichten, waar nog steeds commentaar op geleverd wordt, blijven modereren. Het Laatste Nieuws bekijkt bijvoorbeeld de reacties op zijn sociale mediakanalen niet meer voor oudere artikels. Via algoritmische moderatie kunnen bepaalde reacties dan toch nog tegengehouden worden.

Motieven voor algoritmische moderatie zijn kostenbesparing, aangezien menselijke moderatie meer tijd en werkkraft in beslag neemt. De algoritmes zijn echter niet verfijnd genoeg, maken veel fouten en missen menselijke emotie. Ook schrijven gebruikers met opzet fouten zodat de reactie alsnog zou verschijnen. Facebook besloot om in april 2020 menselijke moderatie volledig te vervangen door artificiële intelligentie. Na slechts twee maanden moest de socialenetwerksite op die beslissing terugkomen en opnieuw menselijke moderatie gebruiken.

“Toen zijn de ogen opengegaan, want plots kwam er enorm veel meer racisme en haat op de feeds te staan. En dat komt simpelweg omdat artificiële intelligentie maximum één derde opvangt van wat manuele moderatie opvangt.” (interviewee 2)

De vierde moderatietechniek bestaat erin om **gebruikers te blokkeren**. De VRT en de website van Het Laatste Nieuws doen dat zelden, maar de sociale media van Het Laatste Nieuws dagelijks. De website van Het Laatste Nieuws kiest voornamelijk voor tijdelijke blokkering, voor één dag, omdat ze een permanente blokkering te streng vinden. Ze blokkeren gebruikers enkel permanent bij herhaaldelijk bedreigende of zeer discriminerende reacties. Op de sociale media van De VRT en van Het Laatste Nieuws worden gebruikers meestal permanent verbannen. De beslissing om een gebruiker te blokkeren valt er na herhaaldelijke waarschuwingen, bij heel aanstootgevende content, bij reacties die ingaan tegen de wet en bij bedreigingen gericht aan de moderator.

“Als je jezelf bekend maakt als moderator van een bepaalde pagina, en mensen weten dat en dat staat mensen niet aan... het is bij de VRT nog niet gebeurd, maar ik weet van andere paginabeheerders dat zij risico lopen om belaagd te worden.” (interviewee 2)

Daarnaast blokkeren de moderatoren ook de alterego's van gebruikers wanneer ze exact dezelfde reactie plaatsen. De moderatoren zijn bovendien vertrouwd met gebruikers die vaak scherpe reacties plaatsen. Aan hen besteden ze daarom extra aandacht.

De vijfde moderatietechniek is het **deactiveren van commentaresecties**. De VRT koos ervoor om op hun website alle commentaresecties onder artikels te sluiten. Die beslissing viel er omwille van kostenbesparing, en omdat de digitale omgeving te toxisch werd. De website van Het Laatste Nieuws deactiveert de commentaresecties voor sommige artikels vooraf, zoals bij een dodelijk ongeluk uit respect voor de nabestaanden. Het deactiveren van commentaresecties op socialenetwerksites ligt wat gevoeliger aangezien dat het Facebook-algoritme kan verstoren wat betreft de verspreiding van nieuws. Bovendien bleek de socialemediamanager van Het Laatste Nieuws zelfs geen weet te hebben van deze optie op Facebook. Wat de sociale media van Het Laatste Nieuws wel doen, is een artikel offline halen als de commentaresectie te veel moderatie vergt.

De zesde moderatietechniek, **interactie**, bestaat erin om met de gebruikers in gesprek te treden. Deze techniek wordt toegepast op de sociale mediakanalen van de VRT en van Het Laatste Nieuws. De VRT gebruikt de techniek ten eerste voor community building. Dat wil zeggen dat de nieuwsdienst een ondersteunende functie levert bij emotionele thema's (zoals zelfdoding), of mensen bijvoorbeeld bemoedigt bij initiatieven (zoals acties voor het goede doel). De moderator geeft dan bijvoorbeeld een like of reageert onder de reactie. Bij bepaalde thema's, zoals zelfdoding of partnergeweld, plaatsen de moderatoren ook de hulplijnen. Dat doen ze vanuit hun maatschappelijke verantwoordelijkheid.

“(...) Zodat mensen weten dat ze altijd terecht kunnen bij Tele-Onthaal, bij Awel, bij de Zelfmoordlijn. Dat is wel iets dat ons onderscheidt van de andere redacties.” (interviewee 2)

Ten tweede is interactie een manier om extra informatie te verschaffen bij vragen van de lezers.

“We hebben bijvoorbeeld een vrouw gehad die vroeg of alle scholen gesloten waren. Dan is het belangrijk dat wij de juiste informatie kunnen geven (...), want de dag erop waren de scholen gesloten. Dus die vrouw was in paniek.” (interviewee 2)

De nieuwsmerken reageren soms ook op vragen met een directe link naar de bijhorende artikels op hun websites (Foto 1). Via interactie kan het nieuwsmerk zich ten derde ook verdedigen tegenover kritische opmerkingen over een artikel. Zo reageerde de socialemediamanager van Het Laatste Nieuws tijdens de observatie met de broninformatie van het artikel (Foto 2), of verdedigde de socialemediamanager zich na een onterechte beschuldiging door een gebruiker (Foto 3). Ten vierde kan de moderator de gebruiker via interactie wijzen op kleine overtredingen van het gebruikersreglement (Foto 4). Bij grote overtredingen wordt wel meteen een van de andere technieken toegepast, zonder uitleg of waarschuwing. Problemen bij de interactieve moderatietechniek zijn dat er op de redactie weinig tijd voor is, en er slechts beperkte middelen voor interactie voorhanden zijn. Facebook schakelde bijvoorbeeld recent de optie voor paginabeheerders om privéberichten te sturen naar de gebruiker, uit.



Foto 1. Interactieve moderatietechniek: link naar de nieuwswebsite



Foto 2. Interactieve moderatietechniek: broninformatie aanbieden



Foto 3. Interactieve moderatietechniek: extra informatie aanbieden



Foto 4. Interactieve moderatietechniek: attenderen op overtreding

Samengevat passen de Vlaamse nieuwsmedia zes moderatietechnieken toe naargelang bepaalde moderatieprincipes. Een overzicht daarvan wordt weergegeven in Tabel 1. Daarnaast wegen de nieuwsmerken de motieven en problemen van elke techniek af om te kiezen voor een bepaalde vorm van moderatie (Tabel 2).

Technieken	Verwijdere n	Verberge n	Algoritme	Blokkere n	Deactivatie commentarens ectie	Interactief
Principes						
Harde scheldwoorden	X	X	X			
Beledigingen	X					
Bedreigingen	X			X		
Doodsverwensingen	X					
Hatespeech	X		X			
Aanstootgevend taalgebruik	X					
Heel aanstootgevend taalgebruik				X		
Persoonlijke aanvallen	X					
Niet-grappige kritiek op bekende personen	X					
Ongepaste opmerkingen over de doden	X				X	

Nietszeggend	X		
Reacties die blijken geven van onwetendheid	X		
Reclame	X		
Geen fatsoen	X	X	
Off-topic	X		
Niet onderbouwd	X		
Links	X		X
Negatieve vergelijkingen	X		
Lengte	X		X
Drukletters	X		
Dezelfde reactie door dezelfde gebruiker	X		
Oproepen tot demonstraties	X		
Valse naam	X		X
Fake news	X		
Complottheorieën	X		
Informatie die niet klopt en kan verwarren	X		
Onleesbaar	X		
Onzinnig	X		
Niet-verifieerbaar nieuws	X		
Respectloos	X	X	
Veralgemening	X		
Bodyshaming	X		
Racisme	X		X
Antisemitisme	X		X
Discriminatie	X		X
Oproepen tot/verheerlijken van geweld	X		X
Inbreuken op privacy	X		X
Herhaaldelijke waarschuwingen			X
Dodelijk ongeluk			X
Te toxisch			X
Maatschappelijk verantwoord			X
Extra informatie			X
Attentie kleine overtredingen			X
Extremisme	X		
Verwijten	X		
Ondubbelzinnig beledigende termen		X	

Tabel 1. Moderatieprincipes en bijhorende moderatietechnieken

Technieken	Verwijderen voor publicatie	Verwijderen na publicatie	Verbergen	Algoritme	Blokkeren	Deactivatie commentaarsectie	Interactief
Nieuwsmarkten							
Website hln	X			X	X	X	
Sociale media hln		X	X	X	X		X
Sociale media vrt				X	X		X
Website vrt						X	

Tabel 2. Moderatietechnieken per nieuwsmarkten

10 Discussie

10.1 Bespreking onderzoeksresultaten

Dit onderzoek bestudeerde de moderatie van publieksreacties op online nieuwsartikelen bij Vlaamse nieuwsmedia. Meer specifiek richtte de masterproef zich op de moderatie bij Het Laatste Nieuws en de VRT. Aan de hand van diepte-interviews, observatie en think aloud werd bestudeerd wie er verantwoordelijk is voor de moderatie, op basis van welke principes er gemodereerd wordt, en met behulp van welke technieken. Resultaten wijzen uit dat de nieuwsmerken kiezen voor redactionele moderatie of moderatie door uitbesteding. Daarbij werden moderatieprincipes geformuleerd, vanuit de redactie zelf en gebaseerd op het wetgevend kader. De Vlaamse nieuwsmedia noemen zes mogelijke moderatietechnieken: reacties verwijderen, reacties verbergen, algoritmische moderatie, gebruikers blokkeren, het deactiveren van commentarenssecties, en interactie. De nieuwsmerken verschillen in welke technieken ze gebruiken.

10.1.1 Onderzoeksvraag 1

Zoals verwacht op basis van informatie uit een gastcollege, leggen nieuwsdiensten de verantwoordelijkheid voor de moderatie bij de redactieleden zelf of besteden ze de taak uit. Voor **redactionele moderatie** wordt de taak inderdaad onder andere toegeschreven aan *audience-oriented editors* op de redactie (Brasseur, 2020). Zij hebben immers een uitgebreide kennis over hoe gebruikers zich online gedragen en welk effect moderatie op het publiek heeft. Toch bleek uit dit onderzoek dat ook de paginabeheerders van de sociale mediakanalen en de sociale media-journalisten zelf de onlinepublieksreacties behandelen. Het probleem bij redactionele moderatie is, conform de resultaten van Smyrnaiois en Marty (2020), dat de redactie nog steeds gericht is op bereikmaximalisatie en kostenbesparing. Zo zien sommige paginabeheerders ervan af om commentarenssecties te deactiveren aangezien dat het Facebook-algoritme zou verstoren, en het online artikel zo een minder groot publiek zou bereiken. Daarnaast is moderatie een extra kost voor de nieuwsdienst.

De keuze voor **uitbesteding** wordt, opnieuw conform de bevindingen van Smyrnaiois & Marty (2020), gemotiveerd doordat moderatie zeer tijdrovend is voor de redactieleden. Ons eigen onderzoek stipt echter nog een aantal andere motieven aan, voor zowel redactionele moderatie als uitbesteding. Wat betreft financiële motieven voor redactionele moderatie versus uitbesteding, bleek er in dit onderzoek onenigheid tussen de moderatoren. De moderator voor de website van Het Laatste Nieuws en de socialemediamanager van Het Laatste Nieuws motiveren de keuze voor redactionele moderatie door kostenbesparing. De VRT sprak die bevinding echter tegen en gaf aan dat uitbesteding goedkoper is. Die tegenstrijdige resultaten kunnen verklaard worden door het aantal onlinepublieksreacties dat de nieuwsmerken dienen te behandelen. De website van Het Laatste Nieuws moet gemiddeld slechts vijf tot tien reacties per artikel modereren, terwijl de Facebook-pagina er 1.200 moet behandelen. Als die taak zou worden uitbesteed, zou er veel geld geïnvesteerd moeten worden aangezien het veel werkkracht en tijd in beslag zou nemen voor het gespecialiseerde moderatiebedrijf. In die redenering is het logischer om de moderatie minder streng te laten uitvoeren door de redactie zelf. Op de sociale media van de VRT zijn de onlinepublieksreacties meer controleerbaar, waardoor uitbesteding voor de

VRT een stuk minder zou kosten. Om vervolgens verder in te gaan op de voor- en nadelen van uitbesteding, bleek uit het huidige onderzoek dat de Nederlandse moderator geen last heeft van culturele verschillen bij de moderatie op Vlaamse nieuwsmedia. Die bevinding druist in tegen de resultaten van Smyrnaiois en Marty (2020) en Verrelst (1992), die stellen dat andere landen te weinig kennis hebben over de lokale cultuur en actualiteit. Die discrepantie in bevindingen kan verklaard worden doordat Nederland een buurland is van België en dus bekend is met de Vlaamse cultuur, en de landen bovendien een gemeenschappelijke taal delen. Verder stelde de huidige studie vast, net zoals Trygg (2012), dat de werking van uitbestede moderatie inderdaad gebaseerd is op de redactionele gedragscode van de klant, het lokale wettelijk kader, en journalistieke normen.

Tot slot bevestigen de onderzoeksresultaten dat nieuwsbedrijven ook berusten op de **socialenetwerksites** zelf voor de moderatie van de online omgeving (Wolfgang, Blackburn, & McConnell, 2020). Ze ijveren dan ook dat de overheid zijn verantwoordelijkheid opneemt om druk uit te oefenen aangezien de socialenetwerksites hun beloftes over een veilige digitale omgeving niet inlossen. Daarbij kan de bedenking gemaakt worden dat redacties louter willen genieten van de voordelen van de online verspreiding van nieuwsberichten, maar de kosten om de nadelen ervan weg te werken niet willen dragen. Bovendien zijn ook commerciële media, net zoals socialenetwerksites, gericht op winst. Er kan dus gesteld worden dat zij op gelijke voet staan wat betreft de verantwoordelijkheid voor de moderatietaak.

10.1.2 Onderzoeksvraag 2

De tweede onderzoeksvraag bestudeerde de principes die gehanteerd worden bij de moderatie. Wolfgang, Blackburn en McConnell, (2020) concludeerden dat moderatoren idealiter hun taak uitvoeren met respect voor de reacties, en zich onthouden van overijverige censuur. Die stelling klopt voor beide nieuwsmerken die bevestigd zijn in deze masterproef. Er werd meermaals aangegeven dat de moderator *“niet moet overdrijven”*. Daarnaast bevestigen de onderzoeksresultaten dat er vijf factoren zijn waarop moderatieprincipes gebaseerd zijn: a) de sociaal-politieke context, b) het wettelijk kader, c) de redactionele gedragscode, d) de economische bedrijfsstrategieën, en e) de interindividuele verschillen tussen de moderatoren. Wat betreft de **sociaal-politieke context** bekijkt een moderator de onlinepublieksreacties inderdaad in het licht van het onderwerp of de persoon waarover zij berichten (Wolfgang, Blackburn, & McConnell, 2020). Zo verklaarde de socialemediamanager van Het Laatste Nieuws dat er bijvoorbeeld meer hatespeech wordt toegelaten in publieksreacties over een persoon zoals Marc Dutroux. Uit de observatieoefening blijkt echter dat de moderator voor de website van Het Laatste Nieuws niet steeds het artikel leest waarop er gemodereerd wordt, waardoor de moderator niet altijd op de hoogte is van de sociaal-politieke context van de reacties. Dat komt omdat er in hun systeem nog geen directe link zit naar het artikel, en de moderator het artikel dus steeds zelf moet opzoeken.

Verder blijkt uit de onderzoeksresultaten dat moderatoren zich inderdaad baseren op de **wetgeving** en de **redactionele gedragscode** (Smyrnaiois & Marty, 2020). Die redactionele gedragscode is, conform de bevindingen van Smyrnaiois en Marty (2020), afgestemd op het juridisch document, maar de redactie kan inderdaad strengere regels dan de wettelijke bepalingen opleggen. Het is daarbij wel

opvallend dat Het Laatste Nieuws en de VRT ongeveer dezelfde redactionele principes toepassen. Dat wordt voornamelijk verklaard door dat gemeenschappelijk wetgevend kader, maar een tweede mogelijke verklaring is dat de socialenetwerksite zelf ook een gedragscode vooropstelt voor het paginabeheer. De bevindingen van Fabris (2018) stellen immers dat sociale media ook richtlijnen opstellen over welk onlinegedrag ze niet tolereren. Dat kan een leidraad zijn waarop de redacties hun paginareglementen baseren.

Verder kan uit de gedeelde principes van de nieuwsmedia afgeleid worden dat er in de commentarensecties niet voldaan wordt aan de beloftes van de online participatory culture die Jenkins (2014) voor ogen had. Zo hebben mensen nog steeds nood aan een fysiek gesprek, of een zogenaamd correctiegesprek, waarin hun opinie wordt genuanceerd. De lockdown heeft duidelijk gemaakt dat mensen zonder een fysiek debat impulsief reacties plaatsen in commentarensecties, en dat die reacties vaak hatespeech bevatten. De onderzoeksresultaten bevestigen dus de visie dat de online publieke sfeer niet kan leiden tot een democratisch debat (Fabris, 2018). Daarbij dienen reacties immers beargumenteerd en onderbouwd te zijn.

Wat betreft de **economische en bedrijfsstrategieën**, zijn de moderatieprincipes, zoals eerder in de discussie reeds werd aangegeven, inderdaad afhankelijk van bereikmaximalisatie en kostenbesparing (Smyrnaio & Marty, 2020). Tot slot bevestigen de onderzoeksresultaten dat er **interindividuele verschillen** zijn tussen moderatoren van eenzelfde redactie aangezien zij oordelen over onlinepublieksreacties vanuit hun individueel, persoonlijk aanvoelen (Boberg et al., 2018; Gillespie, 2018; Muddiman & Stroud, 2017).

10.1.3 Onderzoeksvraag 3

Wat betreft de moderatietechnieken, besloten Smyrnaio en Marty (2020) dat de keuze voor een bepaalde techniek wordt gemaakt op basis van het risico van het online artikel dat wordt becommentarieerd. Dat risico wordt berekend op basis van het onderwerp van het online artikel en de aanwezigheid van mogelijk provocerende termen in de titel. Uit de onderzoeksbevindingen blijkt echter dat de moderatietechnieken ten eerste afhankelijk zijn van het gehanteerde moderatieprincipe. Zo leiden de meeste moderatieprincipes tot de **verwijdering van reacties**. Dat bevestigt de bevindingen uit de literatuur dat reacties verwijderen een prominente moderatietechniek is (Boberg et al., 2018; Nuytemans, 2020). Wel maakt die literatuur geen onderscheid tussen de premoderatie en de postmoderatie van reacties, waar deze masterproef dat wel doet. Premoderatie wordt toegepast op de website; postmoderatie op de sociale media van de nieuwsmerken.

Links, te lange reacties en ondubbelzinnig beledigende termen worden **algoritmisch gemodereerd**. Ook hier vermelden Suh et al. (2018) enkel algoritmische premoderatie om vooraf te bepalen welke reacties geweigerd worden in de commentarensecties. De literatuur maakte dus geen notie van algoritmische postmoderatie, waar deze masterproef dat wel doet. Zo wordt postmoderatie toegepast voor oudere artikels. Ksiazek (2015) besloot dat premoderatie van reacties de meest consistente voorspeller is van civiele online discussies. De resultaten van het huidige onderzoek concluderen echter dat algoritmische moderatie nog steeds veel fouten maakt en nood heeft aan menselijke interpretatie.

Pas bij heel aanstootgevend taalgebruik, bedreigingen, het gebruik van valse namen, reacties

die ingaan tegen de wet, en na herhaaldelijke waarschuwingen, worden **gebruikers geblokkeerd**. Conform de bevindingen van Smyrnaioi en Marty (2020), geven de moderatoren in het huidige onderzoek aan dat ze een vrij nauwkeurig beeld hebben van gebruikers waarop ze extra moeten letten. Bij reacties die ingaan tegen de wet, gaf de socialemediamanager van Het Laatste Nieuws aan dat ze die reacties ook steeds rapporteren aan Facebook. Het is dus niet zo, zoals bleek uit de literatuurstudie, dat de rapportering van reacties of gebruikers enkel gedecentraliseerd gebeurt. De verantwoordelijkheid voor de rapporteringen ligt op sociale media vervolgens bij de socialenewebsite, en niet bij de nieuwsbedrijven.

Commentareensecties worden achteraf **gedeactiveerd** bij ongepaste opmerkingen over de doden of wanneer de online omgeving te toxisch wordt. Bij een dodelijk ongeluk deactiveert de website van Het Laatste Nieuws de commentareensectie vooraf uit respect voor de nabestaanden. Deze onderzoeksresultaten bevestigen dus de bevindingen van Boberg et al. (2018) dat commentareensecties gesloten worden bij ontspoorde discussies en potentieel gevoelige onderwerpen, maar deze masterproef maakt opnieuw het onderscheid tussen pre- en postmoderatie. Daarnaast vult het huidige onderzoek de moderatietechniek aan door de notie van een artikel offline te halen als het te veel moderatie vergt. Daarbij kunnen ernstige vragen opgeroepen worden wat betreft zelfcensuur.

De moderatoren gaan tot slot in **interactie** met de gebruiker als ze zich er maatschappelijk verantwoordelijk toe voelen, als de moderator de gebruiker wil aanspreken op een kleine overtreding, en als de gebruiker extra informatie nodig heeft. Zo bieden ze de lezer correcte informatie, conform de resultaten van Diakopoulos en Naaman (2011). De bereidheid tot interactie bij Het Laatste Nieuws en de VRT wijkt echter af van de bevindingen van Nielsen (2013), die stelt dat journalisten niet in gesprek willen treden met gebruikers. Het is wel zo, zoals reeds bleek uit de bevindingen van Diakopoulos en Naaman (2011), dat interactie de tijd voor andere redactionele taken in de weg staat.

Ten tweede wegen de nieuwsmerken de motieven en problemen van elke techniek af om te kiezen voor een bepaalde vorm van moderatie. Zo kiest de **website van Het Laatste Nieuws** er grotendeels voor om reacties te verwijderen voor publicatie. Daarnaast blokkeren ze gebruikers, en deactiveren ze commentareensecties uit respectvolle overwegingen. Verder modereren ze algoritmisch, al is dat zeer beperkt aangezien ze het onvoldoende vertrouwen. De **sociale media-afdeling van Het Laatste Nieuws** verwijderd reacties enkel na publicatie aangezien dat op Facebook vooraf niet mogelijk is. Daarnaast verbergen zij reacties, blokkeren ze gebruikers, en doen ze aan interactie. Er is daarbij ook een rangorde naargelang de ernst van de onlinepublieksreactie. De moderator gaf aan een reactie te verbergen als die niet hoort, maar niet bedreigend of racistisch is. Als dat wel het geval is, dan wordt de reactie verwijderd. Als de reactie nog aanstootgevender is, kiest de socialemediamanager ervoor om de gebruiker te blokkeren. Verder wordt de sociale media van Het Laatste Nieuws algoritmisch gemodereerd aangezien dat mogelijk is via het paginabeheer van Facebook. De **sociale media van de VRT** weigert reacties te verwijderen na publicatie omdat ze dat zien als een vorm van censuur. Wel modereren zij algoritmisch, blokkeren ze gebruikers en treden ze in gesprek met de gebruiker. Tot slot deactiveert de **website van de VRT** de commentareensecties volledig omdat ze de omgeving te toxisch vinden en vanuit kostenbesparing.

10.2 Beperkingen huidig onderzoek en aanbevelingen toekomstig onderzoek

De masterproef draagt bij tot een betere kennis over moderatie, maar er zijn ook een aantal beperkingen waar de lezer rekening mee dient te houden. Er moet bij de dataverwerking in acht worden genomen dat de socialenetwerksites zelf ook een beleid hebben over de moderatie van publieksreacties. Die moderatieprincipes en -technieken zijn niet bekend en de socialnetwerksites bieden daarin weinig of geen transparantie. Ten tweede zal de generaliseerbaarheid van de masterproef eerder laag zijn omdat het onderzoek niet alle nieuwssites en -fora kan betrekken. Zelfs binnen een uitgeversgroep kunnen de redacties bijvoorbeeld verschillen in hun moderatie-aanpak. Bovendien bevroeg het onderzoek enkel Vlaamse redacties, waardoor het niet in een internationale context geplaatst kan worden. Tot slot is dit onderzoek sterk afhankelijk van de medewerking van de moderators. Wat betreft de diepte-interviews gingen er weinig moderators in op het verzoek om deel te nemen aan het onderzoek. De geïnterviewden geven dan ook te kennen dat ze niet zomaar alles mogen delen over de principes en technieken die zij hanteren bij de moderatie van onlinepublieksreacties. Vooral bij de observatieoefening was die terughoudendheid merkbaar.

De geïnterviewden geven aan dat er in de toekomst transparantie zal gevraagd worden door de gebruikers over de principes en technieken die nieuwsmedia hanteren voor de moderatie van onlinepublieksreacties. Voor toekomstig onderzoek is het daarom interessant om, eenmaal deze transparantie er is, dieper in te gaan op gevoeligheden inzake de censuur van de vrije meningsuiting, en meer observatieoefeningen te doen bij redacties. Daarnaast is het waardevol om het onderzoek uit te breiden met een inhoudsanalyse van de onlinepublieksreacties zelf, of de gebruikers die reacties plaatsen te bevragen over hoe zij moderatie ervaren.

10.3 Aanbevelingen werkveld

Op basis van de resultaten van deze masterproef, kan de onderzoeker enkele aanbevelingen voor het werkveld formuleren. Om de beloften van de online participatory culture van Jenkins (2014) in te lossen, dienen nieuwsmedia hun maatschappelijke verantwoordelijkheid meer op te nemen. Zo ijvert VRT ervoor dat ook andere nieuwsmerken hulplijnen plaatsen bij gevoelige thema's, zoals zelfdoding of partnergeweld. Ten tweede zouden moderators telkens het artikel moeten lezen voordat ze de onlinepublieksreacties in hun sociaal-politieke context kunnen beoordelen. Daarvoor zou de moderatietool een snelle link kunnen creëren naar het artikel. Ten derde is het belangrijk voor de moderators om te weten dat Facebook het sinds kort mogelijk heeft gemaakt om commentarenssecties onder bepaalde artikels te deactiveren. Die onwetendheid draagt bij tot de these dat er nood is aan meer transparantie over de technieken en principes waarop moderators zich baseren. In het huidige klimaat is moderatie van onlinepublieksreacties nog veelal een black box omdat moderatie in sommige gevallen in strijd is met de vrije meningsuiting. Bij schending daarvan kunnen nieuwsbedrijven bestraft worden. Als er echter meer transparantie komt bij alle nieuwsmerken, kan er gebouwd worden aan een eenduidig beleid waarbij de nood aan moderatie en vrije meningsuiting duidelijk worden afgewogen.

11 Conclusie

Deze masterproef wierp een blik op de moderatie van onlinepublieksreacties bij de Vlaamse nieuwsmedia Het Laatste Nieuws en de VRT. De studie koos voor deze nieuwsmerken omdat zij respectievelijk de grootste commerciële en publieke media zijn in Vlaanderen. Tegelijk is Het Laatste Nieuws een printkrant en de VRT een audiovisueel nieuwsmerk, en zetten beiden sterk in op online berichtgeving. Binnen die nieuwsmerken werden zowel de moderators van de website als de moderators van de sociale mediakanalen bevroegd. Het Laatste Nieuws modereert voor beide kanalen, terwijl de VRT enkel modereert voor zijn sociale media. Dat komt omdat de VRT de commentarenssecties op hun website heeft uitgeschakeld nadat de omgeving te toxisch werd. Het onderzoek werd gevoerd aan de hand van diepte-interviews, observatie en think aloud. Door triangulatie van die methoden, slaagde de studie erin om inductief (explorerend) antwoord te geven op de gestelde onderzoeksvragen. Via de diepte-interviews kreeg het onderzoek een eerste uitgebreide kijk op het moderatie domein. Tijdens de observatie vroegen we vervolgens dat de moderators de gehanteerde moderatieprincipes en -technieken expliciteerden (cf. think aloud). De data werden iteratief geanalyseerd. Omdat moderatie een relatief recent fenomeen is, is het belangrijk om transparantie te brengen zodat Vlaamse nieuwsbedrijven consistent kunnen omgaan met onlinepublieksreacties.

De masterproef focuste ten eerste op wie er verantwoordelijk is voor de moderatie, en waarom de verantwoordelijkheid daar gelegd wordt. Bij Vlaamse nieuwsbedrijven was daar in de literatuur immers nog onduidelijkheid over. Uit de resultaten bleek dat Vlaamse nieuwsbedrijven ervoor kiezen om de moderatie van de website of de sociale media door de redactie zelf te laten uitvoeren, of de taak uit te besteden. Bij die keuze worden de voor- en nadelen van elke vorm afgewogen. De sociale media van de VRT en van Het Laatste Nieuws kiezen voor redactionele moderatie. Meer specifiek valt de taak onder de bevoegdheden van de audience-oriented editors, de paginabeheerders van de kanalen waarlangs de nieuwsartikels online verspreid worden, of de sociale media-journalisten zelf. Een motief om de redactie zelf te laten modereren, is dat er op die manier meteen teruggekoppeld kan worden naar de journalisten. Het grootste nadeel is dat het tijd in beslag neemt die ten koste gaat van de core business, berichtgeving. Het Laatste Nieuws kiest voor uitbesteding van de moderatietaak, omwille van tijdsbesparing. Beide nieuwsmerken pleiten ervoor dat ook de overheid zijn verantwoordelijkheid opneemt aangezien de socialenewebsites dat weigeren te doen, en de moderators vrezen voor ernstige incidenten in de toekomst.

Ten tweede bestudeerde de onderzoeker de moderatieprincipes op basis waarvan een onlinepublieksreactie gemodereerd wordt. Zo wierp deze masterproef een blik op de achterliggende waarden die Vlaamse online nieuwsmedia in het vaandel dragen, en tot waar ze discussie beschouwen als onderdeel van het publieke debat. Uit het onderzoek blijkt dat de Vlaamse nieuwsmedia hun principes opstellen vanuit de redactionele gedragscode en de wetgeving. Wat betreft de reglementen opgesteld door de redactie, bleek de moderatie zich vooral te focussen op hatespeech en een negatief discours, aangezien dat de grootste problemen vormen in commentarenssecties. Beide nieuwsmerken stellen respect en fatsoen dan ook voorop bij de screening van onlinepublieksreacties. Verder modereren de nieuwsmerken vrij streng op misinformatie. Over het

algemeen zijn de principes van Het Laatste Nieuws en de VRT gelijkaardig. Toch kan de ene redactie ervoor kiezen strenger op te treden op bepaalde vlakken dan de ander. Ook tussen moderatoren binnen dezelfde redactie varieert de gradatie van strengheid.

Ten derde onderzocht deze masterproef de technieken die de moderatoren gebruiken, en waarom ze kiezen voor een bepaalde techniek. De technieken in de literatuur bleken weinig transparant of steunden op individuele keuzes van de journalisten. Het huidige onderzoek concludeerde dat de Vlaamse mediabedrijven zes technieken toepassen: reacties verwijderen, reacties verbergen, algoritmische moderatie, gebruikers blokkeren, het deactiveren van commentarensecties, en interactie. Die technieken gebruiken ze naargelang het soort reactie, en na afweging van de voor- en nadelen van elke techniek. Wat betreft de verwijderingstechniek, worden reacties op de website van het nieuwsmerk vooraf verwijderd, waardoor andere gebruikers de ongewenste reactie niet te zien krijgen. De reacties op de sociale media van nieuwsmerken, daarentegen, kunnen pas na publicatie verwijderd worden. Het is dus mogelijk dat een deel van de lezers de ongewenste reactie wel al gezien heeft. De verwijderingstechniek wordt het vaakst gebruikt. Het voordeel van de tweede techniek, reacties verbergen, is dat de gebruiker zelfs niet doorheeft dat zijn/haar reactie verborgen is doordat hij/zij en zijn/haar vrienden de reactie blijven zien. Het nadeel is dat iemand met veel vrienden of volgers de onwenselijke boodschap wel nog kan verspreiden op grote schaal. Wat betreft de algoritmische moderatie, vult deze masterproef de literatuur opnieuw aan door een onderscheid te maken tussen premoderatie, en postmoderatie. Die laatste wordt gebruikt voor de opvolging van oudere berichten. De voordelen van algoritmische moderatie zijn kosten- en tijdsbesparing, maar de tools maken nog veel fouten die menselijke moderatie niet zou maken. De vierde techniek, de blokkering van gebruikers, wordt gebruikt om de sanctie van de gebruiker een stapje verder te trekken. Die blokkering kan permanent of slechts tijdelijk zijn. Deactiveren van commentarensecties wordt vooraf gebruikt bij gevoelige onderwerpen, en achteraf wanneer de omgeving te toxisch wordt. De laatste techniek, interactie, wordt gebruikt voor community building, om extra info te geven, voor zelfverdediging van het nieuwsmerk, en om de gebruiker te attenderen op kleine overtredingen. De moderatoren gaven echter aan dat er voor deze techniek nog te weinig tijd en middelen voorhanden zijn.

De generaliseerbaarheid van deze masterproef is eerder laag zijn aangezien het niet alle Vlaamse — laat staan internationale — nieuwssites en -fora kon betrekken. Bij de dataverwerking dient er ook in acht genomen te worden dat er geen transparantie is over de moderatieprincipes en -technieken van de socialenetwerksites. Daarnaast was het onderzoek sterk afhankelijk van de medewerking van de moderatoren, waardoor de studie slechts twee nieuwsmerken kon bevragen. Bovendien was er bij de moderatoren terughoudendheid voor de observatieoefening. Toch is het huidige onderzoek al een grote stap vooruit, dankzij de toereikende steekproef, de uitgebreide interviews en de combinatie met observatie en think aloud. Eenmaal de nieuwsmerken meer transparantie aan de dag zullen moeten leggen, is het interessant voor toekomstig onderzoek om dieper in te gaan op gevoeligheden inzake de censuur van de vrije meningsuiting, en meer observatieoefeningen uit te voeren.

12 Literatuurlijst

- Anderson, A.A., Brossard, D., Scheufele, D.A., Xenos, M.A., Ladwig, P. (2014). The “nasty effect:” Online incivility and risk perceptions of emerging technologies. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19, 373–387. Doi:10.1111/jcc4.12009
- Baarda, D.B., de Goede, M.P.M., & van der Meer-Middelburg (2007). *Basisboek interviewen: handleiding voor het voorbereiden en afnemen van interviews* (2^{de} herziene druk). Houten: Noordhoff Uitgevers Groningen.
- Bagdasarov, Z., Martin, A., Chauhan, R., & Connelly, S. (2017). Aristotle, Kant, and ...Facebook? A look at the implications of social media on ethics. *Ethics & Behavior*, 27(7), 547-561. Doi:10.1080/10508422.2016.1269648
- Bennett, W.L. (2007). *News: The politics of illusion*. New York: Longman.
- Berbers, A., D’Haenens, L., & Koeman, J. (2017). Worlds apart? Exploring the news framing of ‘Syria fighters’ and interactions and identification processes on online discussion forums. *European Muslims and New Media*, 5, 89-170. Geraadpleegd via <https://ebookcentral.proquest.com/lib/kuleuvenul/detail.action?docID=5117828&pq-origsite=primo#>
- Boberg, S., Schatto-Eckrodt, T., Frischlich, L., & Quandt, T. (2018). The moral gatekeeper? Moderation and deletion of user-generated content in a leading news forum. *Media and communication*, 6(4), 58-69. Doi:10.17645/mac.v6i4.1493
- Boumans, J., Trilling, D., Vliegthart, R., & Boomgaarden, H. (2018). The agency makes the (online) news world go round: The impact of news agency content on print and online news. *International Journal of Communication*, 12, 1768–1789. Geraadpleegd via <https://go-gale-com.kuleuven.ezproxy.kuleuven.be/ps/dispatchBasicSearch.do?userGroupName=leuven&prodId=LitRC>
- Brasseur, H. (2020). *Actuele topics in de communicatiewetenschap* [cursustekst]. Leuven: KU Leuven.
- Braun, J., & Gillespie, T. (2011). Hosting the public discourse, hosting the public. *Journalism Practice*, 5(4), 383–398. Doi:10.1080/17512786.2011.557560

- Brinckman, B. (2021, mei 6). Verplicht België sociale media straks om strafbare meningen te censureren? *De Standaard*. Geraadpleegd via https://www.standaard.be/cnt/dmf20210505_97669337
- Buhl, F., Günther, E., & Quandt, T. (2018). Observing the dynamics of the online news ecosystem. *Journalism Studies*, 19(1), 79–104. Doi:10.1080/1461670X.2016.1168711
- Centrum voor Informatie over de Media (2020). *Pers bereik resultaten*. [Dataset]. Geraadpleegd via <https://www.cim.be/nl/pers/bereik-resultaten>
- Chen, G.M., & Pain, P. (2017). Normalizing online comments. *Journalism Practice* 11(7), 876-892. Doi:10.1080/17512786.2016.1205954
- Coe, K., Kenski, K., & Rains, S. A. (2014). Online and uncivil? Patterns and determinants of incivility in newspaper website comments. *Journal of Communication*, 64(4), 658–679. Doi:10.1111/jcom.12104
- Dahlgren, P. (2013). Online journalism and civic cosmopolitanism. *Journalism Studies*, 14(2), 156-171. Doi:10.1080/1461670X.2012.718544
- Diakopoulos, N., & Naaman, M. (2011). Towards quality discourse in online news comments. *Proceedings of the ACM 2011 Conference on Computer Supported Cooperative Work*, 133-142. Doi:10.1145/1958824.1958844
- Depandelaere, M., Gabriels, B., & Huylenbroeck, J. (2006). *De invloed van nieuwe media op de identiteitsvorming bij jongeren*. S.l: S.n.
- Ervajec, K., & Poler Kovacic, M. (2012). “You don’t understand, this is a new war!” Analysis of hate speech in news web sites’ comments. *Mass Communication and Society*, 15(6), 899–920. Doi:10.1080/15205436.2011.619679
- Fabris, A. (2018). *Ethics of information and communication technologies*. Cham: Springer International Publishing AG.

- Ferrer-Conill, R., & Tandoc, E.C. (2018). The Audience-Oriented Editor. *Digital Journalism*, 6(4), 436-453. Doi: 10.1080/21670811.2018.1440972
- Gillespie, T. (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, content moderation, and the hidden decisions that shape social media*. Yale University Press.
- Granovetter, M. (1983). The strength of weak ties: A network theory revisited. *Sociological Theory*, 1, 201-233. doi:10.2307/202051
- Hong, S. (2012). Online news on Twitter: Newspapers' social media adoption and their online readership. *Information Economics and Policy*, 24(1), 69-74. Doi:10.1016/j.infoecopol.2012.01.004
- Hughey, M.W., & Daniels, J. (2013). Racist comments at online news sites: A methodological dilemma for discourse analysis. *Media, Culture & Society*, 35(3), 332-347. Doi:10.1177/0163443712472089
- Jenkins, H. (2014). Participatory culture: From co-creating brand meaning to changing the world. *GfK Marketing Intelligence Review*, 6(2), 34-39. Doi:10.2478/gfkmir-2014-0096
- Kangaspunta, V. (2020). Locally, regionally and nationally online: Online news comments sections as public arenas in geographically anchored media structures. *Journal of the European Institute for Communication and Culture*, 27(3), 266-86. Doi:10.1080/13183222.2020.1794401
- Karatzogianni, A. (2015). *Firebrand waves of digital activism 1994-2014: The rise and spread of hacktivism and cyberconflict*. London: Palgrave Macmillan.
- Ksiazek, T.B. (2015). Civil interactivity: How news organizations' commenting policies explain civility and hostility in user comments. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 59(4), 556-573. Doi:10.1080/08838151.2015.1093487
- Ksiazek, T.B., Peer, L., & Lessard, K. (2016). User engagement with online news: Conceptualizing interactivity and exploring the relationship between online news videos and user comments. *New Media & Society*, 18(3) 502-520. Doi:10.1177/1461444814545073

- Kwon, K.H., & Cho, D. (2017). Swearing effects on citizen-to-citizen commenting online: A large-scale exploration of political versus nonpolitical online news sites. *Social Science Computer Review*, 35(1), 84–102. Doi:10.1177/0894439315602664
- Lee, S.Y., & Ryu, M.H. (2019). Exploring characteristics of online news comments and commenters with machine learning approaches. *Telematics and informatics*, 43, 101249. Doi:10.1016/j.tele.2019.101249
- Loke, J. (2012). Public expressions of private sentiments: Unveiling the pulse of racial tolerance through online news readers' comments. *Howard Journal of Communications*, 23(3), 235–252. Doi:10.1080/10646175.2012.695643
- Loveland, M. T., & Popescu, D. (2011). Democracy on the web. *Information, Communication & Society*, 14(5), 684–703. Doi:10.1080/1369118X.2010.521844
- Maeselele, P., Van der Steen, L., Raeijmaekers, D., Reul, R., & Paulussen, S. (2014). Pluralisme en Vlaamse nieuwsmedia: De (hete) aardappel van de toekomst. *Tijdschrift Voor Communicatiewetenschap*, 42(4), 401-418. Geraadpleegd via <https://search-proquest-com.kuleuven.ezproxy.kuleuven.be/docview/1686683566?accountid=17215>
- Mawindi Mabwezara, H. (2014). Readers comments on Zimbabwean newspaper websites. *Digital Journalism* 2(1), 44-61. Doi:10.1080/21670811.2013.850200
- Meyer, H.K., & Carey, M.C. (2014). In moderation. *Journalism Practice*, 8(2), 213-28. Doi:10.1080/17512786.2013.859838
- Mortelmans, D. (2009). *Handboek kwalitatieve onderzoeksmethoden*. Leuven: Acco.
- Muddiman, A., & Stroud, N.J. (2017). News values, cognitive biases, and partisan incivility in comment sections. *Journal of Communication*, 67(4), 586–609. Doi:10.1111/jcom.12312
- Nah, S., & Chung, D.S. (2020). *Understanding citizen journalism as civic participation*. New York: Routledge.
- Nguyen, T., Hui, P., Harper, F., Terveen, L., & Konstan, J. (2014). Exploring the filter

- bubble: The effect of using recommender systems on content diversity. *Proceedings of the 23rd International Conference on World Wide Web*, 677-686. Doi:10.1145/2566486.2568012
- Nielsen, C.E. (2014). Coproduction or cohabitation: Are anonymous online comments on newspaper websites shaping news content? *New Media & Society*, 16(3), 470-87. Doi:10.1177/1461444813487958
- Nuytemans, M. (2020). *Actuele topics in de communicatiewetenschap* [cursustekst]. Leuven: KU Leuven.
- Pöyhtäry, R. (2014). Limits of hate speech and freedom of speech on moderated news websites in Finland, Sweden, the Netherlands and the UK. *Annals for Istrian and Mediterranean Studies*, 24(3), 513–524. Geraadpleegd via <http://zdjp.si/wp-content/uploads/2015/08/poyhtari.pdf>
- Pitteurs, K. (2021, februari 3). Waarom BRUZZ de commentaarsectie onder artikels aanpast. *BRUZZ*. Geraadpleegd via <https://www.bruzz.be/actua/waarom-bruzz-de-commentaarsectie-onder-artikels-aanpast-2021-02-03>
- Quandt, T. (2008). Methods of journalism research – observation. In M. Loffelholz & D. Weaver (Eds.). *Global journalism research: theories, methods, findings, future*. Malden, MA: Blackwell Publishing.
- Quandt, T. (2018). Dark participation. *Media and Communication*, 6(4), 36–48. Doi:10.17645/mac.v6i4.1519
- Raeijmaekers, D., & Maesele, P. (2014). Ideologisch pluralisme in Vlaamse nieuwsmedia: De Belgische regeringsformatie 2010-2011. *Tijdschrift voor Communicatiewetenschap*, 42(2), 145-164. Geraadpleegd via <https://search-proquest-com.kuleuven.ezproxy.kuleuven.be/docview/1532133171?accountid=17215>
- Roks, R., & van der Schoot, J. (2019). Het aanpassingsdilemma online: Een verkennend onderzoek naar extreemrechts op social media. *Tijdschrift voor Criminologie*, 61(3), 225-245. Doi:10.5553/TvC/0165182X2019061003001
- Ronkin, M., & Karn, H. E. (2002). Mock Ebonics: Linguistic racism in parodies of Ebonics on the Internet. *Journal of Sociolinguistics*, 3(3), 360–380. Doi:10.1111/1467- 9481.00083

- Shaw, A. (2012). Centralized and decentralized gatekeeping in an open online collective. *Politics & Society*, 40(3), 349-388. Doi:10.1177/0032329212449009
- Singer, J.B. (2014). User-generated visibility: Secondary gatekeeping in a shared media space. *New Media & Society*, 16(1), 55-73. Doi:10.1177/1461444813477833
- Slater, M.D. (2007). Reinforcing spirals: The mutual influence of media selectivity and media effects and their impact on individual behaviour and social identity. *Communication Theory*, 17(3), 281-303. Doi: 10.1111/j.1468-2885.2007.00296.x
- Smyrnaio, N., & Marty, E. (2020). Occupation: “Net Cleaner”—The socio-economic issues of comment moderation on French news websites. *The Independence of the News Media*, 103-131. Doi:10.1007/978-3-030-34054-4_6
- Stroud, N.J., Scacco, J.M, Muddiman, A., & Curry, A.L. (2015). Changing deliberative norms on news organizations’ Facebook sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20(2), 188–203. Doi:10.1111/jcc4.12104
- Suh, K.-S., Lee, S., Suh, E.-K., Lee, H., & Lee, J. (2018). Online comment moderation policies for deliberative discussion—seed comments and identifiability. *Journal of the Association for Information Systems*, 19(3), 182-208. Doi:10.17705/1jais.00489
- Tandoc, E.C. (2014). Journalism is twerking? How Web analytics is changing the process of gatekeeping. *New Media & Society*, 16(4), 559-75. Doi:10.1177/1461444814530541
- Tandoc, E.C., Lim, Z.W., & Ling, R. (2018). Defining “fake news”: A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 6(2), 137–153. Doi:10.1080/21670811.2017.1360143
- Tewksbury, J. (2012). *News on the Internet: information and citizenship in the 21st century*. Oxford University Press.
- Toepfl, F., & Piwoni, E. (2015). Public spheres in interaction: Comment sections of news websites as counterpublic spaces. *Journal of Communication*, 65(3), 465–488. Doi:10.1111/jcom.12156

- Trilling, D., Bos, L., Lara Janse, v. R., & Maarten Sebastiaan, d. G. (2016). Hufferigheid en democratisch debat in online comments op verschillende platforms. *Tijdschrift Voor Communicatiewetenschap*, 44(3). Geraadpleegd via <https://search-proquest-com.kuleuven.ezproxy.kuleuven.be/docview/2087605867?accountid=17215>
- Trygg, S. (2012). Is comment free? Ethical, editorial and political problems of moderating online news. *Nordicom-Information*, 34(1), 3–21. Geraadpleegd via http://eprints.lse.ac.uk/59870/1/Trygg_IsCommentFree-Polis_2012.pdf
- Van den Berghe, R. (2021). Interactieve nieuwsberichtgeving op Facebook: een mixed methodsaanpak. Master thesis, KU Leuven.
- Verrelst, W. (1992). *Trots en schaamte van de Vlaming: Een essay over de Vlaamse cultuur in de twintigste eeuw*. Kapellen: Pelckmans.
- Von Sikorski, C., & Hänel, M. (2016). Scandal 2.0. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 93(3), 551–571. Doi:10.1177/1077699016628822
- De VRT Studiedienst (2021, januari 7). Bereik van VRT NWS op hoogtepunt in uitzonderlijk jaar 2020. De VRT. Geraadpleegd via <https://www.deVRT.be/nl/>
- Waddell, T.F., Sundar, S.S. (2017). #thisshowsucks! The overpowering influence of negative social media comments on television viewers. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 61, 393–409. Doi:10.1080/08838151.2017.1309414
- Waddell, T.F. (2018). This tweet brought to you by a journalist: How comment gatekeeping influences online news credibility. *Electronic News*, 12(4), 218-34. Doi:10.1177/1931243117739946
- Weber, P. (2014). Discussions in the comments section: Factors influencing participation and interactivity in online newspapers' reader comments. *New Media & Society*, 16(6), 941–57. Doi:10.1177/1461444813495165
- Welbers, K., & Opgenhaffen, M. (2018). Social media gatekeeping: An analysis of the gatekeeping

influence of newspapers' public Facebook pages. *New Media & Society*, 20(12), 4728-747.
Doi:10.1177/1461444818784302

Wodak, R. (2015). Antisemitism: Politics of denial. In *Politics of fear: What right-wing populist discourses mean* (pp. 97–124). London: SAGE Publications.

Wolfgang, J.D., Blackburn, H., & McConnell, S. (2020). Keepers of the comments: How comment moderators handle audience contributions. *Newspaper Research Journal*, 41(4), 433-454.
Doi:10.1177/0739532920968338

Wu, T.-Y., & Atkin, D. (2017). Online news discussions. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 94(1), 61–80. Doi:10.1177/1077699016655754

Yap, A. (2013). Ad hominem fallacies, bias, and testimony. *Argumentation*, 27(2), 97–109.
Doi:10.1007/s10503-011-9260-5

Ziegele, M., Breiner, T., & Quiring, O. (2014). What creates interactivity in online news discussions? An exploratory analysis of discussion factors in user comments on news items. *Journal of Communication*, 64(6), 1111–1138. Doi:10.1111/jcom.12123

Ziegele, M., Weber, M., Quiring, O., & Breiner, T. (2018). The dynamics of online news discussions: effects of news articles and reader comments on users' involvement, willingness to participate, and the civility of their contributions. *Information, Communication & Society*, 21(10), 1419–1435. Doi:10.1080/1369118X.2017.1324505

Ziegele, M., Quiring, O., Esau, K., & Friess, D. (2020). Linking news value theory with online deliberation: How news factors and illustration factors in news articles affect the deliberative quality of user discussions in SNS' comment sections. *Communication Research*, 47(6), 860–890. Doi:10.1177/0093650218797884

Zuiderveen Borgesius, F.J., Trilling, D., Möller, J., Eskens, S., Bodó, B., De Vreese, C.H., & Helberger, N. (2016). Algoritmische verzuiling en filter bubbles: Een bedreiging voor de democratie? *Computerrecht*, 10(5), 255-62.

13 Bijlagen

13.1 Topic lijst diepte-interviews

- 1) Socio-demografische variabelen interviewees
 - a) Naam?
 - b) Geslacht?
 - c) Leeftijd?
 - d) Hoogst behaald diploma?
 - e) Huidige job
 - i) Bedrijf?
 - ii) Functie?
 - iii) Inhoud job?
 - iv) Andere taken buiten moderatie?
- 2) Met hoeveel personen modereren jullie?
 - a) In shifts?
- 3) Hebt u een soort training gevolgd voor uw rol als moderator?
 - a) Binnen bedrijf?
 - b) Wat met jobstudenten?
- 4) Commentarensecties
 - a) Wat vind je van het bestaan van de commentarensecties?
 - b) In het kader van het publiek discours: bevorderlijk voor discussie of geen volwaardig debat?
 - c) Censuur versus vrije meningsuiting?
 - d) Denkt u dat gebruikers van invloed kunnen zijn op hoe andere lezers over uw inhoud denken?
 - e) Op welke manieren denkt u dat kwalitatieve reacties de journalistiek kunnen helpen verbeteren?
 - f) Andere voordelen of nadelen?
- 5) Wat betekent modereren voor jou?
 - a) Definitie?
 - b) Wat valt eronder?
 - i) Keuze onderwerpen?
 - ii) Beoordeling kwaliteit reacties?
 - c) Wat vind jij belangrijk?
- 6) Motieven moderatie (invloeden negatieve reacties)?
 - a) Attitude media?
 - b) Publieke opinie onderwerp?
 - c) Voor wie vooral gevaarlijk?
 - d) Anderen afschrikken?
- 7) Gevaren moderatie?
 - a) Onethisch?
 - b) Bronbetrouwbaarheid?
 - c) Machtstructuren vs. open ruimtes?

- 8) Voor welke kanalen modereert u?
 - a) Sociale media?
 - i) Welke?
 - b) Website?
 - c) Waarom wel of niet?
- 9) Wie is er verantwoordelijk voor moderatie?
 - a) Waarom?
 - b) Keuze voor bepaalde verantwoordelijke?
 - c) Indien outsourcing: culturele verschillen?
- 10) Welke soorten moderatie gebruikt u?
 - a) Reageren op specifieke reacties?
 - b) Reacties verwijderen?
 - i) Voor of na publicatie?
 - c) Gebruikers blokkeren?
 - i) Tijdelijk of permanent?
 - (1) Waarom?
 - d) Algoritmische filtering?
 - i) Algoritmische premoderatie of algoritmische post-moderatie?
 - ii) Wat vind jij daarvan?
 - e) Commentarensecties deactiveren?
 - f) Andere?
- 11) Houd je rekening met feedback van de online gebruikers?
 - a) Spellingsfeedback?
 - b) Inhoudelijke feedback?
- 12) Hoe beoordeel je de kwaliteit van een online reactie?
 - a) Principes?
 - b) Beschikt uw organisatie over richtlijnen of bronnen wat betreft kwalitatieve publieksreacties?
 - i) Redactie?
 - (1) Overkoepeld?
 - ii) Wetgeving?
 - iii) Socialenetwerksite?
 - iv) Andere?
 - c) Concrete voorbeelden geven van aantal diverse online reacties
 - i) Reacties die oké zijn
 - ii) Reacties die controversieel zijn
 - iii) Reacties die hatespeech- kenmerken vertonen ten opzichte van verschillende groepen
(bv. tegen vrouwen, racisme, leeftijdsdiscriminatie,...)
 - iv) Misinformatie?
 - v) Vormelijke vereisten?
- 13) Beschikt u over een proces om kwaliteitsreactie in het gesprek te benadrukken?

- 14) Wat zijn de successen van dit systeem?
- 15) Wat zijn de beperkingen van dit systeem?
- 16) Kan u me een percentage geven van hoeveel reacties u er niet doorlaat?
- 17) Kan u me door uw typische proces bij het modereren van gesprekken leiden? Observatieoefening
- 18) Vragen of ze nog interessante contacten voor me hebben? Sneeuwbalmethode

13.2 Transcripten met coderingen

	Interviewee 1 (15 maart 2021)	
INTERVIEWSTER	INTERVIEWEE	CODES
Wat is uw geslacht?	Vrouwelijk.	Geslacht
Hoe oud bent u?	50 jaar.	Leeftijd
Wat is uw hoogst behaalde diploma?	Middelbaar onderwijs.	Opleiding
Heeft u nog een andere job naast moderatie?	Neen.	Opleidng
Wat houdt uw job precies in?	<p>Wij doen de moderatie voor uitgeverijen, voor nieuwsbladen. Mensen kunnen online op de website reageren op nieuwsartikelen, over wat er nu in het nieuws is.</p> <p>Wij modereren die reacties om te kijken of er geen discriminatie in voorkomt, dat het fatsoenlijk is. Er zijn een heleboel regels waaraan mensen zich moeten houden.</p> <p>De uitgeverij bepaalt zelf welke regels dat zijn.</p> <p>Wij keuren reacties dan af als het niet aan de regels voldoet. Voldoet het wel aan de regels, dan wordt het gepubliceerd.</p>	<p>Functie-omschrijving</p> <p>Moderatieprincipes: redactionele gedragscode: discriminatie, geen fatsoen</p> <p>Moderatieprincipes: redactionele gedragscode</p> <p>Moderatietechnieken: reacties verwijderen voor publicatie</p>
Dus de richtlijnen komen van de uitgeverij of redactie zelf?	Ja. De één is strenger dan de ander.	Moderatieprincipes: redactionele gedragscode
Zijn de richtlijnen die u volgt van Het Laatste Nieuws of van hun overkoepelende mediabedrijf DPG Media?	<p>De gedragsregels van HLN zijn specifiek voor HLN en niet perse overkoepeld voor de andere titels van DPG Media.</p> <p>Dit is de link naar de gedragsregels: https://www.hln.be/gedragsregels</p>	<p>Moderatieprincipes: redactionele gedragscode</p> <p>Moderatieprincipes: redactionele gedragscode</p>
Doen jullie dat alleen voor Het Laatste Nieuws of ook nog voor anderen?	Nu alleen nog voor HLN.	Functie-omschrijving
Het is opmerkelijk is dat HLN voor een Nederlandse	Wij zijn het enige bedrijf in Nederland en België dat	Verantwoordelijkheid moderatie: uitbesteding: concurrentie

<p>moderatiefirma heeft gekozen. Zijn er dan weinig firma's in Vlaanderen? Of in het algemeen?</p>	<p>moderatiewerkzaamheden doet voor uitgeverijen. Vandaar dat HLN bij ons terecht is gekomen.</p>	
<p>Jullie zijn een Nederlandse moderatiefirma. Hebben jullie soms last van culturele verschillen?</p>	<p>Neen.</p> <p>Als reacties echt in het dialect zijn, dan doen we ze weg, want het moet wel leesbare taal zijn.</p> <p>Soms komt er wel eens een Vlaams woord in voor — ondertussen weten we er al een heleboel — maar dan zoeken we het op als we twijfelen.</p>	<p>Verantwoordelijkheid moderatie: uitbesteding: culturele verschillen</p> <p>Moderatieprincipes: redactionele gedragscode: leesbaar</p> <p>Verantwoordelijkheid moderatie: uitbesteding: culturele verschillen</p>
<p>Wat vind je van het bestaan van die commentarensecties?</p>	<p>Ik vind het natuurlijk goed, want wij hebben er werk door (lacht).</p> <p>Ik zie wel verandering door de jaren heen. In het begin was het heel veel kritiek. Eerder negatieve reacties dan positieve emotie.</p> <p>Ervoor was het ook ononderbouwd. Dus gewoon “gooi het er maar op en dan kijken we wel”.</p> <p>En nu merk je wel echt dat de redacties willen naar discussies die ook inhoud hebben. Dat is wel echt de vraag de laatste tijd.</p> <p>We hebben met HLN afgesproken dat alles wat niet onderbouwd is en nietszeggend is, dat doen we weg. We doen enkel nog reacties die ingaan op het artikel.</p>	<p>Motieven moderatie: negatief discours</p> <p>Motieven moderatie: geen volwaardig debat</p> <p>Mening commentarensecties: positief: online participatory culture</p> <p>Moderatieprincipes: redactionele gedragscode: niet onderbouwd, off-topic</p>
<p>Dus de reacties moeten relevant zijn en onderbouwd. Moeten die onderbouwingen enkel als de reactie kritiek of negativiteit bevat of ook bij positieve commentaren?</p>	<p>Liefst allebei. Je krijgt vooral negatieve berichten. Als er nu iets leuks is gebeurd en iemand zegt “gefeliciteerd”, dan kan je dat gewoon doorlaten. Maar over het algemeen is het negatief.</p>	<p>Motieven moderatie: negatief discours</p>

	<p>Je ziet af en toe zelfs als het over het weer gaat, dan krijgt de politiek nog de schuld. Dat soort dingen. Ze willen de politiek overal de schuld van geven. Dat halen we dus gewoon weg. Dat is onzin.</p>	<p>Motieven moderatie: negatief discours — <i>anekdote</i></p> <p>Moderatieprincipes: redactionele gedragscode: off-topic</p>
<p>Moeten jullie bij bepaalde onderwerpen (zoals politiek) meer filteren, of moeten jullie daar strenger zijn?</p>	<p>Ja. Bij politiek. En over buitenlanders, allochtonen enzo, daar moeten we heel erg opletten.</p>	<p>Moderatietechnieken: keuze onderwerp</p>
<p>Zitten jullie samen met de redacties over het soort onderwerpen dat ze beter niet online publiceren?</p>	<p>Nee. Zij beslissen het zelf. We hebben wel aangegeven bij een dodelijk ongeluk dat dat niet iets is om open te zetten voor reacties. Als dat in België is gebeurd, die nabestaanden kunnen dat ook lezen, dat wil je gewoon niet. Ik moet zeggen dat ze zich daar wel heel goed aan houden.</p>	<p>Moderatietechnieken: commentarenssecties deactiveren; moderatieprincipes: redactionele gedragscode: dodelijk ongeluk</p>
<p>Jullie adviseren dan om die commentarenssecties te deactiveren.</p>	<p>Ja. Dan zeggen we “dat heeft helemaal geen zin”. Degene die reageert doet altijd alsof die weet wat er gebeurd is, precies alsof die ter plaatse was. Dus dan krijg je alleen maar van dat soort toestanden en krijgt altijd iemand de schuld. Zij weten helemaal niet wat er gebeurd is. Dat is niet fijn om terug te lezen voor de personen die het overkomen is.</p>	<p>Moderatietechnieken: commentarenssecties deactiveren</p>
<p>Moderatie trekt natuurlijk een vage lijn tussen censuur en vrije meningsuiting. Wat is jullie standpunt daarover?</p>	<p>Ja! Ons standpunt daarover is dat als iemand reageert, die op visite is bij de website die wij dus modereren voor de klant. En de klant bepaalt de regels. Ik zie het een beetje hetzelfde als dat iemand bij mij op de verjaardag komt in mijn huis, dan bepaal ik de regels en moet je je</p>	<p>Gevaren moderatie: censuur vrije meningsguiting</p> <p>Gevaren moderatie: censuur vrije meningsguiting — <i>metafoor</i></p>

	<p>ook aan de regels houden. En zo is het ook als iemand op visite is op een website, moet die zich aan bepaalde regels houden. Dus ik vind ook gewoon dat de klant dat mag doen, die mag daar 26 regels van maken.</p> <p>Maar het moet natuurlijk wel een beetje serieus blijven. Ik vind niet dat je over alles mag zeggen "dat mag niet".</p>	Moderatieprincipes: redactionele gedragscode
Dus als ik samenvat: commentarensecties zijn bevorderlijk voor het publiek discours, maar het moet binnen de perken van jullie regels blijven?	Ja!	
Denkt u dat commentaren van invloed zijn op de opinies en attitudes van de andere lezers?	<p>Dat denk ik wel, ja. Ik heb dat zelf wel dat als ik over een bepaald onderwerp iets denk, en dan lees ik de commentaren en denk ik "oh ja dat zou ook wel kunnen gebeurd zijn of dat zou ook nog een reden kunnen zijn of een afweging."</p> <p>Volgens mij wordt je er wel meer open-minded van.</p>	Mening commentarensecties: positief: open-minded
Denkt u dat reacties ook een invloed kunnen hebben op hoe er over de media wordt gedacht?	Hoe bedoel je dat precies?	
Bijvoorbeeld dat als er veel negatieve commentaren onder een artikel zijn, dat het medium dan ook een negatieve sfeer krijgt?	<p>Dat geloof ik niet. We hebben dat de laatste tijd proberen te voorkomen. Negatief kan, maar het moet wel onderbouwd zijn.</p> <p>En dan denk ik dat een negatieve reactie ook bijdraagt aan de discussie. En kijk, mensen die het niet leuk vinden om reacties te lezen, die doen dat ook niet. Maar er zijn net heel veel mensen die</p>	<p>Motieven moderatie: attitude media</p> <p>Mening commentarensecties: positief: open-minded</p>

	het heel leuk vinden om het te lezen. Dus die reageren zelf nooit, maar die lezen alleen maar.	
Zouden negatieve reacties mensen afschrikken om zelf te reageren?	Nee, want we laten ze niet zo negatief zijn dat het afschrikt. Dat mag weer niet.	Motieven moderatie: anderen afschrikken
Kan u een definitie geven van moderatie, wat er allemaal onder valt? Wat jij belangrijk vindt?	Hoe bedoel je precies?	
Wat modereren voor jou betekent, wat de kernwaarden zijn?	Ik denk dat wij bijdragen aan een... Kijk, op social media zie je allemaal troep zeg maar, echt hele nare reacties die voorbijkomen op Facebook en Twitter. En ik denk dat wij eraan bijdragen dat dat in elk geval niet gebeurt. We houden discriminatie tegen. En vooral ook fatsoen enzo, mensen uitschelden, dat gebeurt gewoon niet. Ik denk dat wij daarom een rol vervullen die ook op social media wenselijk zou zijn.	Moderatieprincipes: redactionele gedragscode: schelden, geen fatsoen, discriminatie
Jullie modereren enkel voor de website?	Ja. We hebben wel voor een klant de Facebook bijgehouden, dat kan als je niet zo heel erg groot bent. Maar als je echt een hele grote partij bent, zoals HLN, daar komen zoveel reacties op Facebook binnen, dat is bijna niet bij te houden. Facebook heeft daar ook nog geen fijne moderatietool gemaakt. Die willen ook eigenlijk liever niet dat dat gemodereerd wordt.	Verantwoordelijkheid moderatie: socialenetwerksites: problemen: geen bereidheid; kanalen: socialenetwerksites: Facebook: niet: te veel onlinepublieksreacties, verantwoordelijkheid Facebook
Voor welke klant deden jullie dat dan wel?	Omroep Flevoland, van in onze provincie hier in Nederland.	
Je zou dus al moeten samenwerken met Facebook	Ja, zodat je een goede tool hebt. Want wat wij nu tegenkwamen, is dat iemand een reactie post, en	Verantwoordelijkheid moderatie: socialenetwerksites: motieven: toolontwikkeling;

<p>om dat voor grotere media te modereren?</p>	<p>daar kan je nog een tool voor hebben dat je ziet wat er binnenkomt van reacties via een tijdslijn. Dat kan je bijhouden. Maar als iemand dan weer een reactie op een reactie geeft, dat kan op een oudere reactie zijn, die kom je dus al niet mee tegen. Dan moet je als je gaat modereren telkens weer helemaal opnieuw beginnen om te kijken wat er allemaal tussen is gekomen van reacties. Dat is eigenlijk gewoon niet te doen. En Facebook maakt daar ook geen tool voor om dat te gaan doen.</p>	<p>verantwoordelijkheid moderatie: socialenetwerksites: problemen: geen bereidheid</p>
<p>Waarom denk je dat Facebook daar geen tool voor ontwikkelt?</p>	<p>Dat weet ik niet precies, maar ik ben hier op een gegeven moment met verschillende partijen bezig geweest van "wat kunnen we met de Facebook-reacties doen?". En daar kwam ook niet uit dat daar een handige tool voor te maken is, waarbij je alles op tijdstip zou kunnen modereren. Of het nu ergens tussen gekomen is als een reactie op of het gewoon een nieuwe reactie is. Dat gaat gewoon niet. Dus op de een of andere manier is de feed die Facebook geeft daar niet geschikt voor. Dus dan heb ik toch het idee dat zij daar niet helemaal in meewerken.</p>	<p>Verantwoordelijkheid moderatie: socialenetwerksites: problemen: geen bereidheid</p>
<p>En voor een moderatiebedrijf als jullie is het te moeilijk om zo een tool te ontwikkelen?</p>	<p>Ja!</p>	<p>Moderatietechnieken: algoritmische premoderatie</p>
<p>Voor wie zijn negatieve reacties vooral gevaarlijk?</p>	<p>Dat ligt er een beetje aan over wie het gaat. Het kan gaan over bekende mensen, een politicus,</p>	<p>Moderatieprincipes: redactionele gedragscode: bekende personen</p>

	<p>bekende Belgen... die kunnen een vervelende reactie meer... politici bijvoorbeeld die hebben een dikkere huid, die komen vaker terecht in negativiteit. Maar ook voor bekende mensen is het gewoon niet fijn. Ik vind dat je wel wat moet toelaten, er mag natuurlijk iets gezegd worden over iemand, maar het hoeft niet helemaal op de persoon te worden afgemaakt, zeg maar. Dus wat dat betreft is het denk ik goed dat we dat tegenhouden.</p>	
<p>Dus net zoals het mediarecht vinden jullie wel dat bekende personen een dikkere huid moeten hebben?</p>	<p>Ja. Als iemand een zanger is en iemand zegt "ik vind zijn liedjes niet mooi" of "ik vind dat die niet goed kan zingen", dan vind ik wel dat je dat moet kunnen plaatsen. Maar je hoeft hem niet echt af te maken ofzo. Op iets wat die misschien al een keer gedaan heeft ofzo. Je kan ook gewoon op een nette manier zeggen dat je hem niet zo goed vindt kunnen zingen.</p>	<p>Moderatieprincipes: redactionele gedragscode: bekende personen</p>
<p>En wat betreft de jongeren. Worden zij snel beïnvloed door bijvoorbeeld extremistische reacties enzo?</p>	<p>Wij houden die reacties sowieso tegen omdat het tegen de wet is om die te plaatsen. Dus ik weet niet hoe dat bij jongeren... Die komen bij HLN althans niet online.</p>	<p>Moderatieprincipes: wetgeving</p>
<p>Stel dat HLN een reactie wel toelaat en de wet het eigenlijk verbiedt. Wat doen jullie dan?</p>	<p>Dan doen we het niet. We houden ons sowieso aan de wet. We hebben wel eens discussie over wat wel en niet mag, maar dan is het meestal dat wij vinden dat het wel mag en HLN vindt dat het niet mag.</p> <p>Dus dan is het de vraag "wordt het dan censuur of niet?". Ik vind dat</p>	<p>Moderatieprincipes: wetgeving</p> <p>Gevaren moderatie: censuur vrije meningsuiting</p>

	je moet kunnen discussiëren over wat er wel en niet kan.	
Dan zitten jullie samen met HLN?	Dan bellen of mailen we erover.	
Is dat dan met de journalisten van het artikel of met hogeraf?	Meestal met de hoofdredactie. Met degene die het uiteindelijke besluit neemt of iets wel of niet mag.	Gevaren moderatie: machtsstructuren
Er is een onderzoek dat stelt dat door niet te modereren en mensen dus geconfronteerd worden met negatieve reacties, het ethisch vermogen wordt aangescherpt. Wat denkt u daarvan?	Bedoel je dan discriminerende reacties?	Gevaren moderatie: ethisch vermogen
Ja.	Je ziet wel eens op social media als je een artikel krijgt over discriminatie, dan krijg je eronder allemaal reacties van “dat kan niet” en daar wordt dan wel over nagedacht. Maar wij gaan geen reacties die discrimineren en dus tegen de wet zijn, puur voor de discussie. Dan zou HLN eerder een artikel moeten maken over discriminatie, en dan kunnen we daar natuurlijk wel de reacties op toelaten — als er maar niet gediscrimineerd wordt.	Gevaren moderatie: ethisch vermogen; moderatieprincipes: redactionele gedragscode: discriminatie; moderatieprincipes: wetgeving: discriminatie
Jullie zijn dus uitbested, maar doen redacties de moderatie soms ook zelf?	Ja.	Verantwoordelijkheid moderatie: redactie
Wat zijn de voor- en nadelen om het uit te besteden?	Als een redactie het zelf wil doen, dan kan het een kostenbesparing zijn. En het kan ook zijn dat de auteur van het artikel zijn eigen artikel modereert. Dat die dus ook gewoon dichterbij de reacties blijft. Dat die kan lezen wat zijn	Verantwoordelijkheid moderatie: redactie: motieven: kostenbesparing Verantwoordelijkheid moderatie: redactie: motieven: terugkoppeling

	<p>lezer ervan vindt. Dat kan een voordeel zijn voor je bedrijf. Als wij het doen, kan de auteur alsnog de reacties lezen maar de vraag is of die dat doet. Als je het zelf modereert, móét je het teruglezen. Dan lees je sowieso alle reacties. Dat kan een voordeel zijn.</p> <p>Het voordeel van outsourcen is dat de redacteur de tijd heeft om gewoon zijn werk te doen en zich niet hoeft druk te maken over reacties. Want er gaat best wel veel tijd in zitten.</p>	<p>Verantwoordelijkheid moderatie: uitbesteding: motieven: tijdsbesparing</p>
<p>Wat voor werkdagen hebt u? Wanneer start en eindigt u?</p>	<p>7 dagen in de week. Ik start om 8u 's morgens en eindig om 8u 's avonds.</p>	
<p>Ook op zondag?</p>	<p>Ja. Alle dagen in de week. Online gaat altijd door!</p>	
<p>Hebben jullie een speciale training gekregen voor uw rol als moderator?</p>	<p>Mensen die bij ons werken krijgen een korte quiz over discriminatie (wat is discriminatie en hoe herken je het?).</p> <p>Ze doen ook een snelleestest, want er moet natuurlijk wel heel snel gewerkt worden.</p> <p>En algemene ontwikkeling is ook echt wel van belang. Dat je een beetje weet wat er in de wereld gebeurd is vroeger en nu.</p>	<p>Socio-demo: opleiding: opleiding moderatie</p> <p>Socio-demo: opleiding: opleiding moderatie</p> <p>Socio-demo: opleiding: opleiding moderatie</p>
<p>De actualiteit?</p>	<p>Ja, daar doen we wel testen over.</p>	<p>Socio-demo: opleiding: opleiding moderatie</p>
<p>Je gaf aan dat werknemers bij NoviaFacts dienen te slagen voor een snelleestest. Welke leessnelheid moet precies behaald worden?</p>	<p>De leessnelheid is dat de moderator 300 reacties per uur moet kunnen beoordelen.</p>	<p>Socio-demo: opleiding: opleiding moderatie</p>
<p>Nemen jullie ook jobstudenten aan?</p>	<p>Ja. We hebben nu 2 studenten erbij. Die doen meestal de weekenden.</p>	<p>Socio-demo: leeftijd</p>

Dat is goed gezien!	In de week is voor hen wat lastiger. Daar hebben we dan mensen van 40 à 50 op zitten. En in het weekend hebben we dan 2 studenten.	Socio-demo: leeftijd
Met hoeveel zijn jullie dan in jullie team?	6 mensen.	Verantwoordelijkheid moderatie: uitbesteding
Met de jobstudenten inbegrepen?	Ja.	Verantwoordelijkheid moderatie: uitbesteding
Reageren jullie soms ook zelf op opmerkingen? Of laten jullie aan de gebruiker weten dat jullie iets gaan verwijderen om een bepaalde reden?	Nee. Daar hebben we geen tijd voor.	Moderatietechnieken: interactief: problemen: tijdstekort
Gewoon verwijderen?	Ja. We hebben dat wel eens gevraagd of je in het systeem kan aangeven voor welke huisregel... maar dat kost zoveel tijd, want er zijn wel 26 huisregels dus als je dan iedere keer moet gaan scrollen van waarom een reactie verwijderd is... daar hebben we gewoon geen tijd voor, want we moeten wel heel veel reacties per uur lezen.	Moderatietechnieken: interactief: problemen: tijdstekort
Blokkeren jullie ook gebruikers?	Dat kan wel, maar dat doen we bijna nooit. We hebben wel eens mensen die de moderator bedreigen ofzo, dan doen we wel eens een blokkade. Maar voor de rest komt het bijna niet voor.	Moderatietechnieken: gebruiker blokkeren; moderatieprincipes: redactionele gedragscode: bedreigingen moderator
Bedreigen ze jullie dan privé?	Nee, in de reacties doen ze dat. Dat ze een reactie hebben ingestuurd en die niet online komt, dan worden ze boos. Dan gaan ze allemaal dingen roepen en zeggen, en soms is dat best wel heel heftig. Dan geven we wel	Moderatietechnieken: gebruiker blokkeren; moderatieprincipes: redactionele gedragscode: bedreigingen moderator

	eens een blokkade. Voor een dag ofzo.	
Ah, dat is dus niet permaent?	Nee, dat hoeft niet permanent. Eigenlijk doen we dat nooit, permanente blokkade.	Moderatietechnieken: gebruiker blokkeren: tijdelijk
Waarom blokkeren jullie gebruikers niet permanent, en enkel voor één dag?	Wij zijn er niet voor om mensen permanent te blokkeren. Ons werk is om de 'foute' reacties af te keuren en dus ook de reacties van reageerders die soms een 'foute' reactie inzenden. Het is niet in elk moderatiesysteem mogelijk om reageerders voor 24 uur te blokkeren, maar als dat er wel is heeft dat onze voorkeur ten opzichte van een permanente blokkade. Permanent blokkeren doen we alleen als iemand herhaaldelijk bedreigende of zeer discriminerende reacties geeft. Dat is tot nu toe maar heel weinig voorgekomen gelukkig.	Moderatietechnieken: gebruiker blokkeren: tijdelijk
Dus als eenzelfde persoon discriminerende reacties blijft plaatsen, gaan jullie niet blokkeren?	Nee, gooien we gewoon weg.	Moderatietechnieken: commentaren verwijderen voor publicatie
Jullie hebben dus geen proactieve algoritmische filtering, die bijvoorbeeld op voorhand scheldwoorden detecteert?	Nee, allemaal lezen.	
Wat zou je ervan vinden als er zo een algoritme bestond?	We hebben dat wel eens getest dat je een highlight krijgt bij een bepaald woord. Maar we vinden echt wel dat je alles goed moet doorlezen. Je kan niet louter naar één woord kijken om te bepalen of een reactie niet kan. En ook als je met highlight doet, dan ga je ervan uit dat er geen fout woord in staat.	Moderatietechnieken: algoritmische premoderatie: problemen: fouten, niet verfijnd

	Je scant echt de reactie. Dan kan je heel veel fouten gaan maken. Er zijn heel veel woorden die niet fout zijn, maar wel heel erg fout gebruikt kunnen worden. Dus eigenlijk heb ik het liever niet.	
Zijn er nog andere technieken die jullie toepassen en die ik nog niet heb vermeld?	Neen, eigenlijk geen andere technieken. Waar wel veel onderzoek naar gedaan wordt en wat sommige sites al gebruiken, dat zijn robots. Dus dat je een robot laat lezen. Tot nu toe mijn ervaring is dat dat nog niet lekker werkt.	Moderatietechnieken: algoritmische moderatie
Hoezo niet?	Ik heb zelf het idee dat de robots nog niet helemaal kunnen lezen wat een mens kan lezen.	Moderatietechnieken: algoritmische moderatie: problemen
Wat betreft emoties?	Ja!	Moderatietechnieken: algoritmische moderatie: problemen: mist emotie
En tussen de moderatoren zelf, zijn daar verschillen wat betreft gevoeligheid?	Ja! We hebben die huisregels, maar wat is fatsoen? De één legt die lat veel hoger dan de ander. Dan vindt de één het een scheldwoord, en de ander vindt het wel meevallen. Dus daar zit natuurlijk altijd een menselijke kant aan.	Moderatieprincipes: interindividuele verschillen tussen moderatoren
Discussiëren jullie er dan over?	Ja, we discussiëren er wel vaak over wat wel en niet kan.	Moderatieprincipes: interindividuele verschillen tussen moderatoren
Wat doen jullie met feedback die jullie krijgen in de reacties? Bijvoorbeeld de kwaliteit van het schrijven of de framing. Geven jullie zo een dingen door aan de redactie?	Ja, soms wel. Meestal komt dat niet voor dat het verkeerd geschreven is. Maar wel dat er een spelfout inzit of er een verkeerde foto bijstaat, dan krijgen we dat in de reacties te horen en geven we dat door.	Mening commentarensecties: positief: feedback
Zijn er naast discriminatie en schelden nog	Ja, er zijn er een heleboel. Even denken. Dat het geen link mag	Moderatieprincipes: redactionele gedragscode: links

<p>moderatieprincipes of selectiecriteria?</p>	<p>hebben, behalve als het naar een artikel van HLN gaat, maar niet buiten HLN. Per klant kan dat verschillend zijn: sommigen zeggen van “het hoeft helemaal niet”. Wij checken wel altijd even de link, want je wilt niet naar hele foute sites linken. Maar bij HLN hebben ze gezegd alleen een link binnen HLN mag, maar niet daarbuiten. Wat hebben we nog meer... Geen mensen met dierennamen. Dus bijvoorbeeld “het zijn een stelletje kakkerlakken” ofzo, dat doen we niet. Of “dat zijn ratten”, dat doen we niet, dat vinden we niet netjes. Ik ga even het lijstje erbij pakken, dat is iets makkelijker... Scheldpartijen staat er dan bij, beledigingen van medelezers mag ook niet. Bedreigingen mag niet, je mag geen doodsverwensingen doen. Je reactie mag ook niet te lang zijn, dat is ook niet fijn.</p>	<p>Moderatieprincipes: redactionele gedragscode: dierenvergelijkingen</p> <p>Moderatieprincipes: redactionele gedragscode: schelden, beledigingen, bedreigingen, doodsverwensingen, lengte</p>
<p>Als het te lang is, wordt de reactie ook gewoon verwijderd?</p>	<p>Dat zit nu al in het systeem dat dat ook gewoon niet kan. Voor een reactie worden er wel eens hele boeken gepubliceerd, dus dat kan niet meer.</p>	<p>Moderatieprincipes: redactionele gedragscode: lengte</p>
<p>Maximum zoveel aantal tekens dus?</p>	<p>Ja. Persoonsgegevens plaatsen we niet, want dat is natuurlijk niet fijn. Je reactie in hoofdletters of gedeeltelijk in hoofdletters, doen we ook niet.</p>	<p>Moderatieprincipes: redactionele gedragscode: doxing, drukletters</p>
<p>Specifiek! Waarom is dat precies?</p>	<p>Het komt wat schreeuwerig over. En als iemand het plaats, gaan steeds meer mensen het doen en met uitroeptekens om steeds meer aandacht te vragen.</p>	<p>Moderatieprincipes: redactionele gedragscode: drukletters</p>

Dan ontspoort het een beetje?	Ja, dus dat doen we niet. Dat was het een beetje volgens mij, het zijn er een heleboel hoor, eens even kijken... Personen niet vergelijken met Hitler. Twee keer dezelfde reactie plaatsen we ook niet.	Moderatieprincipes: redactionele gedragscode: Hitler-vergelijkingen, dezelfde reactie door dezelfde gebruiker
Dezelfde reactie door twee verschillende personen?	Nee. Je mag wel als gebruiker twee reacties geven, maar het moeten wel twee verschillende reacties zijn.	Moderatieprincipes: redactionele gedragscode: dezelfde reactie door dezelfde gebruiker
Ah oké, dus als u een reactie plaatst en ik plaats ongeveer dezelfde reactie, dat mag?	Ja, dat mag, want wij zijn twee verschillende gebruikers. Maar het gaat erom dat één gebruiker twee identieke reacties plaatst. Dat heeft geen zin. Sommige doen dat omdat ze denken dat ze dan beter gezien worden, dat ze vaker online komen. Maar dat doen we dus niet. Wat hebben we dan nog meer... Oproepen tot demonstraties doen we ook niet. En bij HLN willen ze ook dat ze reageren met hun naam. Dat kunnen we natuurlijk niet nakijken, maar je mag niet 'anoniem' heten ofzo. Het liefst gewoon met de voor- en achternaam.	Moderatieprincipes: redactionele gedragscode: dezelfde reactie door dezelfde gebruiker Moderatieprincipes: redactionele gedragscode: oproepen tot demonstraties, valse naam
Hebben jullie een tool om reacties meer op de voorgrond te plaatsen?	Nee, die is er niet. Alles komt gewoon op tijd.	
Op Facebook is dat wel bijvoorbeeld, maar op de website dus niet?	Neen, die tool zit er niet in.	
Kan u mij concrete voorbeelden geven van reacties die hatespeech of	We hebben een keer een artikel gehad over iemand die was overleden in de gevangenis. Dan krijg je eigenlijk alleen maar van	Moderatieprincipes: redactionele gedragscode: hatespeech — <i>anekdote</i>

<p>discriminatie kenmerken vertonen?</p>	<p>die reacties als “de rest van de gevangenis moet ook maar dood”. En met asielzoekers, toen dat bootje verging en die mensen zijn verdrongen, “we moeten al die asielzoekers op een bootje zetten dat vergaat”. Dat zijn gewoon echt, vind ikzelf, hele vreselijke reacties. En mensen sturen dat wel gewoon in.</p>	<p>Moderatieprincipes: redactionele gedragscode: hatespeech — <i>anekdote</i></p>
<p>Wat met controversiële reacties die niet strafbaar zijn, maar wel wat vreemd?</p>	<p>In principe zeggen wij altijd dat het niet per se waar hoeft te zijn wat iemand zegt, want we kunnen niet alles checken wat waar is. Maar als het maar gewoon netjes omschreven is. Dus als iemand een heel andere mening geeft, meestal is dat dan wel sarcastisch bedoeld. Als wij denken “dit kan wel”, dan plaatsen we het. Je hoeft het niet met de menigte eens te zijn.</p>	<p>Moderatieprincipes: redactionele gedragscode: fake news</p>
<p>U doet dus niets met onjuiste informatie? Wat met fake news?</p>	<p>Wij kijken natuurlijk niet of het artikel dat HLN schrijft, waar is. We gaan ervanuit dat een krant de waarheid probeert te schrijven. Maar wat mensen reageren, daar kunnen wij niet altijd checken of iets waar is of niet. En als het voor de rest geen kwaad kan, dan laten we het door.</p> <p>We hebben op een gegeven moment wel bij de Coronacrisis gezegd dat we de echte teksten over complottheorieën niet laten doorgaan. We gaan geen complottheoriekrant worden. Toen hebben we dus wel gezegd van “zo ver gaan we niet”.</p>	<p>Moderatieprincipes: redactionele gedragscode: fake news</p> <p>Moderatieprincipes: redactionele gedragscode: complottheorieën</p>

Lag dat bij Corona dan gevoeliger dan bij andere complottheorieën?	Bij Corona heb je wel hele grote complottheorieën. Mensen over die vaccinaties dat daar een chip van Microsoft in zou zitten, en weet ik allemaal wat mensen verzinnen. Daar hebben we gezegd van “dat doen we niet”. Verdere complottheorieën, er zijn er niet zo héél grote.	Moderatieprincipes: redactionele gedragscode: complottheorieën — <i>anekdote</i>
Dus af en toe een complottheorie over iets niet Corona-gerelateerd is oké?	Nee. Tenzij het zulke grote onzin is, dat we het kunnen plaatsen onder ‘nietszeggende reactie’. Maar anders plaatsen we het.	Moderatieprincipes: redactionele gedragscode: complottheorieën, nietszeggend
Hebben jullie een zicht op hoeveel procent van de commentaren jullie niet erdoor laten?	Ja. Dat is een 75%.	Statistieken moderatie
Dan denk ik dat we door de vragen zijn. Als u dat goed vindt, kunnen we nu overgaan naar een kleine observatieoefening.	Ja, dan zal ik even mijn scherm proberen te delen?	Observatie
Ja, dat zou fijn zijn!		
Als u nog iemand kent waarvan je denkt dat het interessant zou zijn voor deze studie om mee te praten, mag u dat altijd even laten weten.	Oké.	
Dan ga ik je verder laten werken. Danku voor uw tijd en dit zeer interessante gesprek!	Graag gedaan!	

	Interviewee 2 (8 april 2021)	
INTERVIEWSTER	INTERVIEWEE	CODES
Wat is uw geslacht?	Mannelijk.	Socio-demo: geslacht
Hoe oud bent u?	44 jaar.	Socio-demo: leeftijd

Wat is uw hoogst behaalde diploma?	Een bachelor in maatschappelijk werk.	Socio-demo: opleiding
Wat is uw functie precies?	Ik ben programmamedewerker bij VRT. Het is zeer omstandig. We zijn met een hele grote groep mensen die nieuws leveren of brengen. Ik zit meer in het segment van het nieuws aanbrenge, waarbij we niet enkel verspreiden maar ook een stukje modereren. Dat wil zeggen dat we gaan kijken wat er gebeurt, wat het effect is op de gebruiker. We kijken hoe berichten best worden verspreid, op welke manier dat best gebeurt. Via de sociale mediakanalen dan. En wat de respons is van de gebruiker op de berichtgeving.	Functie-omschrijving Functie-omschrijving: andere job(s): audience-oriented editor
U bent een soort van audience-oriented editor dan?	Dat is voor mij Latijn, dat is jargon dat u beter bekend is dan mij (lacht).	
Dat u de gebruikersgegevens analyseert en zo aanbevelingen doet.	Ja. Allee, aanbevelingen is een groot woord. We gaan te kennen geven aan de redactie wat een bepaald bericht succes oplevert of wat de teneur is. Daar kunnen wel aanbevelingen uit voort komen, maar de redactie blijft natuurlijk onafhankelijk. Wij gaan dat niet proberen te beïnvloeden, maar wel aanbevelingen doen wat betreft timing van het plaatsen van berichten of wat beter wel, wat beter niet,... Maar dat blijven aanbevelingen, dat is nooit een wet.	Functie-omschrijving: andere job(s)
Met hoeveel personen modereren jullie de sociale	Het is een halve mislukking geworden. Meer mag ik daar niet over zeggen, want dan krijg ik een	Functie-omschrijving: aantal moderatoren; functie-omschrijving: werking

<p>media van VRT? En gebeurt dat in shifts?</p>	<p>boete. DPG heeft de moderatie grotendeels losgelaten trouwens, heb ik de laatste weken gemerkt. Bij het Mediahuis is er helemaal geen moderatie, bij Roularta ook niet. Liesbeth van Impe geeft niet thuis.</p>	
<p>Wat houdt het moderatiegedeelte precies in?</p>	<p>Dat is zeer omstandig. Bij VRT is dat nog een <i>long project</i>. Dat zit nu op kruissnelheid.</p> <p>Het houdt in dat we alle kanalen superviseren in de zin dat we een aantal vormen van moderatie inzetten om de omgeving veilig te houden voor de gebruiker.</p> <p>Dus dat er zo min mogelijk hatespeech is, maar ook niet-verifieerbaar nieuws — fake news is er natuurlijk ook — maar dus we screenen ook niet-verifieerbaar nieuws. We verifiëren ook op doxing, d.w.z. dat privacygegevens worden gedeeld van andere gebruikers, zoals bekende figuren.</p> <p>Je hebt vijf vormen van moderatie, maar wij passen er drie van toe. De enigste twee die we niet toepassen, zijn die dat Facebook zelf al toepast. Zij modereren ook. Daar hebben wij natuurlijk geen zicht op. Het gebeurt dat wij commentaren zien verdwijnen omdat Facebook ze verborgen heeft of verwijderd heeft. Dat is de eerste vorm.</p> <p>De tweede vorm is dat de gebruiker zelf ook kan rapporteren. Als hij zich gekwetst voelt door een bepaalde uitspraak, dan kan</p>	<p>Motieven moderatie: negatief discours</p> <p>Moderatieprincipes: redactionele gedragscode: hatespeech, niet-verifieerbaar nieuws, doxing</p> <p>Moderatietechnieken</p> <p>Moderatietechnieken: reacties verwijderen na publicatie; verantwoordelijkheid moderatie: socialenetwerksites</p> <p>Moderatietechnieken: rapporteren; verantwoordelijkheid moderatie: socialenetwerksites</p>

	<p>hij het platform vragen om een bepaalde uitspraak te verwijderen. Dat gebeurt steeds frequenter. Dat is dus de tweede vorm.</p> <p>En dan zijn er drie vormen die wij zelf uitgerold hebben. De eerste is dat je via verschillende platformen kan werken met woordenkorven die sowieso bepaalde reacties uitsluiten op je feed. Dat wil zeggen 'ondubbelzinnig beledigende termen'. Bijvoorbeeld het woord 'mongool' is een niet-ondubbelzinnig beledigende term. Je hebt nu eenmaal het land Mongolië, en als je dan als redactie iets post over Mongolië, dan kan je het woord Mongool al niet meer gebruiken. Maar bijvoorbeeld 'hoernalisten', dat is een ondubbelzinnig beledigende term. Dat plaatsen we dan in de premoderatiekorf, wat betekent dat dat woord zelfs niet op de pagina zal verschijnen.</p> <p>Een tweede vorm is de realtime moderatie, wat wil zeggen dat er heel de dag door manuele moderatie is. Dan gaan mensen op de verschillende kanalen de commentaren op de berichten volgen. Eventueel opvolgen. Eventueel tussenkomen met hulplijnen, neem nu een bericht over zelfdoding.</p> <p>Of waarvan we denken dat er nog iets bijkan van informatie, dan gaan we input doen van andere</p>	<p>Moderatietechnieken: algoritmische premoderatie; verantwoordelijkheid moderatie: redactie; moderatieprincipes: redactionele gedragscode: ondubbelzinnig beledigende termen</p> <p>Moderatietechnieken: interactief; verantwoordelijkheid moderatie: redactie</p> <p>Moderatietechnieken: interactief; motieven: maatschappelijke verantwoordelijkheid; verantwoordelijkheid moderatie: redactie</p> <p>Moderatietechnieken: interactief; motieven: extra informatie;</p>
--	--	---

	<p>berichten die meer informatie geven.</p> <p>En wat we ook soms doen, is community building. Bijvoorbeeld rond zelfdoding of zwaar emotionele thema's, dan gaan we een soort van ondersteunende functie overleveren. Dat is niet de belangrijkste opdracht, maar het kan gebeuren dat we dat doen.</p> <p>En dan is er een derde vorm dat we toepassen. Dat is de postmoderatie, wat wil zeggen dat we werken met artificiële intelligentie — zoals om het even welk platform doet. Dat zijn ook woordenkorven, maar die ruimere termen bevatten.</p> <p>En waarbij we de oudere berichten, d.w.z. vijf à zes uur, waar ook nog altijd commentaar op wordt geleverd, ook nog kunnen oppikken.</p> <p>Dat zijn dus de vijf moderatietechnieken die op dit moment mogelijk zijn.</p> <p>En sinds woensdag is het mogelijk om commentsecties uit te schakelen via Facebook.</p> <p>En paginabeheerders kunnen op een bepaald moment besluiten dat het te toxisch wordt en het dan afsluiten. Maar dat is een nieuw gegeven en wij hebben daar zelf nog geen policy rond. Maar dat zal wel komen.</p> <p>Maar het is wel zo dat dat gevoelig ligt naar algoritmes toe omdat dat het algoritme kan verstoren wat betreft de verspreiding van nieuws.</p>	<p>verantwoordelijkheid moderatie: redactie</p> <p>Moderatietechnieken: interactief; motieven: community building; verantwoordelijkheid moderatie: redactie</p> <p>Moderatietechnieken: algoritmische postmoderatie; verantwoordelijkheid moderatie: redactie</p> <p>Moderatietechnieken: algoritmische postmoderatie; motieven: opvolging oudere berichten; verantwoordelijkheid moderatie: redactie</p> <p>Moderatietechnieken: commentarenssecties deactiveren</p> <p>Moderatietechnieken: commentarenssecties deactiveren: problemen: nog geen beleid; moderatieprincipes: redactionele gedragscode: toxisch</p> <p>Moderatietechnieken: commentarenssecties deactiveren: problemen: verstoring algoritmes</p>
--	---	--

	<p>Daarnaast is het een zeer gevoelige kwestie omdat het op de breuklijn ligt met de vrijheid van meningsuiting. En mensen die de indruk zouden kunnen hebben dat er aan censuur wordt gedaan, wat zeker niet onze bedoeling is. Maar er zijn soms wel berichten die zeer toxisch zijn.</p> <p>We gaan er misschien(!) in de toekomst gebruik van maken, maar dat is nog te voorbarig.</p>	<p>Gevaren moderatie: censuur vrije meningsuiting</p> <p>Moderatietechnieken: commentareensecties deactiveren</p>
<p>Is de eerste techniek van premoderatie ook algoritmisch of via artificiële intelligentie?</p>	<p>Nee. Dus iedereen die een pagina heeft, business of amateur, die kan een aantal woorden invullen via de instellingen die je niet wil zien verschijnen op je feed of in de commentsectie. Veel mensen weten dat niet, maar als je een pagina beheert, is dat een oplossing die toegepast kan worden bij Facebook en Instagram.</p>	<p>Moderatietechnieken: algoritmische premoderatie; verantwoordelijkheid moderatie: redactie: paginabeheer</p>
<p>Voor welke kanalen doen jullie dat allemaal?</p>	<p>Facebook, Instagram, Twitter, Tiktok komt er ook aan. Alle mogelijke kanalen. Dat is dagelijkse policy dat moet worden opgevolgd omdat die heel snel in ontwikkeling zijn.</p> <p>En omdat de grote spelers in die markt nogal onder druk staan om meer tools te geven aan bedrijven en paginabeheerders om hatespeech en fake news tegen te gaan. Vorige week is er in het Amerikaans Congres een hoorzitting geweest met de drie grote CEO's van Facebook, Twitter en YouTube. Die werden nogal stevig aangepakt. En ook</p>	<p>Kanalen: socialenwebsites: Facebook, Instagram, Twitter, Tiktok</p> <p>Moderatieprincipes: redactionele gedragscode: hatespeech, fake news; verantwoordelijkheid moderatie: socialenwebsites</p>

	<p>het incident in Australië heeft ervoor gezorgd dat er een aantal zaken sneller worden uitgerold. Maar Facebook speelt wel heel sterk met de knoppen, en daar hebben wij geen invloed op. Dat is zeer frustrerend.</p>	<p>Verantwoordelijkheid moderatie: socialenetwerksites: motieven: macht</p>
<p>Frustrerend dat Facebook niet genoeg doet?</p>	<p>Ze doen niet genoeg. Ze doen wel iets meer dan vroeger. Maar die bewering is in ons land zeker niet waar. Men filtert nog altijd op Amerikaanse gevoeligheden, bijvoorbeeld seksueel getinte opmerkingen, of zoals het woord 'porno'. Daar gaan zij wel sneller op screenen. Maar zij hebben geen enkele voeling met de realiteit in ons land. Zoals hatespeech. Dus het is echt wel van belang dat er moderatie is. Maar Facebook doet aan aankondigingspolitiek, maar grijpt onvoldoende in. Nu hebben ze wel eergisteren die tool gelanceerd om commentsecties uit te schakelen. Maar zelf doen ze bitter weinig. Er worden zeer weinig berichten door Facebook zelf spontaan verwijderd, en dat blijft een zeer groot probleem.</p>	<p>Verantwoordelijkheid moderatie: socialenetwerksites: problemen: Amerikaanse oriëntatie</p>
<p>Interessant! Modereren jullie ook de website?</p>	<p>Dan heb je het over de app waarschijnlijk. Op de website is er al langer geen commentaar mogelijk. Ik denk dat bijna alle redacties al een paar jaar hebben besloten om dat uit te schakelen omdat de haat te groot werd. En men heeft dat stopgezet omdat moderatie eigenlijk wel heel veel geld kost.</p>	<p>Kanalen: app</p> <p>Kanalen: website: niet: te veel haat, kostenbesparing; moderatietechnieken: commentarenssecties deactiveren: motieven: kostenbesparing; mening commentarenssecties: negatief: te veel haat</p>

	<p>Het is wel zo dat als je 'The social dilemma' gezien hebt op Netflix, wij zien datzelfde ook wel gebeuren: de haat neemt niet af, in tegendeel zelfs, zeker in de pandemie nu dat mensen meer afhankelijk zijn van sociale media is dit wel een probleem.</p> <p>Bijvoorbeeld als je thuiskomt en je hebt een nieuwsbericht gehoord over het vaccin en je denkt "oei wat hebben ze daar nu weer gezegd", dan heb je een grote kans dat je vader/moeder/partner zegt "jamaar het is niet helemaal waar wat je zegt, het zit ook zo en zo". Dan ben je al vlug op je gemak gesteld en ga je met een geuanceerder oordeel naar die berichtgeving kijken. Dat noemt het 'correctiegesprek'. Maar dat is helaas voor veel mensen onmogelijk geworden omdat de lockdown er nog altijd is en mensen te weinig met elkaar in debat kunnen. En de enige communicator, behalve de overheid, zijn de media. En dat leidt tot meer onbegrip en meer polemieken. Men verwacht antwoorden van de media die wij soms niet kunnen geven, en men verwacht van de media nuance en vertrouwen. Terwijl, ik ben misschien wel maatschappelijk werker, maar de mediabedrijven zijn bedrijven. En die moeten natuurlijk zo correct mogelijk informatie geven, maar zij zijn geen maatschappelijk werkers.</p>	<p>Mening commentarensecties: negatief: te veel haat</p>
--	--	--

	<p>Dus als mensen last hebben van bepaalde berichtgeving, en spreken over paniekzaaij en angstinboezeming. Dat komt voornamelijk door het ontbreken bij veel mensen van een sociaal netwerk, meer dan dat de media slechte berichtgeving plaatst. Het is wel waar dat het tempo van berichtgeving heel hoog ligt voor gebruikers, maar wij waken er nog meer dan een jaar geleden over dat berichtgeving correct is. We zijn zeer gevoelig voor fouten. Fouten zijn menselijk...</p>	
<p>Houden jullie zich ook bezig met de keuze om bepaalde onderwerpen al dan niet op sociale media te plaatsen uit bijvoorbeeld angst voor hatespeech?</p>	<p>Niet de onderwerpen, maar tenzij het breaking news is, raden we af om artikels die mogelijks toxische comments opwekken, eerder om 16u in de namiddag te plaatsen dan om 22u30 's avonds. Dat is sociale psychologie. Mensen zijn 's avonds vatbaarder om impulsief te reageren. Dat merken we wel. En wanneer mensen niet werken, het vakantie is, of nu bij veiligheidscommités die eraan komen, dan weten we dat de spanning omhoog gaat. Dat zien we aan de commentaren. En dan zijn we extra waakzaam.</p> <p>Pas op, mensen mogen ventileren en elke mening telt, dat is ons motto, of je nu links/rechts of voor/tegen bent, kritiek op VRT,... alles mag geventileerd worden.</p> <p>Maar het moet respectvol gebeuren. Dat is ook wat in ons gebruikersreglement staat op de voorpagina van VRT NWS.</p>	<p>Moderatietechnieken: keuze tijdstip</p> <p>Mening commentarensecties: positief: vrije meningsuiting</p> <p>Moderatieprincipes: redactionele gedragscode: respectloos</p>

	<p>Mensen mogen dus hun mening geven, daar gaan moderatoren niet over oordelen, daar zijn wij onpartijdig. Wij krijgen de opdracht van VRT om onpartijdig te zijn. Dat is niet hetzelfde als neutraliteit. Onze ombudsman heeft een mooi stuk geschreven over dat verschil. Er is geen enkele neutrale journalist. Er is altijd een mening die mogelijks een invloed kan hebben op de berichtgeving, maar de meeste journalisten blijven meestal wel bij de feiten. Bij partijdigheid laat je maar één partij aan het woord.</p>	
<p>Wat vind je dan van het bestaan van commentarensecties?</p>	<p>Mijn persoonlijke mening is dat er beter een tijdelijke stop op komt. Ik ben daar nogal radicaal in geworden, maar ook realistisch omdat het niet uitgesloten is dat wat er in Amerika gebeurd is bij de bestorming van het Capitool, dat zoiets ook hier kan gebeuren. Dus eerst moeten Facebook en andere platformen de juiste tools aanbieden, en het algoritme zodanig aanpassen dat niet enkel de meest emotionele reacties bovenaan staan, maar dat het een gezonde feed wordt. Dat we niet belanden in die echo kamers, dus ook met tegenspraak te maken krijgen. We zijn ons daar wel van bewust dat Facebook een bedrijf is dat winst wil maken en daar dus niet snel zal mee instemmen. Maar ik zeg dat liever na de lockdown, want sociale media zijn nu heel belangrijk voor veel mensen.</p>	<p>Mening commentarensecties: negatief: incidenten</p> <p>Verantwoordelijkheid moderatie: socialenetwerksites: problemen: winstbejag</p> <p>Mening commentarensecties: positief: sociaal</p>

	<p>Maar ik zou het zeker aangewezen vinden om de komende zomer... Ik ben er nu een jaar mee bezig en eigenlijk zie je een steeds groter wordende polarisering en verdeeldheid tussen mensen. Veel meer fake news.</p> <p>Het is een zorgwekkende evolutie, die niet mag onderschat worden door onze overheid. Er wordt veel vergaderd over het bestraffen van hatespeech, maar in de praktijk is dat zeer moeilijk om naar de politie te stappen of een klacht neer te leggen, om daar dan maanden op te wachten... Dus ik ben daarin zeker geen grote optimist. Dus ik hoop dat de overheid dat snel inziet, of de Europese overheden dat die gewicht in de schaal kunnen leggen, want onze lokale overheden zijn te klein om Facebook of om het even welk platform daarin de les te spellen. De Europese Commissie zou dat wel kunnen doen en is daar ook mee bezig, maar het gaat traag. Ik wacht een beetje tot er ongelukken gebeuren en ik vrees daar soms ook voor.</p>	<p>Mening commentarensecties: negatief: verregaande polarisering</p> <p>Mening commentarensecties: negatief: te veel fake news</p> <p>Verantwoordelijkheid moderatie: overheid: problemen: lokale overheden te klein; verantwoordelijkheid moderatie: overheid: problemen: Europese Commissie te traag</p>
<p>Is dat gebrek aan tegenspraak op de Facebook-feed ook een reden voor die vijandige omgeving?</p>	<p>Ja. Ten eerste, als je je eigen feed opent, zie je de dingen die je wil zien. Dat maakt dus dat je met tegenspraak weinig of niet wordt geconfronteerd. Op Facebook heb je geen gezonde democratie meer, die bestaat uit woord en wederwoord. Je leeft eigenlijk in een soort dystopie, of utopie in het geval van de gebruiker. Maar een</p>	<p>Mening commentarensecties: negatief</p>

	<p>omgeving die onecht is. En die je afleert, zeer geleidelijk aan, om om te gaan met andere meningen.</p> <p>Ten tweede, sociale media is nog altijd zeer jong, en eigenlijk de toeg op café van vroeger. Waar even hard aan haat werd gedaan, maar het verschil is dat het in het café in de lucht vervloog, maar nu zwart op wit blijft staan voor eeuwig en altijd. Gebruikers zijn zich er niet van bewust dat impulsief geschreven uitspraken opgepikt worden en dan op Twitter wordt geplaatst, en relletjes worden. Dus sociale media, we zijn er allemaal heel blij mee, het stelt ons in staat om in contact te blijven met mensen die we soms allang uit het oog zijn verloren of die over de oceaan wonen of gelijk waar.</p> <p>Maar hoe ga je daar nu mee om op een gezonde manier zonder in conflict te geraken met mensen. Een woord zwart op wit, zonder non-verbale communicatie, zonder nuance, komt veel harder binnen dan een uitgesproken face to face-gesprek. De pandemie helpt daar niet aan mee, maar de mensen zelf zijn ook terecht kwaad dat het één en ander moeilijk loopt.</p> <p>En dat ventileren ze dan bij ons, maar natuurlijk ook op andere Facebook-pagina's die verborgen zijn, die ook zeer veel succes hebben. Wat ik ook geen gezonde evolutie vind. Die hebben heel veel leden, niemand weet daar van,</p>	<p>Mening commentarensecties: negatief: blijvend karakter</p> <p>Mening commentarensecties: negatief: gebrek non-verbale communicatie</p> <p>Mening commentarensecties: negatief: verregaande polarisering</p>
--	--	--

	<p>niemand kan daaraan, dat zijn nog grotere echo kamers waar tegenspraak helemaal niet wordt geduld, waar mensen zelfs blij zijn om erin te vertoeven. Dat verdeelt en dat polariseert.</p> <p>Het is opmerkelijk dat overheden onvoldoende inzien en onvoldoende weigeren in te zien, omdat ze er ook zelf gebruik van maken uiteraard, dat het een gevaar is voor de democratie waar ze zo hard voor pleiten.</p>	<p>Verantwoordelijkheid moderatie: overheid: problemen: geen bereidheid</p>
<p>Voor wie denken jullie dat zo een negatief discours vooral gevaarlijk is?</p>	<p>Iedereen. Ik denk dat niemand... Minderheden zijn natuurlijk kwetsbaar. Maar we leven in een nulkwetsurensamenleving. Aan de ene kant moeten mensen leren omgaan met een harde repliek, maar dan moet het om de inhoud gaan. Van zodra het om hatespeech gaat... als je op Facebook beledigende termen ziet richting jou, ben je daar even niet goed van. En ik wil er geen groepen uithalen, maar ik denk dat het voor mensen met een beperking, mensen met een migratie-achtergrond, mensen met bepaalde politieke ideeën,... heel moeilijk is geworden om op die sociale media platformen nog iets te schrijven.</p> <p>Op Facebook haken er zo heel veel mensen af, of ze starten een fake profiel op om minder in het vizier te geraken.</p> <p>Ook moderatoren moeten beschermd worden, want het is</p>	<p>Motieven moderatie: gevaarlijk voor: kwetsbaren</p> <p>Motieven moderatie: anderen afschrikken</p> <p>Motieven moderatie: gevaarlijk voor: moderatoren</p>

	<p>geen beroep zonder risico. Als je jezelf bekend maakt als moderator van een bepaalde pagina, en mensen weten dat en dat staat mensen niet aan... het is bij VRT nog niet gebeurd, maar ik weet van andere paginabeheerders dat zij risico lopen om belaagd te worden. En ten tweede, modereren is psychisch zeer zwaar belastend.</p>	
<p>Dat heb ik gelezen, ja.</p>	<p>Wij vangen eigenlijk alles op wat de gebruiker niet zou mogen opvangen. Bij ons is dat nog cava, pas op wij hebben ook al beelden van massa-executies gekregen. Maar bij YouTube enzo, waar de beelden afgrijselijk zijn, die moderatoren houden het gemiddeld maximaal 3 à 5 maanden vol. Dat is internationaal bewezen. En die worden dan nog eens slecht betaald. Bij ons is dat iets beter, maar het blijft een job met risico's.</p> <p>Maar haat en fake news zijn van alle tijden. Dat is symptomatisch voor dieper liggende maatschappelijke problemen, dus sociale media zijn daar niet de oorzaak van. Ze versnellen het wel. Maar fake news is van alle tijden, er zijn heel veel voorbeelden in de geschiedenis tot honderden jaren ver.</p> <p>Maar omdat de digitalisering nog vrij jong is, moet die nog verder beleid krijgen en politiek onderhandeld worden zonder de vrije meningsuiting te beknotten.</p>	<p>Verantwoordelijkheid moderatie: uitbesteding: problemen: slecht betaald, psychologische risico's</p> <p>Verantwoordelijkheid moderatie: overheid: motieven: uitstippeling beleid</p>

<p>Worden gebruikers door het negatieve discours ook afgeschrikt om deel te nemen aan de commentarensecties?</p>	<p>Zeker! Op Facebook gaan de jonge mensen weg; die zitten op Instagram. Dus de +40 zitten vaker op Facebook, en dat gaat tot 80+. Dus van zodra er een bericht komt over jongeren die, bijvoorbeeld in Ter Kamerenbos, een feestje geven, gaan jongeren zich absoluut niet vertonen op Facebook omdat ze weten dat de overgrote groep op Facebook ouder is dan hen, en de solidariteit tussen generaties staat momenteel op een laag pitje. Er is zeer veel haat tussen generaties. En wat je ziet op Instagram is het tegenovergestelde. Daar lees je heel vaak het woordje 'boomer'. Dus het is een gespleten samenleving, althans in de virtuele wereld.</p>	<p>Motieven moderatie: anderen afschrikken; kanalen: socialenetwerksites: Facebook; Mening commentarensecties: negatief: verregaande polarisering <i>Anekdote</i></p>
<p>Heb je schrik dat het negatieve discours ook overslaat op de attitude over jullie media?</p>	<p>Er is inderdaad veel te doen rond afhakers. En ik denk dat de grote media onder druk staan door kleinere platformen. Iedereen kan aan journalistiek doen. Google voorziet heel wat informatie, zelfs een vertaaltool voor anderstalige artikels. Hate speech en fake news doen de media geen goed. Ik weet niet of het mensen doet afhaken, maar mensen met minder impulsgedrag zijn minder te vinden op Facebook en zeker op commentarensecties. De groep die hatespeech plaatst, zijn mensen die ouder zijn, dat is statistisch bewezen.</p>	<p>Motieven moderatie: anderen afschrikken</p>
<p>Omdat op Facebook meer oudere mensen zitten, moet</p>	<p>Zeker! Instagram is — nu nog — een positief medium. Maar daar</p>	<p>Kanalen: socialenetwerksites: Instagram</p>

<p>er dan daar ook meer gemodereerd worden dan op jongere platformen?</p>	<p>gaat de groep ook ouder worden en misschien meer verzuren. Plus, Instagram is minder gemaakt om nieuws te brengen. De mogelijkheden zijn beperkter en nieuws stoort sneller op de feed. Dus er wordt wel op ingezet, maar het wordt niet zo gastvrij onthaald onder de jongeren. De jongere gebruikers zijn positiever over het algemeen, maar er is ook waakzaamheid nodig, want we zien er wekelijks de haat toenemen ook al is het in kleine mate.</p> <p>Maar er zijn berichtgevingen waar we werkelijk 70% moeten modereren omdat het vol staat met haat. En dan moet je wel tussenkomen.</p>	<p>Statistieken moderatie</p>
<p>Jullie doen de moderatie zelf?</p>	<p>Nee! Er zijn redacties die daar wel voor kiezen, maar dan verlies je alle voeling met het bedrijf of het redactiegebeuren. En dan kun je ook niet die tendens terugkoppelen naar de redactie, dus kun je ook niet een aantal incentives doen naar je feed. Als je verbonden bent als moderator, kan dat wel. Bij VRT heeft men ervoor gekozen om die mensen binnen het bedrijf te houden.</p> <p>En ook volgens de standaardnormen van VRT te modereren.</p> <p>Het is een jong gebeuren, dus bij DOG is men ook nog steeds zoekende wat betreft de policy.</p> <p>Wat ik binnen een halfjaar of een jaar zie gebeuren, is dat er een</p>	<p>Verantwoordelijkheid moderatie: redactie: motieven: terugkoppeling</p> <p>Moderatieprincipes: redactionele gedragscode</p> <p>Moderatieprincipes: redactionele gedragscode</p> <p>Moderatieprincipes: redactionele gedragscode</p>

	<p>transparantie zal worden gevraagd: waarom wordt dit en dat, hoe doet men dit en dat,... Er zijn heel veel gebruikers die dat nu niet weten.</p>	
<p>Heb je een training gevolgd voor je rol als moderator?</p>	<p>Nee. In Vlaanderen is dat zeer jong, van vorig jaar. Er zijn een aantal pogingen ondernemen de voorbije jaren om dat te doen, maar als beleid is dat vrij jong en, net zoals in andere landen, is dat zich nog aan het ontwikkelen. En het zorgt ervoor dat het maken of schrijven van nieuws erdoor een stuk geld verliest. De gebruiker is er een stukje verantwoordelijk voor dat bepaalde berichtgeving er niet komt. Dat is helaas zo.</p>	<p>Socio-demo: opleiding: opleiding moderatie</p>
<p>U vernoemde bij de opsomming niet dat jullie gebruikers blokkeren?</p>	<p>Ik moet ook nog even zeggen dat we geen enkel bericht verwijderen, hé. Nooit! Modereren is iets anders dan verwijderen van berichten. Verwijderen is zeer ingrijpend voor de gebruikers omdat daarmee de mond wordt gesnoerd. Er zijn andere technieken die ervoor zorgen dat een bepaalde commentaar niet op de feed van de pagina komt. Wat we wel doen, en dat is uitzonderlijk, is mensen blokkeren. Als ze na herhaaldelijke waarschuwingen, of als ze heel aanstootgevende content plaatsen. Dan kunnen zij uiteraard klacht indienen en dan gaan wij daar naar kijken, en dan wordt daar een antwoord op gegeven. Elke paginabeheerder heeft het recht op een gebruikersreglement</p>	<p>Moderatietechnieken: reacties verwijderen na publicatie: problemen: censuur</p> <p>Moderatietechnieken: gebruikers blokkeren: motieven: herhaaldelijke waarschuwingen; moderatieprincipes: redactionele gedragscode: heel aanstootgevende content</p> <p>Moderatieprincipes: redactionele gedragscode</p>

	<p>te schrijven met de voorwaarden. Mensen weten zeer goed waaraan ze zich moeten houden, en je kan je mening altijd op een respectvolle manier uiten op eender welke redactiepagina. Alleen is het zo dat bij haatcontent als die er echt over gaat, dat bepaalde mensen in hun haren mogen krabben, want dan gaan zij geen commentaar meer mogen leveren. Maar dat gebeurt zeer uitzonderlijk.</p>	
<p>Is dat dan tijdelijk of permanent?</p>	<p>Ook daar is het beleid nog in ontwikkeling. Als iemand tot inkeer komt en zijn fout inziet... Bijvoorbeeld bij zwaar antisemitische commentaren, dus eigenlijk commentaren die tegen de wet ingaan, bijvoorbeeld oproepen tot geweld (het parlement bestormen, iemands huis in brand steken,...), van die commentaren, die mensen vliegen eraf. Dat is wel heel duidelijk. Die horen niet thuis op onze pagina — misschien wel op andere pagina's, maar ik denk dat er maar weinig paginabeheerders zijn die dat soort commentaren pikken. Die gaan minstens verwijderen, maar wij gaan een stapje verder.</p>	<p>Moderatietechnieken: gebruikers blokkeren; moderatieprincipes: wetgeving: antisemitisme, oproepen tot geweld</p>
<p>Wat bedoelde u precies met dat jullie nooit verwijderen? Jullie keuren gewoon vooraf goed versus af?</p>	<p>Ja, maar dan heb ik het over de policy en daar kan ik helaas niet veel over zeggen. Maar er bestaan technieken om commentaren op je feed niet zichtbaar te maken, ik zal het zo zeggen. Er bestaan verregaande tools om mensen... mondtoe te maken doen we niet.</p>	

	<p>Maar om commentaren te modereren omdat ze niet voldoen aan het gebruikersreglement. Dat is één.</p> <p>Of die ingaan tegen het wetgevend kader. We weten allemaal racisme of antisemitisme of elke vorm van discriminatie, of geweldsdreiging, doxing, privacygegevens delen, etc. dat hoort gewoon niet thuis.</p> <p>De virtuele omgeving is nu ook wel omschreven als reële omgeving, en daar kunnen dit soort commentaren niet.</p>	<p>Moderatieprincipes: redactionele gedragscode</p> <p>Moderatieprincipes: wetgeving: racisme, antisemitisme, discriminatie, oproepen tot geweld, doxing</p>
<p>Reageren jullie zelf ook soms op specifieke opmerkingen?</p>	<p>Zeker! We delen soms emoticons uit als we iets grappig vinden of... Dat is een vorm van community building. Ik vind dat belangrijk, het is niet altijd zware kost. Het is ook wel leuk soms om mensen te bemoedigen bij iets dat ze plaatsen, bijvoorbeeld een goede doelen actie, dan gaan wij zeker een like geven of gaan wij zelfs een keer een bericht schrijven van "succes". Dat doen we wel.</p> <p>Maar natuurlijk met mate. Het is niet zo dat we dat altijd kunnen doen, want we hebben het heel druk en dan heb je weinig of minder oog voor dat soort berichtgeving. De middelen zijn beperkt.</p>	<p>Moderatietechnieken: interactief</p> <p>Moderatietechnieken: interactief: motieven: community building</p> <p>Moderatietechnieken: interactief: problemen: tijdstekort</p>
<p>Houden jullie rekening met feedback via de gebruikers?</p>	<p>Ja, we krijgen veel tips van gebruikers over "heb je dit al opgemerkt" of "heb je die fout gezien". Dat geven we altijd door. Dus gebruikers hebben ook wel echt een rol bij ons.</p>	<p>Mening commentarensecties: positief: feedback</p>

	<p>Zij kunnen altijd een bericht sturen via de chat en zij zullen altijd een antwoord krijgen. Altijd. Natuurlijk als het om een respectvolle vraag gaat. Als het is om ons te bemoederen... (lacht) Als mensen met respectvolle vragen zitten, we hebben bijvoorbeeld een vrouw gehad die vroeg of alle scholen gesloten waren. Dan is het belangrijk dat wij de juiste informatie kunnen geven aan die vrouw, want de dag erop waren de scholen gesloten. Dus die vrouw was in paniek. Dus wij kunnen zo mensen helpen en ook een beetje maatschappelijk werker zijn. Dat is zeker niet de hoofdbedoeling. Maar er is wel ruimte voor kritiek. Dat mensen zeggen dat er een taalfout instaat of vragen "klopt dat bericht wel helemaal, heb je daar wel op gelet?". En dan geven wij dat zeker door. We hebben een correctie gehad, een onvolledigheid gehad, en dat gaan we dan dan door aan de redactie, en dan gaan die kijken of het klopt of niet klopt. Journalisten zijn geen superhelden, die kunnen ook al eens iets missen. En dan is er soms al eens een specialist over een bepaald thema die op onze feed opduikt, en die iets opmerkt, en dan geven we dat door.</p>	<p>Moderatietechnieken: interactief: motieven: extra informatie</p> <p><i>Anekdote</i></p> <p>Mening commentarenssecties: positief: feedback</p>
<p>Beschikken jullie over tools om kwaliteitsvolle commentaren uit te lichten?</p>	<p>Helaas heeft Facebook... Reacties benadrukken door ze hoger te laten ranken? Nee, helaas. Er was vroeger de mogelijkheid om een persoonlijk chatbericht te</p>	<p>Moderatietechnieken: reacties uitlichten</p>

	<p>sturen via Facebook naar een gebruiker. Dat hanteerden wij heel vaak om mensen te attenderen op kleine overtredingen.</p> <p>Bijvoorbeeld we hebben niet graag dat mensen in drukletters hun mening vertolken omdat dat schreeuwerig gedrag is en andere gebruikers zich daar nogal aan storen.</p> <p>Dus dan kon je via een klein, vriendelijk chatbericht vragen om dat niet meer te doen.</p> <p>Maar wij gingen ook persoonlijk in gesprek bijvoorbeeld als iemand een inhoudelijke opmerking maakte over het artikel, dan ging ik na van “waar heb je die informatie gehaald?” ofzo.</p> <p>Maar dat kunnen we helaas niet meer doen, Facebook heeft het uitgeschakeld sinds half januari.</p> <p>Dus we zijn nu al bijna drie maanden aan het wachten op herstel. Men spreekt van een technisch mankement, maar ik geloof daar persoonlijk allang niet meer in. Dat is volgens mij gewoon een stuk beleid van Facebook om tools niet verder... af te nemen van moderatoren.</p> <p>Dat is zeer jammer omdat je daarmee de betrokkenheid met de gebruiker een stukje verliest.</p> <p>Het is ook zo dat we vroeger een automatisch antwoordsysteem hadden via Facebook. Dat doen we maar gedeeltelijk meer, bijvoorbeeld als mensen informatie vragen over Corona, dan is er een</p>	<p>Moderatietechnieken: interactief: motieven: attentie kleine overtredingen</p> <p>Moderatieprincipes: redactionele gedragscode: drukletters</p> <p>Moderatietechnieken: interactief: attentie kleine overtredingen</p> <p>Moderatietechnieken: interactief: motieven: attentie kleine overtredingen</p> <p>Moderatietechnieken: interactief: problemen: beperkte middelen</p> <p>Moderatietechnieken: interactief: motieven: community building</p> <p>Moderatietechnieken: interactief: motieven: extra informatie</p>
--	---	---

	<p>automatisch antwoord die mensen leidt naar de pagina, waar alles op te vinden is. Maar bij andere vragen gaan wij altijd zelf reageren.</p>	
<p>Zijn er nog bepaalde, specifieke principes waarop jullie zich baseren voor de moderatie? Zoals het voorbeeld van de drukletters?</p>	<p>Ik heb zelf een heropfrissing gemaakt, in overleg met al de actoren op de redactie, ik ga eens kijken...</p> <p>Doxing is zeker een van de zaken die niet kunnen, het plaatsen op Facebook van privacygegevens. Wat we ook belangrijk vinden is dat mensen bij het onderwerp blijven. Er wordt bijvoorbeeld heel vaak gebruik gemaakt van 'flooding' en 'flaming'.</p> <p>Het eerste is bijvoorbeeld een bericht over Frank Vandenbroucke en Astrazeneca. Het eerste wat je dan ziet, zijn commentaren over het verbrand geld. Dat is flooding, dat zijn mensen die bewust, of onbewust, berichten plaatsen om reacties te ontlokken bij andere gebruikers, die daarin meegaan. Dan gaan ze dus off-topic, en als je echt te veel off-topic gaat, gaan we daar op modereren.</p> <p>Wat we ook niet willen, zijn veralgemenende uitspraken. Productplaatsing of reclame modereren we ook.</p> <p>En bijvoorbeeld Maggie De Block, die wordt soms echt wel gebodysamed, dat halen we er wel af.</p>	<p>Moderatieprincipes: redactionele gedragscode</p> <p>Moderatieprincipes: redactionele gedragscode: doxing</p> <p>Moderatieprincipes: redactionele gedragscode: off-topic</p> <p>Flooding — <i>anekdote</i></p> <p>Moderatieprincipes: redactionele gedragscode: off-topic</p> <p>Moderatieprincipes: redactionele gedragscode: veralgemeningen</p> <p>Moderatieprincipes: redactionele gedragscode: productplaatsing, reclame</p> <p>Moderatieprincipes: redactie: bodyshaming</p>

En wat is flaming dan precies?	Overdreven toxische reacties met als doel andere reacties op te roepen.	Moderatieprincipes: redactionele gedragscode: off-topic: flaming
Oké. Die regels zijn dus terug te vinden op de website?	We hebben eigenlijk 2 gebruikersreglementen. Op de pagina van VRT, en die vind je terug als je ze even googelt. Maar dat is voor alles wat VRT betreft, en dus niet enkel voor Facebook. En op de Facebook-pagina ga je ons gebruikersreglement vinden.	Moderatieprincipes: redactionele gedragscode
Modereren jullie op een bepaald vlak wel waar andere mediabedrijven dat niet doen?	Ja. Wij vinden dat bij bepaalde berichtgeving, zeker over zelfdoding, maar ook bijvoorbeeld bij de aanslagen na de herdenking, of naar aanleiding van de reeks van Hilde Van Mieghem over partnergeweld, als mensen daarop reageren, is het onze maatschappelijke verantwoordelijkheid om daar de hulplijnen op te plaatsen. Zodat mensen weten dat ze altijd terecht kunnen bij Tele-Onthaal, bij Awel, bij de Zelfmoordlijn. Dat is wel iets dat ons onderscheidt van de andere redacties. Daarvoor wil ik ook een gezonde oproep doen naar mijn collega's bij andere redacties, om dat ook op Facebook actief te doen. Trouwens, die andere redacties krijgen ook subsidies dus die hebben ook die maatschappelijke verantwoordelijkheid. Dat is echt niet zoveel gevraagd om dat te delen. Mensen zijn altijd blij als je dat deelt. Altijd.	Moderatietechnieken: interactief: motieven: maatschappelijke verantwoordelijkheid
Heel hard bedankt! Wil u nog graag iets toevoegen?	Ik zou wel graag de thesis eens lezen als het af is.	

<p>Dat kan zeker!</p>	<p>En als tip: je moet maar eens voor de fun zelf een Facebook-pagina maken, en dan googlen wat de moderatie-policy van Facebook is. Dat verandert ook elke week. Er zijn altijd kleine zaken die veranderen. En daar ga je heel veel op kunnen ontdekken over hoe wij modereren. Waarschijnlijk ga je dezelfde antwoorden van HLN hebben gekregen. Zij gaan ook hun policy niet zomaar prijsgeven. Dat is ook logisch, maar die transparantie moet er wel komen, hé.</p>	<p>Verantwoordelijkheid moderatie: socialenetwerksites</p>
<p>Oké, super, ga ik zeker doen!</p>	<p>En ik ga je nog iets meer zeggen. Facebook heeft zoals je weet heel veel invloed en macht. En staat ook in rechtstreekse communicatie met Twitter.</p> <p>En in april vorig jaar (2020) hebben zij beslist om alle menselijke moderatie stop te zetten, en alles artificieel te laten wegmodereren. En toen zijn de ogen opengegaan, want plots kwam er enorm veel meer racisme en haat op de feeds te staan. En dat komt simpelweg omdat artificiële intelligentie maximum één derde opvangt van wat manuele moderatie opvangt. En dan stond er plots de helft meer racisme en haat en antisemitisme en doxing, noem maar op, op de feed.</p> <p>Dat was uit kostenbesparing. Daar kwam heel snel reactie op. Men heeft na twee maanden, of zelfs nog geen twee maanden, terug</p>	<p>Verantwoordelijkheid moderatie: socialenetwerksites: motieven: macht</p> <p>Verantwoordelijkheid moderatie: socialenetwerksites: problemen: winstbejag; moderatietechnieken: algoritmische moderatie: problemen: niet verfijnd</p> <p>moderatietechnieken: algoritmische moderatie: motieven: kostenbesparing</p>

	<p>menselijke moderatie geïnstalleerd.</p> <p>Dat kwam ook omdat de conspiracy theorieën bij het begin van de pandemie een enorme opmars maakten. Dat Facebook en Twitter merkten dat ze dat niet meer aankonden. Dat het te veel was. En dan hebben ze gezegd van gewoon te vertrouwen op hun artificiële intelligentie. Ze hebben dat versterkt of aangescherpt. Maar dat is helemaal mislukt.</p> <p>En dan is iedereen in actie geschoten. Dan zijn er heel zware ingrepen gebeurd, ook in de aanloop van de verkiezing van Trump. Die ingrepen zijn soms misschien een beetje te ver gegaan.</p> <p>Maar dus, Twitter en Facebook hebben het zich vorig jaar heel moeilijk gemaakt, door de touwen te lossen, door te kiezen voor kostenbesparing, door te kiezen voor AI om na twee maanden te moeten vaststellen dat de bom gebarsten is.</p> <p>Als je kijkt naar Vlaanderen is de bom echt gebarsten bij de rellen in Blankenberge. Dat heb ik gemerkt dat dat de grote ommezwaai is geweest. Toen zijn de remmen losgegaan bij heel veel gebruikers. En daar hebben bepaalde groeperingen gebruik van gemaakt om een stapje verder te gaan. Dat gaat altijd stapje per stapje. Ze doen om de twee jaar onderzoek</p>	<p>Gevaren moderatie: censuur vrije meningsuiting</p> <p>Verantwoordelijkheid moderatie: socialenetsites: problemen: winstbejag; moderatietechnieken: algoritmische moderatie: problemen: niet verfijnd</p> <p><i>Anekdote</i></p>
--	--	--

	<p>en daaruit blijkt dat hatespeech telkens toeneemt.</p> <p>En dat er ook mensen wanhoopsdaden doen door content te lezen die... Jongeren zijn daar zeker een kwetsbare groep voor. Bij sexting enzo, waarbij beelden van hen worden rondgedeeld.</p> <p>Dus sociale media moeten gefixt worden. Ik vrees, en dan spreek ik tegen mijn eigen winkel, dat het lang zal duren, en dat er een incident zal...</p> <p>Het is niet fair van media om alle verantwoordelijkheid in de handen van Facebook te leggen. Het is ook wel degelijk aan gebruikers en paginabeheerders om hun duit in het zakje te doen. Zij hebben ook voordeel om Facebook te gebruiken. Trouwens, het staat ook in de journalistieke deontologische code dat je de plicht hebt om dergelijke zaken te verwijderen. Het is niet zo dat enkel VRT daarvoor in aanmerking komt. Het is voor alle media die gesubsidieerd worden door de Vlaamse overheid een plicht om daar werk van te maken.</p>	<p>Motieven moderatie: gevaarlijk voor: jongeren</p> <p>Mening commentarensecties: negatief: incidenten</p> <p>Verantwoordelijkheid moderatie: redactie: paginabeheer</p>
<p>Wat doen jullie met complottheorieën?</p>	<p>Heel veel. Moderatoren geven door wat er binnenkomt, er wordt voortdurend nieuwe content ontwikkeld door complotdenkers. We geven dat door en laten dat factchecken. En als het nodig of mogelijk is — en je moet daar heel voorzichtig mee zijn, want je mag die complotdenkers ook niet</p>	<p>Moderatieprincipes: redactionele gedragscode: complottheorieën</p>

	<p>beroemd maken — dan gaan we dat ook publiceren dat het fake news is.</p> <p>Zoals deze morgen die prik in de arm van Bart Somers, op onze feed staat die factcheck ook. Die complottheorie is dus echt viraal gegaan over heel de wereld, dat dat het bewijs is dat er helemaal geen vaccin is of dat het HIV bevat.</p> <p>Wij hebben dat dus proberen te ontcrachten, maar dat vraagt ook weer meer middelen en inzet die eigenlijk te kosten gaat van het maken van berichtgeving, waar mensen ook naar snakken. Dat maakt het allemaal moeilijk voor redacties.</p> <p>De verantwoordelijkheid ligt dus bij gebruikers, paginabeheerders en Facebook.</p> <p>Maar Facebook gaat dat niet doen omdat zij winst willen maken.</p> <p>Dus dan moeten we helaas kijken naar de Europese Commissie. Zij zijn eigenlijk de enige die echte druk kunnen uitoefenen.</p>	<p><i>Anekdote</i></p> <p>Verantwoordelijkheid: redactie: problemen: tijd</p> <p>Verantwoordelijkheid moderatie: socialenetwerksites: problemen: winstbejag</p> <p>Verantwoordelijkheid moderatie: overheid: motieven: drukuitoefening Europese Commissie op socialenetwerksites</p>
<p>Wat met plausible complottheorieën?</p>	<p>Plausible complottheorieën sprekt elkaar al tegen.</p> <p>Complottheorieën is altijd foutieve informatie. Als het niet verifieerbaar is, is het complotdenken. Bijvoorbeeld “zou deze politicus al op reis zijn?” en dan zie je de emoticon van het mannetje dat zich iets afvraagt. Dat is voeding. Men probeert echt</p>	<p>Moderatieprincipes: redactionele gedragscode: complottheorieën</p>

	<p>soms heel bewust zaden te installeren. En dat is heel spijtig. Conspiracy is altijd beschadigend, en voor wie? Voor mensen die psychisch kwetsbaar zijn. Of nee, dat is een groot woord. Mensen die daar vatbaar voor zijn, die minder hoog opgeleid zijn. En die groep zit op Facebook. Wij zien dat als onze maatschappelijke verantwoordelijkheid om die mensen te beschermen voor een stuk. Als plots iemand plaatst dat hij vanmorgen zijn Astrazeneca-vaccin heeft gehad en erna is flauwgevallen, bijna in coma geraakt, dan moeten wij wel weten waar die dat vandaan haalt. Is dat zo of is dat conspiracy?</p> <p>Dus momenteel zijn we daar nogal, wat strenger in omdat het bij die vaccinatie heel belangrijk is om de mensen gemotiveerd te krijgen. Nu ga je misschien denken dat wij vooringenomen zijn. Wij verplichten mensen niet om zich te laten vaccineren, maar als in internationale studies wordt bewezen dat het een veilig vaccin is, wie zijn wij dan om dat tegen te spreken?</p> <p>Dus dan gaan wij reacties die zeggen dat er gif in zit, niet zichtbaar maken.</p> <p>Wat we wel doen, er zijn artsen die tegengas geven, die op de risico's wijzen, die aangeven dat we nog niet alles weten over het vaccin, dat we de langetermijnevolgen nog niet kennen, dat zijn uiteraard</p>	<p>Motieven moderatie: gevaarlijk voor: Facebook-profielen</p> <p>Gevaren moderatie: bronbetrouwbaarheid</p> <p>Moderatieprincipes: redactionele gedragscode: complottheorieën</p> <p>Moderatieprincipes: redactionele gedragscode: deviante mening</p>
--	--	---

	<p>dingen die wel kunnen gezegd worden. Dat gaan we wel toestaan. Kritiek mag. Dat is altijd zo. Maar dingen beweren als een feit, terwijl ze niet bewezen zijn, dat kunnen wij onmogelijk toestaan.</p>	
<p>Misschien als laatste vraag nog even: hebben jullie een zicht op het percentage van de reacties dat jullie afwijzen?</p>	<p>Ik weet het niet zeker, maar op Facebook modereren we per maand ongeveer 100.000 berichten. Dus dat is een enorme workload. Maar bijvoorbeeld HLN heeft veel meer commentaren, zij halen berichten met soms tot 10.000 commentaren. Dat is onvoorstelbaar. Nu zij promoten ook hun berichten. Dat doet VRT NWS niet, of veel en veel minder. Dus dat is ook de reden dat ze veel meer in de picture komen op de feeds van gebruikers en zo meer reacties genereren. Maar begin daar maar eens aan, ik zou het mezelf niet willen zien doen. Mensen die werken in door mediabedrijven uitbestede bedrijven...</p>	<p>Statistieken moderatie</p>
<p>Ja, HLN besteedt uit bijvoorbeeld.</p>	<p>Ja. Zij moeten thuis werken in hun eigen hokje. Het is mentaal belastend werk. Je moet dat kunnen ventileren. En hoe je het ook draait of keert, haat content is een soort van gif dat bij iedere mens, hoe sterk die ook in zijn schoenen staat, dag na dag binnendruppelt. En wat voor job is dat (lacht)? Je gaat naar een negatief mensbeeld. Dus het is een zeer ongezonde job, die zo rap mogelijk zou moeten</p>	<p>Verantwoordelijkheid moderatie: uitbesteding: problemen: psychologische risico's</p>

	<p>verdwijnen. Ik ben dus eigenlijk voor het afschaffen van mijn eigen job. Nu, er zal altijd moderatie nodig zijn, maar het zou al veel helpen als gebruikers op hun tellen letten.</p> <p>En ten tweede moeten de paginabeheerders strikter een aantal tools inzetten, zoals het uitschakelen van commentarenssecties. Maar dat gaan ze niet doen omdat ze de algoritmes niet willen verstoren en zo het bereik van de berichtgeving niet willen verstoren. Dat heeft puur met marketing te maken.</p> <p>En ten derde dat Facebook... Facebook is kapot, Facebook moet zichzelf dringend heruitvinden. Maar ook de andere platformen moeten dringend werk maken van countering. Als ik naar het Amerikaans Congres kijk, en dat heeft vijf uur geduurd — ocharme die CEO's — dan kan ik niet anders dan vaststellen dat dat mensen zijn die geen enkele empathie hebben voor wat er zich afspeelt.</p> <p>Ik denk dat het wachten is op een ernstig incident, waar niet een individu maar een groep de prijs ervoor zal betalen dat overheden te weinig druk uitoefenen. En vooral te weinig vlug bepaalde zaken opleggen aan de platformen.</p> <p>Het is dus de machteloosheid. En bij uitbesteding heb je geen enkele voeling met de redactie.</p>	<p>Verantwoordelijkheid moderatie: redactie: problemen: winstbejag; moderatietechnieken: commentarenssecties deactiveren: problemen: verstoring algoritme</p> <p>Verantwoordelijkheid moderatie: socialenetwerksites: geen empathie</p> <p>Verantwoordelijkheid moderatie: overheid: problemen: te traag</p>
--	--	--

	<p>Ik heb ook de commentaar gehad van iemand die bij HLN of DPG werkt “ik zit hier maar op mijn eilandje”. Die mensen worden blootgesteld, heel de dag 8u per dag, aan haatcontent.</p> <p>Zij moeten ook targets halen. Wij kunnen al eens een pauze nemen. Mediabedrijven besteden dat uit omdat dat goedkoper is.</p> <p>Moderatoren werken eigenlijk als een soort van security, dus die zouden eigenlijk extra moeten worden betaald en extra moeten worden beschermd. Zwemredders krijgen bijvoorbeeld het laagste loon, maar zijn wel verantwoordelijk als er iemand verdrinkt. Dus op dat vlak is er nog heel veel werk aan de winkel om de veiligheidsissues in de samenleving onder ogen te zien, en zeker in de digitale omgeving.</p>	<p>Verantwoordelijkheid moderatie: uitbesteding: problemen: geen terugkoppeling redactie</p> <p>Verantwoordelijkheid moderatie: uitbesteding: problemen: psychologische risico's</p> <p>Verantwoordelijkheid moderatie: uitbesteding: problemen: targets</p> <p>Verantwoordelijkheid moderatie: uitbesteding: motieven: kostenbesparing</p> <p>Verantwoordelijkheid moderatie: uitbesteding: problemen: slecht betaald</p>
Heel hard bedankt om alles zo uitgebreid te beantwoorden!	Graag gedaan!	

	Interviewee 3 (19 april 2021)	
INTERVIEWSTER	INTERVIEWEE	CODES
Wat is uw geslacht?	Mannelijk.	Geslacht
Hoe oud bent u?	45 jaar.	Leeftijd
Wat is uw hoogst behaalde diploma?	Ik ben master geschiedenis	Opleiding
Hoe noemt uw functie?	Ik ben socialemediamanager voor HLN en VTM NIEUWS.	Functie-omschrijving
	Ik ben verantwoordelijk voor alle sociale media van HLN en VTM NIEUWS. Dat wil zeggen dat ik een van de mensen ben die die	Functie-omschrijving

	<p>sociale media beheert. Maar het is mijn verantwoordelijkheid dus ik stuur de anderen bij. Ik leid het team voor HLN en VTM NIEUWS, maar ik draai ook mee in de shiften.</p>	
<p>Dus je brengt ook zelf de artikels naar de sociale media?</p>	<p>Ja.</p>	<p>Functie-omschrijving: andere job(s): journalist</p>
<p>Jullie laten publieksreacties toe op sociale media?</p>	<p>Op Facebook kunnen we niet anders. Je kan dat niet afzetten.</p>	<p>Moderatietechnieken: commentarenssecties deactiveren</p>
<p>Als dat wel zou kunnen, zou u dat dan als optie beschouwen?</p>	<p>Absoluut! Niet bij alles, maar bij sommige artikels zou ik dat ongetwijfeld gewoon afzetten.</p>	<p>Moderatietechnieken: commentarenssecties deactiveren</p>
<p>Bij wat voor artikels bijvoorbeeld?</p>	<p>Waarvan je automatisch weet dat er racistische praat op zal komen. Dat zou ik al standaard afzetten. En als ik zou zien dat bij sommige artikels echt haat wordt geschreven... bijvoorbeeld een artikel dat iemand voor de rechtbank een straf gekregen heeft met uitstel in plaats van effectief, waarbij dan mensen zeggen "hoe is dat nu in godsnaam mogelijk" en reacties "die moeten doodgeschoten worden" enzo, dan zou ik het ook afzetten. Ik zou eerst wel afwachten wat voor reacties erop komen, en dan eventueel modereren, verbergen, verwijderen, mensen blokkeren. En als het dan echt nodig is, zou ik het afzetten. Maar dat kan dus niet, niet op Instagram en niet op Facebook. Op de website wel. Op onze site kan er zelfs standaard niet gereageerd worden, en moeten de</p>	<p>Moderatietechnieken: commentarenssecties deactiveren: principes: te toxisch</p> <p>Moderatietechnieken: commentarenssecties deactiveren; kanalen: website</p>

	reacties opgezette worden. Wat vaak gebeurt.	Moderatietechnieken: commentarenssecties deactiveren; kanalen: socialenetwerksites: Facebook, Instagram
Voor de sociale media doen jullie het zelf?	Ja en nee. In theorie behoort het niet tot mijn taken, maar we moeten het wel doen.	Verantwoordelijkheid moderatie: redactie
Met hoeveel personen staan jullie in voor die moderatietaak?	Team Social van News City (HLN en VTM NIEUWS) bestaat uit drie personen, en we werken op weekdays in shifts, van 7 tot 21 uur. In de weekends is er één iemand van dienst, van 10 tot 18 uur. Maar onze hoofdtaak is zeker niet modereren hé. We plaatsen vooral artikels.	Functie-omschrijving: aantal moderatoren; functie-omschrijving: werking
Hoeveel van je tijd spendeer je dan toch aan die moderatie?	Moeilijke vraag. Bijvoorbeeld vanochtend plaatste ik voor VTM NIEUWS een artikel dat er in Europa 12 topteams hun eigen <i>superleague</i> willen creëren buiten de Champions League. Dat ga ik niet gaan modereren. Daar ga ik zelfs amper naar de reacties kijken. Op Facebook kan je selecteren op alle reacties, de meest recente reacties en de meest relevante reacties. Nu de meest relevante, dat is relatief, want wat voor hen het meest relevant is, is waar het meest op gereageerd of geklikt wordt. dus als iemand daarop zet "fuck you Real Madrid", en er zijn Barcelona-fans die daarop gaan reageren, dan gaat dat voor Facebook een relevante post zijn. Voor mij gaat dat een post zijn die ik ga verbergen.	Moderatietechnieken: systeem

	<p>Maar het is handig dat als ik selecteer op meest relevante posts — wat Facebook automatisch doet —, is het voor mij makkelijk om de posts eruit te halen waar het meeste haat in zit, het meeste racistische opmerkingen, verwijten doodsbedreigingen. Dat soort zaken komt heel snel naar boven door die functie meest relevante reacties. En op die manier gaan we er wel in shiften. Op die manier bekijk ik van alle posts reacties. Maar voor sommige posts is dat een minuut omdat je merkt cava, die opmerkingen zijn hier wel oké. En voor andere posts moet je 20 minuten of een halfuur uittrekken. Sommige posts haal ik offline als er te veel moet gemodereerd worden. Maar dat gebeurt zelden, maar het gebeurt wel. En als we modereren, gaan we vaak reacties verbergen, wat wil zeggen dat als jij een reactie geeft die ik ga verbergen, dan kunnen alleen jouw vrienden en jijzelf die reactie nog zien. En ja gaat zelfs niet kunnen zien dat ik die reactie verborgen heb. Maar als ik niet met u bevriend ben, ga ik die reactie niet kunnen zien. En als ik een reactie verwijder, ga je het wel zien. Dan is het gewoon weg. En ik kan jou ook blokkeren zodat je niet meer kan reageren.</p>	<p>Moderatieprincipes: hatespeech, racisme, verwijten, doodsbedreigingen</p> <p>Moderatietechnieken: systeem</p> <p>Moderatietechnieken: artikel offline halen</p> <p>Moderatetechnieken: reactie verbergen</p> <p>Moderatetechnieken: reactie verwijderen na publicatie</p> <p>Moderatetechnieken: gebruiker blokkeren</p>
<p>Wanneer verbergen jullie een reactie in plaats van de reactie te verwijderen?</p>	<p>Als een reactie niet hoort, maar niet bedreigend, racistisch,... is, dan gaan we die verbergen. Is een</p>	<p>Moderatietechnieken: reactie verbergen; moderatetechnieken: reactie verwijderen na publicatie;</p>

	reactie dat wél, dan verwijderen we die. En soms blokkeren we degene die de reactie schreef.	moderatetechnieken: gebruiker blokkeren
Blokkeren jullie vaak?	Dagelijks.	Moderatetechnieken: gebruiker blokkeren
Doen jullie dat permanent of tijdelijk?	In principe is dat permanent. Maar wij krijgen soms vragen van mensen “blijkbaar kan ik niet meer reageren, waarom?”. En dan bekijk ik of ik of iemand van mijn team die mens geblokkeerd heeft, en dan is het permanent, dan blijf ik bij mijn standpunt. Is het door iemand anders gebeurt — wat ook soms gebeurt —, durf ik het al eens bekijken. Heeft Facebook ze geblokkeerd, dan kan ik er niets aan doen. Dat gebeurt dus ook, dat volgers iemand bij Facebook aanklagen, en dat Facebook actie onderneemt, en dan kan ik er niets aan doen, dan is het permanent.	Moderatetechnieken: gebruiker blokkeren; verantwoordelijkheid moderatie: redactie Verantwoordelijkheid moderatie: socialenetwerksites; moderatietechnieken: gebruiker blokkeren
Vind je dat Facebook daar genoeg aan doet?	Neen, ik ben daar zeer snel en duidelijk in! Veel te weinig! Ze schuiven die verantwoordelijkheid af naar ons, terwijl dat hun medium is. Wij modereren op ons medium, op onze site. Facebook is hun medium. Hebben wij daar verantwoordelijkheid in? Ja, tuurlijk! Wij plaatsen dingen op Facebook, dus het is een gedeelde verantwoordelijkheid. Maar Facebook doet er veel te weinig voor. Facebook polariseert. En zij werken met een algoritme. Stel jij volgt HLN op Facebook. De maatstaf voor Facebook of jij weinig of veel of niets van HLN te	Verantwoordelijkheid moderatie: socialenetwerksites: problemen

	<p>zien krijgt, is of jij klikt op onze artikels, liket, sharet of reageert. De reacties zijn daarbij het belangrijkste. Waarom? Om de eenvoudige reden dat Facebook wil dat je op Facebook blijft. Hoe meer je reageert op Facebook, hoe langer je op Facebook blijft en hun reclame te zien krijgt. Als je liket en je scrollt verder, blijf je ook op hun platform, maar dat is iets minder goed voor Facebook, want liken gaat sneller dan reageren en reacties lezen. Dus als je reacties leest, ben je ook waardevol voor Facebook. Sharen is ook goed omdat je zo andere mensen de kans geeft om ook op hun platform iets te bekijken. Als je doorklikt naar de HLN-website ben je minder belangrijk voor Facebook omdat je dan weggaat van hun medium. Je gaat van Facebook naar HLN. En dan zie je onze reclame in plaats van die van Facebook, en Facebook wil dat niet. Dus als je veel klikt op artikels gaan ze u minder sturen. Als je veel reageert, gaan ze u meer sturen. Of dat jij nu racistische praat verkoopt of net heel slimme dingen verkoopt, dat maakt voor Facebook totaal niets uit! Jij reageert, en daarmee uit. En daar maakt Facebook een zeer grote fout. En daardoor hebben zij er ook voor gezorgd dat er heel grote extremen zijn op hun platform, en vooral op nieuwsmedia. Niet alleen bij HLN, ook bij VRT, Knack, De</p>	
--	---	--

	<p>Tijd, De Morgen, overal, in het buitenland... bij alle nieuwsmedia zit je met hetzelfde "probleem" dat mensen die extreem veel reageren, vaak een extreem gedachtegoed hebben. Meestal zeer negatief, in gelijk welke richting, extreem-links/extreem-rechts, maar zeer tegen anderen. En zij doen daar niets aan. Voor hen is dat oké, want je reageert, waardoor er op Facebook een sneeuwbaaleffect gekomen is dat vooral die mensen reageren. Je hebt op Facebook, op sociale media, op het internet de 90-9-1 regel. 90% van de mensen zijn lurkers, voyeurs, mensen die kijken en scrollen, en nergens op reageren of niks liken. 9% reageert of liket af en toe. En 1% reageert en liket veel. Die 1% is voor Facebook het belangrijkste. En daar maken ze een grote fout, want de silent majority is die 90% en die krijgen amper stukken te zien van wat je op Facebook plaatst. Dus zij hebben er eigenlijk voor gezorgd dat mensen die veel reageren, en veel noten op hun zang hebben... en dat is pertinent fout.</p>	
<p>Letten jullie erop welke artikels jullie op Facebook plaatsen en welke niet?</p>	<p>Ja. Bijvoorbeeld als er rellen zijn in Molenbeek gaan we het plaatsen. Maar als er in Molenbeek iets gebeurt waar allochtonen bij betrokken zijn, maar geen groot nieuws is, op Facebook gaat dat veel meer reacties teweeg brengen, maar daar doen we het niet voor. Want dan polariseer je.</p>	<p>Moderatietechnieken: keuze onderwerp</p>

	<p>Wij moeten een keuze maken uit 500 artikels ofzo per dag, en wij zetten er 40. Dat is nog geen 10%. Dus het is niet mijn taak om ervoor te zorgen dat alles wat op HLN komt, ook op Facebook staat. Als je alles van HLN wil zien, moet je maar naar HLN surfen of de app gebruiken. Wij kiezen wat we op sociale media posten, en wat we kiezen moet representatief zijn voor de hele bevolking. Daar moet showbizz in zitten, daar mag iets grappigs tussen zitten, daar moeten positieve dingen in zitten en daar moet nieuws in zitten. Ik ga geen stukken selecteren puur omdat ik weet dat daar veel reacties op gaan komen. Ik ga redeneren of het nieuws is en er veel reacties op gaan komen. Dat is belangrijk. En het feit dat André Hazes nu officieel een koppel vormt met huppeldepup. Dat moeten we kunnen geven op onze Facebook-pagina. Het "probleem" is dat dat soort posts meer aangeklikt wordt of er meer op gereageerd wordt dan op nieuws, nieuws dat ge op de radio zou horen. En daardoor gaan die posts ook meer mensen bereiken, en krijgt ge de perceptie dat HLN alleen maar showbizz zet, wat onzin is, want dat is alleen maar door dat algoritme van Facebook. Dus kijken wij naar wat we plaatsen? Absoluut. Er moet variatie in zitten, en we plaatsen</p>	
--	--	--

	niet zomaar dingen om reacties uit te lokken.	
Denk je dat die negatieve reacties ook een invloed hebben op de andere gebruikers?	Tuurlijk.	
In welke zin?	<p>Er zijn mensen die reageren “moet dat nu weer?” en “zo een negativiteit”. Die hebben gelijk. Er zijn ook mensen die HLN ontvolgen, dus dat straalt niet alleen af op die andere gebruikers, maar ook op ons imago. Dat is ook de reden waarom we erin modereren.</p> <p>Maar hebben wij tijd om alles tot in de puntjes te modereren? Nee. Ik ga eens kijken hoeveel posts we de voorbije week gezet hebben... dagelijks gemiddeld 40, dus 280 op een week. We hebben daar 505.000 interacties op gekregen, waarvan 342.000 reacties. 342.000 keer mensen die iets ingetikt hebben op een artikel. Begin maar hé, dat is onmogelijk om dat te modereren.</p>	<p>Motieven moderatie: attitude media, anderen afschikken</p> <p>verantwoordelijkheid moderatie: redactie: problemen: tijd</p>
Waarom besteden jullie het dan niet uit?	Wat dat dat zou kosten.	Verantwoordelijkheid moderatie: uitbesteding: problemen: duur
Waarom besteden jullie het dan wel uit op de website?	<p>Daar is het meer controleerbaar. Ook omdat niet op alle artikels de reacties worden aangezet. En ten tweede er wordt veel meer gereageerd op Facebook dan op de site. Op de site zijn het gemiddeld tussen 5 en 10 reacties, terwijl hier gemiddeld 1200 reacties per post. Dat kun je niet modereren, 5 à 10 wel.</p>	Verantwoordelijkheid moderatie: uitbesteding, redactie

<p>Brengt het nog andere voordelen dat jullie het zelf doen?</p>	<p>Tuurlijk, want dan kunnen wij beter bepalen wat wel en niet kan. Pas op, er staan nog altijd dingen op onze Facebook-pagina die niet door de beugel kunnen, maar die wij niet gezien hebben omdat het er zoveel zijn. Maar als we modereren, en we modereren heel gericht, dan kunnen wij zeggen “dit kan door de beugel en dit niet”.</p> <p>Als iemand onder onze Facebook-pagina André Hazes een lul wilt noemen, ik denk niet dat hij daarover gaat vallen.</p> <p>Maar als er komt “André Hazes, ik ga een kogel door uw kop komen schieten omdat ge uw vrouw verlaten hebt”, dat kan niet.</p>	<p>Verantwoordelijkheid moderatie: redactie: problemen: tijd</p> <p>Moderatieprincipes: goedgekeurd: zachte scheldwoorden: lul</p> <p>Moderatieprincipes: doodsbedreigingen — <i>anekdote</i></p>
<p>Voor wie denk je dat een negatief discours op sociale media vooral gevaarlijk is?</p>	<p>Ik denk dat er op Facebook vooral roepers zitten. Ik denk dat het bij De Ideale Wereld was, dat ze eens zijn gaan aanbellen bij die mensen van “kijk hier is een post en jij hebt dat erop gereageerd”. Mensen reageren direct helemaal anders! “Dat is op Facebook, dan kan dat toch!” “uwe naam staat er wel bij” “ja ja, maar toch...”. Onze hoofdredacteur belt af en toe een keer iemand op om te zeggen van “kijk je hebt dat gereageerd op een tweet van mij of van HLN, ik vind dat eigenlijk niet kunnen”. Of om zichzelf uit te leggen. En die mensen zijn veel vriendelijker plots. Wij hebben mensen die op een heel groffe manier reageren voor heel simpele dingen.</p> <p>Bijvoorbeeld de video’s van Play 4 kan je alleen in het binnenland</p>	<p>Mening commentarensecties: negatief: gebrek non-verbale communicatie</p> <p>Moderatietechnieken: interactief — <i>anekdote</i></p>

	<p>bekijken, maar een deel van onze volgers zit in het buitenland, en we hadden op een bepaald moment iemand die reageerde</p> <p>“godverdomme dat apenland hier, ik kan die video’s van jullie niet bekijken”. Ik stuur een bericht terug “meneer, zit u in het binneland of buitenland?” “ahja, ik woon in Frankrijk” “ahja, het spijt mij meneer, maar door het beleid van VIER zijn die video’s bij u niet beschikbaar”. En die mens heeft terug geantwoord met drie hartjes “excuses aanvaard”. Zie je, die omslag is gigantisch, van zeer onbeleefd en brut, want het is toch maar het internet, naar zeer beleefd als je ze persoonlijk aanspreekt.</p> <p>Dus gevaarlijk? Dat weet ik niet of dat percentage heel groot is.</p> <p>Maar mensen die andere mensen bedreigen, ik vind dat gewoon niet kunnen. Maar of dat die dan gevaarlijk zijn, is iets anders.</p>	<p>Motieven moderatie: gevaarlijk voor: /</p> <p>Moderatieprincipes: bedreigingen</p>
<p>Jullie gaan dus in interactie met de gebruiker?</p>	<p>Niet altijd. Als er iemand zegt “gij vuile slet, ik ga u afmaken”. Ja nee, daar ga ik niet mee in interactie.</p> <p>Ik heb ooit een militair verbannen van Facebook, die op een artikel schreef “daarom ben ik militair geworden, om schapenneukers zoals deze af te knallen”. Bij zulke mensen moet je niet in interactie gaan, daar komt toch geen zinnige praat uit.</p>	<p>Moderatietechnieken: interactief: bij grote overtredingen andere technieken zonder uitleg of waarschuwing</p> <p>Moderatietechnieken: gebruiker blokkeren: heel aanstootgevende content</p>
<p>Wanneer dan wel?</p>	<p>Als mensen vragen stellen, als je mensen kan helpen.</p>	<p>Moderatietechnieken: interactief: motieven: extra informatie</p>

	<p>Maar ook soms voor de fun. Ik herinner mij een post over Temptation Island, en dat iemand reageerde “en hoe zou het nog zijn met K3?”. Het toeval was dat er een uur daarvoor een artikel was verschenen over K3. En ik heb met die link naar dat artikel gereageerd op die mens. En zijn reactie had 50 likes, mijn 100. En die mens heeft zelf ook gereageerd “ah merci voor de update”. Dat is grappig! Dat soort dingen is plezant. Dus dat doen we ook af en toe.</p>	<p>Moderatietechnieken: interactief; motieven: community building</p>
<p>U zei al dat u het ook meldt aan Facebook als u een reactie tegenkomt die u gaat modereren. Doet u dat altijd?</p>	<p>Ja. Als je iemand bedreigt, als je racistische praat verkoopt, wij melden u bij Facebook. Als we het gezien hebben, hé. Want een post die we gisteren geplaatst hebben, kan nog altijd op uw tijdlijn verschijnen. Maar ik ga de posts van gisteren niet meer modereren. Allee ja, sorry, maar ondertussen hebben er al 50 anderen onder gezet. Gaat ge dan echt op een post van een dag oud reageren “gij slet, ik maak u af”? Dan is de kans groot dat ik het niet ga gezien hebben.</p>	<p>Moderatieprincipes: bedreigingen, racisme; moderatietechnieken: rapporteren Moderatietechnieken: systeem</p>
<p>Doen jullie iets van algoritmische filtering? Als paginabeheerder?</p>	<p>Er zijn woorden die uitgesloten worden. Bijvoorbeeld als je reageert met “neger”, dan wordt je reactie niet zichtbaar, dan wordt de reactie automatisch verborgen. “Slet” geloof ik ook. Maar het “probleem” is dat er zoveel fouten worden getikt, of met opzet fouten worden getikt zodat er sommige dingen wel zouden</p>	<p>Moderatietechnieken: algoritmische moderatie: principes: ondubbelzinnig beledigende termen: neger, slet Moderatietechnieken: algoritmische moderatie: problemen: fouten</p>

	<p>verschijnen. Als we het zien, gaan we het ook wel verbergen, maar je kan daar ook niet in overdrijven, hé.</p> <p>Soms vind ik het niet erg als je schrijft “fuck off”. Op een post over Marc Dutroux, als iemand schrijft “fuck off”, sorry maar ik denk dat ook hé (lacht). Moet je het daarom schrijven? Nee. Moet ik die mens gaan verbannen of verbergen? Nee. Doet die dat op een post over jou? Dan wel. Er is een weegschaal hé.</p> <p>Maar “fuck off”, wordt automatisch verborgen.</p> <p>Tenzij je het als “fok of” gaat schrijven, dat heb ik er niet ingestoken, maar zo kan je het op duizend manieren gaan schrijven.</p>	<p>Moderatieprincipes: sociaal-politieke context</p> <p>Moderatietechnieken: algoritmische moderatie: principes: fuck off</p> <p>Moderatietechnieken: algoritmische moderatie: problemen: fouten</p>
<p>Zou je moderatie helemaal willen vervangen door dergelijke tools of liever manueel behouden?</p>	<p>Hoe bedoel je?</p>	
<p>Dat alles door AI wordt gedaan?</p>	<p>Kan dat spel daardoor beter werken? Absoluut. Want er zijn dingen die wij ingevoerd hebben, die niet mogen verschijnen, die toch verschijnen. Dus er zit iets bij Facebook dat niet juist is. En of je dat nu gaat melden of niet aan Facebook, dat maakt niets uit, hoor. Luisteren doen ze niet. ze geven altijd heel hard de indruk dat ze met iedereen begaan zijn, maar ze zijn dat totaal niet! dus kan het beter? Ja. Kan Facebook meer doen om tools aan te reiken</p>	<p>Verantwoordelijkheid socialenetwerksites: problemen: geen bereidheid</p>

	om die moderatie te verbeteren? Absoluut. Gaan ze dat doen? Nee.	
Veel roepen, weinig actie?	Ja. Gaat Facebook ook zo groot blijven? Ik denk van niet. Om de eenvoudige reden dat er heel veel jongeren zelfs niet meer op Facebook zitten.	Kanalen: Facebook
Die gaan naar Instagram?	Ja, of TikTok.	Kanalen: Instagram, TikTok
Moet er op die kanalen minder gemodereerd worden?	Ja. Op Instagram is dat veel controleerbaarder. Op HLN zetten we dagelijks 2 posts op, op VTM 6 à 9. Maar toch posts die daar meer reacties gaan uitlokken of likes die minder oké zijn, komen ook bovenaan te staan en zien we ook sneller. Als er 300 reacties komen op een post, scroll ik daar eens snel door, maar ik ga ze ook niet allemaal lezen. Dus het is veel controleerbaarder, en Instagram is veel positiever. Facebook is voor azijnpissers, zeg ik altijd. Instagram is veel positiever, en we gebruiken dat medium dan ook veel positiever. Vooral voor HLN. Voor VTM NIEUWS gebruiken we het echt als een nieuwsmedium, voor HLN zoveel mogelijk voor positieve dingen.	Kanalen: Instagram, Facebook
Voor positieve artikelen?	Ja. Genre "Wout van Aert heeft gisteren gewonnen", dat heb ik gisteren op Instagram gezet. "Queen Elizabeth neemt af van prins Philip" is nu niet echt positief nieuws, maar dat ontroert. Die gehandicapte jongen, Kevin Janssen, die in elkaar is geklopt, die hebben we ook gepost omdat we het verschrikkelijk vinden dat zo iets maar kan! Als er nieuws is	Kanalen: Instagram

	over het Overlegcomité genre “het is zover, de terrassen mogen weer open vanaf 8 mei”, dat gaan we ook zetten. Dingen die overwegend positief zijn komen dus op onze Instagram.	
U heeft al een aantal technieken vermeld. Zijn er zo nog?	Niet dat ik weet.	Moderatietechnieken
Houden jullie rekening met feedback van gebruikers?	Ja.	Mening commentarensecties: positief: feedback
Inhoudelijk en spelling?	Ja. Op spelling hebben we het rap geweten, ze. Zij mogen alle fouten schrijven, maar als wij er eentje maken, ho ho. In de fotoshop staat er geen spellingscontrole. Dat valt onmiddellijk op, hé. “ah, HLN kan niet schrijven”. En inhoudelijk, ik ga er steeds vanuit dat de journalist correcte informatie geeft. Maar soms is dat niet, en als dan mensen erop reageren, vraag ik om replicatie.	Mening commentarensecties: positief: feedback
Dat is dan wel handig aan de commentarensecties?	Tuurlijk.	Mening commentarensecties: positief: feedback
Hebben jullie principes waarop jullie u baseren voor de moderatie van onlinepublieksreacties?	Tuurlijk. Bedreigingen vooral. En racistische praat. Verheerlijking van geweld. Te extreme opvattingen, zowel links als rechts. Er gaan nog dingen zijn waar ik nu niet aan denk, ze.	Moderatieprincipes: bedreigingen, verheerlijking geweld, extremisme
Misschien een aantal voorbeelden?	Als er iemand zegt “zwans niet, Marc Van Ranst”, dan laat ik het staan. Als er iemand zegt “hangt Van Ranst op”, dan ga ik het aan Facebook melden.	Moderatieprincipes: doodsb bedreigingen
Vinden jullie dat bekende mensen daarin een dikkere huid moeten hebben?	Ne mens is voor mij ne mens. Ik vind niet dat je het recht hebt om Van Ranst harder te gaan	Moderatieprincipes: bekende personen: /

	uitschelden dan uw buurvrouw die op HLN staat.	
Speelt het persoonlijk aanvoelen van de moderator een rol? Zijn daar verschillen tussen moderatoren onderling?	Ja en nee, want wij praten er wel over. En ik zet die lijn uit dus de anderen moeten mijn lijn wel volgen. Maar het is altijd een persoonlijk aanvoelen, hé.	Moderatieprincipes: interindividuele verschillen tussen moderatoren
Zijn er overkoepelende redactionele richtlijnen van DPG?	Nee.	Moderatieprincipes: overkoepelende redactionele gedragscode: /
En baseren jullie zich op de wet.	Ja. En als er iets strafbaars gereageerd wordt op Facebook, gaan we het melden. Zo simpel is het, dat is gewoon logica.	Moderatietechnieken: rapporteren
Hebben jullie tools om een kwalitatieve reactie uit te lichten?	Neen, dat is het exclusieve recht van Facebook. Maar als wij reageren op iets gaat dat automatisch bij de relevante opmerkingen komen te staan. Door Facebook, niet door ons.	Moderatietechnieken: reacties uitlichten
Opvallend! Heeft u een training gevolgd voor de moderatie?	Training niet, maar wij zijn een grote nieuwsgroep. We hebben nieuwsmarken in Denemarken, Nederland en België, en wij overleggen daar wel over. De sociale media-teams onderling. En ik ben ook al naar conferenties van Facebook geweest, en wij praten ook met buitenlandse niet-DPG mediamerken. En ik heb wel een cursus gevolgd van hoe je het best reageert op reacties van mensen op sociale media. Door bijvoorbeeld beleefd te blijven. Maar dat zijn ook dingen waarvan je zegt als je zo een opleiding volgt "off-course". Maar hier en daar zijn er dingen tussen waarvan je denkt "juist, ahja kijk". Zoals bijvoorbeeld reageren met je regels, zeggen	Socio-demo: opleiding: opleiding moderatie

	van “kijk dit zijn onze regels, je kan ze daar vinden en als je je er niet aan houdt, wordt je verbannen”. Dat komt niet van mezelf, dat heb ik ergens anders opgepikt.	
Jullie hebben dus wel een huisreglement op jullie pagina?	Absoluut.	Moderatieprincipes: redactionele gedragscode
Dat is wel een soort richtlijn dan?	Dat is zo. Daar staat ook in dat als je je er niet aan houdt, dat je verbannen wordt.	Moderatieprincipes: redactionele gedragscode
Heeft u een percentage of cijfer van hoeveel reacties jullie verwijderen?	Goh, daar kan ik zelfs geen slag in slaan. Dat is te moeilijk.	Statistieken moderatie
Boven of onder de 50%?	We hebben zoveel reacties, dus dan gaan er meer dan de helft gewoon door. Het gaat een fractie zijn. In absolute getallen gaan wij nog altijd zeggen we hebben honderden reacties verwijderd en/of verborgen, maar als je er 342.000 hebt, dan is dat niet zo veel. En dat is misschien ook niet zo nodig, want 90% gaat ook niet moeten gemodereerd worden.	Statistieken moderatie
Oké. Even kijken, wat doen jullie met complottheorieën?	Die gooien we er onmiddellijk uit. Als we ze zien, hé. Je kan ook niet reageren met een link buiten HLN, dus naar een andere site zoals YouTube. Dat hebben we eruit gehaald. Om die complottheorieën bijvoorbeeld te vermijden.	Moderatieprincipes: complottheorieën Moderatietechnieken: algorithmische premoderatie; moderatieprincipes: links
Ook niet naar andere nieuwsdiensten?	Nee.	Moderatietechnieken: algorithmische premoderatie; moderatieprincipes: links
Wat doen jullie met scheldwoorden?	Er zit een hele lijst al in die tool dat het automatisch verborgen wordt. Maar moet je “onnozelaar” in die lijst gaan steken? Ik vind van niet.	Moderatieprincipes: zachte scheldwoorden: onnozelaar

	Het is ook een deel vrije meningsuiting, je moet daar ook niet in overdrijven. “fucking asshole” steekt er wel in.	Gevaren moderatie: censuur vrije meningsuiting Moderatieprincipes: harde scheldwoorden: fucking asshole
Krijgen jullie daar soms kritiek op dat het tegen de vrije meningsuiting ingaat?	Ja. In mail.	
En hoe reageren jullie daarop?	Verticaal classement. Dat zijn meestal mensen waar je van weet dat je er niet moet tegen beginnen argumenteren, want dan ben je oeverloos lang bezig. Als je merkt dat je met iemand een gezonde communicatie kunt hebben, dan wel. Maar je merkt dat al makkelijk aan de manier waarop die mail binnenkomt, waarop ze schrijven. Maar dat verticaal classement is niet uit onzin van ons, dat heeft er gewoon mee te maken dat die 90-9-1, dat is 1% van die 1% die mailt. En meestal zijn dat mensen die reageren in de genre van “hang Marc Van Ranst maar op”. Meestal heeft het geen zin om met zo een mensen in conversatie te gaan.	Gevaren moderatie: censuur vrije meningsuiting
En hebben jullie regels over vormvereisten? Zoals drukletters?	Nee. In internettaal zijn drukletters roepen, maar ja... ik heb nog nooit daarop een post verwijderd of verbannen.	Moderatieprincipes: drukletters: /
En qua lengte? Zijn daar standaarden?	Daar kunnen wij niets aan veranderen.	Moderatieprincipes: lengte: /
Zet Facebook daar geen limiet op?	Niet dat ik weet. Zou kunnen, maar niet dat ik weet.	Moderatieprincipes: lengte: /
Dan denk ik dat we door de vragen zijn. Als u dat goed vindt, kunnen we nu overgaan naar een kleine	Dat kan ik niet doen, dat is interne keuken. Maar ik kan wel wat screenshots doorsturen en zo wat voorbeelden uitlichten.	Observatie

observatieoefening. Dan kan u misschien nog op een aantal principes komen?		
Oké super! Daar zou u me erg mee helpen. Wil u graag de resultaten ontvangen?	Absoluut.	
Als ik bij de analyse zit met vragen of onduidelijkheden, mag ik u dan mailen?	Zeker. Je mag me ook de tekst doosturen als je wil dat ik ergens verduidelijk.	
Dankuwel dan voor uw medewerking, het was erg interessant! Nog een fijne dag!	Succes! Dag!	

13.3 Codeboom

Socio-demografische variabelen

- Geslacht
 - Vrouw
 - Man
- Leeftijd
 - 50
 - 44
 - 45
- Opleiding
 - Hoogst behaalde diploma
 - Middelbaar onderwijs
 - Bachelor maatschappelijk werk
 - Master geschiedenis
 - Opleiding moderatie
 - Ja
 - Conferenties (redactie)
 - Testen (uitbesteding)
 - Neen

Functie-omschrijving

- Andere job(s)
 - Audience-oriented editor
 - Journalist voor de sociale media van het nieuwsmerk
- Aantal moderatoren
 - Zes (VRT website)
 - Drie op weekdays, één in het weekend (HLN sociale media + VTM NIEUWS sociale media)
- Werking
 - Shifts

Kanalen

- Socialenetsites: Facebook (maar ook: Instagram, Twitter, TikTok, YouTube)
 - Wel (VRT sociale media)
 - Deactivatie onmogelijk
 - Wel (HLN sociale media)
 - Niet (HLN website)
 - Te veel onlinepublieksreacties
 - Verantwoordelijkheid Facebook
- Website en app

- Wel (HLN website)
- Niet (VRT sociale media)
 - Deactivatie mogelijk
 - Te veel haat
 - Kostenbesparing

Mening commentareensecties

- Positief
 - Vrije meningsuiting
 - Sociaal
 - Feedback
 - Inhoudelijke en spellingsfeedback
 - Online participatory culture
 - Open-minded
- Negatief
 - Te veel haat
 - Incidenten
 - Verregaande polarisering
 - Te veel fake news
 - Blijvend karakter
 - Gebrek non-verbale communicatie

Motieven moderatie

- Negatief discours
- Geen volwaardig debat
- Attitude media
- Publieke opinie onderwerp
- Gevaarlijk voor
 - Jongeren
 - Facebook-profielen
 - Kwetsbaren
 - Moderatoren
- Anderen afschrikken

Gevaren moderatie

- Censuur vrije meningsuiting
- Ethisch vermogen
- Bronbetrouwbaarheid
- Machtstructuren

Verantwoordelijkheid moderatie

- Uitbesteding
 - Website HLN
 - Culturele verschillen
 - Concurrentie
 - Motieven
 - Kostenbesparing (sociale media VRT)
 - Tijdsbesparing
 - Problemen
 - Slecht betaald
 - Psychologische risico's
 - Geen terugkoppeling redactie
 - Targets
 - Duur (sociale media HLN)
- Redactie
 - Wie?
 - Audience-oriented editor
 - Paginabeheer
 - Journalist
 - Motieven
 - Terugkoppeling
 - Kostenbesparing (website HLN)
 - Problemen
 - Winstbejag
 - Tijd
- Socialenetswerksites: Facebook
 - Motieven
 - Macht
 - Toolontwikkeling
 - Problemen
 - Amerikaanse oriëntatie
 - Winstbejag
 - Geen empathie
 - Geen bereidheid
- Overheid
 - Motieven
 - Uitstippeling beleid
 - Drukuitoefening Europese Commissie: op socialenetswerksites
 - Problemen
 - Lokale overheden te klein
 - Europese Commissie te traag

- Geen bereidheid

Moderatieprincipes

- Redactionele gedragscode
 - HLN website (DPG)
 - Goedgekeurd
 - Onderbouwd
 - Zachte scheldwoorden
 - Links naar de artikels van Het Laatste Nieuws
 - Complottheorieën over iets anders dan Corona
 - Afgekeurd
 - Harde scheldwoorden
 - Beledigingen
 - Bedreigingen
 - Doodsverwensingen
 - Aanzetten tot haat = hatespeech
 - Aanstootgevend taalgebruik
 - Persoonlijke aanvallen
 - Niet-grappige kritiek op bekende personen
 - Ongepaste opmerkingen over de doden
 - Nietszeggend
 - Reacties die blijf geven van onwetendheid
 - Reclame
 - Geen fatsoen
 - Off-topic
 - Niet onderbouwd
 - Links
 - Dierenvergelijkingen
 - Hitler-vergelijkingen
 - Lengte
 - Drukletters
 - Dezelfde reactie door dezelfde gebruiker
 - Oproepen tot demonstraties
 - Valse naam
 - Fake news
 - Complottheorieën
 - Onleesbaar
 - HLN sociale media
 - Goedgekeurd

- Zachte scheldwoorden bv. “lul”, “onnozelaar”
 - Links naar de artikels van Het Laatste Nieuws
 - Afgekeurd
 - Hatespeech
 - Racisme
 - Verwijten
 - Doodsbedreigingen
 - Bedreigingen
 - Verheerlijking geweld
 - Extremisme
 - Complottheorieën
 - Links
 - Harde scheldwoorden bv. “fucking asshole”, “slet”, “neger”, “fuck off”
- VRT sociale media
 - Goedgekeurd
 - Deviante mening
 - Afgekeurd
 - Hatespeech
 - Niet-verifieerbaar nieuws
 - Complottheorieën
 - Respectloos
 - Drukletters
 - Off-topic
 - Flooding en flaming
 - Veralgemeningen
 - Bodyshaming
 - Productplaatsing, reclame
- Wetgeving
 - Afgekeurd
 - Racisme
 - Antisemitisme
 - Discriminatie
 - Oproepen tot geweld
 - Inbreuken op privacy
 - Doxing
- Richtlijnen socialenewerksites
- Interindividuele verschillen tussen moderatoren
 - Persoonlijk aanvoelen hard of zacht scheldwoord

- Interactief
 - VRT sociale media
 - HLN sociale media
 - Motieven
 - Community building
 - Maatschappelijke verantwoordelijkheid
 - Extra informatie
 - Attentie kleine overtredingen
 - Bij grote overtredingen andere technieken zonder uitleg of waarschuwing
 - Problemen
 - Bepaalde middelen: *direct messages* uitgeschakeld
 - Tijdstekort
- Niet-interactief
 - Gecentraliseerd
 - Reacties verwijderen
 - Statistieken moderatie
 - HLN sociale media: minder dan 50%
 - HLN website: 75%
 - VRT sociale media: 70%, maandelijks 100.000 reacties
 - Voor publicatie = goed-/afkeuren
 - HLN website
 - Na publicatie
 - Facebook
 - HLN sociale media
 - Motieven
 - Problemen
 - Na publicatie: censuur
 - Reactie verbergen
 - HLN sociale media
 - Gebruikers blokkeren
 - Tijdelijk
 - HLN website
 - VRT sociale media
 - Permanent
 - VRT sociale media
 - HLN sociale media
 - Principes
 - Heel aanstootgevende content
 - Wetgeving

- Bedreigingen moderator
 - Alterego's
 - Herhaaldelijke waarschuwingen
- Algoritmische moderatie
 - Algoritmische premoderatie
 - VRT sociale media
 - HLN sociale media
 - Algoritmische postmoderatie
 - VRT sociale media
 - Principes
 - Ondubbelzinnig beledigende termen bv. "hoernalisten"
 - Lengte
 - Motieven
 - Kostenbesparing
 - Algoritmische postmoderatie: opvolging oudere berichten
 - Problemen
 - Niet verfijnd
 - Fouten
 - Mist emotie
- Commentareensecties deactiveren
 - VRT website
 - HLN website
 - Motieven
 - Kostenbesparing
 - Problemen
 - Nog geen beleid
 - Verstoring algoritmes
 - Principes
 - Te toxisch
 - Dodelijk ongeluk
- Keuze onderwerp: /
- Artikel offline halen
 - HLN sociale media
 - Motieven
 - Vereist te veel moderatie
- Keuze tijdstip
 - VRT sociale media
- Reacties uitlichten: /
- Gedecentraliseerd
 - Rapporteren

- Facebook
- Moderator

13.4 Veldnotities observatie moderatie website Het Laatste Nieuws

Hoofdcomponenten

- Actoren
 - Moderator website HLN
- Ruimte
 - Eigen kantoorruimte
- Activiteiten
 - Moderatie voor website HLN

Relevante dimensies

- Ruimte
 - Moderatietool waarbij de moderator op een artikel klikt en vervolgens alle reacties op dat artikel verschijnen. De moderator kan dan een vinkje of een kruisje aanklikken om de reactie respectievelijk goed of af te keuren.
 - In het systeem zit nog geen directe link naar het artikel. Dat vindt de moderator spijtig, maar ze gaan dat nog ontwikkelen. De moderator zegt dat ze het artikel nu zelf even moeten opzoeken, maar tijdens de observatieoefening doet de moderator dat geen enkele keer.
- Doelgroep
 - De moderators zijn bekend met een aantal van hun gebruikers, die erom bekend staan om scherpe reacties te plaatsen. Aan hen besteden ze dan altijd wat extra aandacht.
- Activiteit (selectie-activiteiten)
 - Goedgekeurd
 - Sarcasme
 - Positieve reactie
 - Niet zo heel aardig over een bekend persoon, maar wel grappig
 - Een beetje dialect
 - Onderbouwd
 - Moderator weet niet of het waar is, maar het is allessinds mogelijk bv. “ze zullen de dosissen Astrazeneca van Denemarken hier dumpen”
 - 1 of 2 woorden in hoofdletters
 - Zachte scheldwoorden zoals “klungelaars”
 - Afgekeurd
 - Off-topic: Komt vaak voor. De gebruiker ziet een woord bv. “Corona” en leest niet verder, maar reageert gewoon.
 - Valse naam bv. Pete The Knight, Zelma Cellulite <-> Kris Kras had de moderator niet gezien denk ik, want die werd gewoon goedgekeurd
 - Niet onderbouwd
 - Onzinnig

- Regering vergelijken met “de roversbende”
 - Informatie die niet klopt en mensen kan verwarren: “benzine is opeens duurder dan diesel” <-> benzine is altijd al duurder geweest volgens moderator
 - “het zou de politici moeten overkomen” bij een negatief nieuwsfeit
 - “geef dat vaccin als test aan de gevangenen”
 - Harde scheldwoorden zoals “klootzakken”
 - Meer dan helft van de tekst in hoofdletters
- Handelen
 - Reacties goedkeuren: voor publicatie door ze goed te keuren met een vinkje
 - Reacties verwijderen: voor publicatie door ze af te keuren met een kruisje
 - Gebruikers blokkeren: als ze van een gebruiker het alter ego hebben gevonden (stuurde exact dezelfde reactie in), hebben ze dat account geblokkeerd
 - Algoritmische moderatie: link wordt in fluo gezet door systeem zodat moderator het meteen kan afkeuren (dit is het enige dat gefluoreerd wordt door het systeem)
 - Evenement
 - Artikel HLN.be: ‘Parlement frons de wenkbrauwen bij maaltijdboxen Dagelijkse Kost’
 - Artikel HLN.be: ‘Ook maximumprijs benzine klimt boven 1,5 euro per liter’
 - Artikel HLN.be: ‘Vaccinatiecentra merken annulaties door Deense paniek rond AstraZeneca’
 - Tijd
 - Ze modereren voordat de redactie online komt, maar er zijn ook websites die de reacties online laten komen en achteraf gaan modereren.
 - Gevoelens
 - Humor is belangrijk om een reactie erdoor te krijgen.
 - Er bestaat geen lijstje over welke scheldwoorden wel en niet kunnen. Dat is een persoonlijk aanvoelen.

13.5 Veldnotities observatie moderatie sociale media Het Laatste Nieuws

Hoofdcomponenten

- Actoren
 - Socialemediamanager HLN
- Ruimte
 - Eigen kantoorruimte
- Activiteiten
 - Moderatie voor sociale media HLN

Relevante dimensies

- Ruimte

- Screenshots die de moderator van de sociale media van Het Laatste Nieuws maakte tijdens de moderatie op de Facebook-pagina van Het Laatste Nieuws.
- Activiteit (selectie-activiteiten)
 - Goedgekeurd
 - Off-topic
 - Drukletters en veel vraagtekens
 - Afgekeurd:
 - “Hou je gore mond hln je bent niks waard”
 - Scheldwoord “schapenneukers”
 - “Word het geen tijd dat de negerkes van afrika ook èèns een schup vast nemen en beginnen te werken”
- Handelen
 - Interactie: socialemediamanager van HLN reageert op een reactie dat het geen Photoshop is
 - Interactie: socialemediamanager van HLN reageert op een reactie met de link naar een HLN-artikel om extra informatie aan te bieden
 - Interactie: socialemediamanager van HLN reageert op een reactie dat het niet de schuld van HLN is dat de video niet kan bekeken worden in het buitenland, maar van VIER
 - Reactie verwijderen: reactie met onterechte kritiek op HLN
 - Interactie: socialemediamanager van HLN reageert op een reactie met informatie over de bron
 - Interactie: socialemediamanager van HLN reageert op een reactie met de leefregels van de Facebook-pagina

Evenement

- Facebook-pagina van HLN: foto van man die in de zee springt in Oostende



- Facebook-pagina van HLN: artikel ‘Nu al ontdekt: verleidster Natasja uit Temptation Island’



211.941 personen bereikt

Bericht boosten

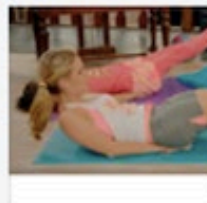
👍 😄 🗨️ Ely Lambrecht, Cindy Van de Velde en 501 anderen Topreacties ▾

1 keer gedeeld

 Schrijf een reactie...  

 **[REDACTED]** Hoe zou het nu zijn met K3?
Vind ik leuk · Antwoorden · Bericht ·  52 · 3 uur

 **HLN.be**  <http://www.hln.be/.../Flesjes-water-een-handdoek-en-een...>



Flesjes water, een handdoek en een potlood: Klaasje toont hoe je fit blijft

HLN.BE

Vind ik leuk · Antwoorden · Verwijder preview ·  104 · Reactie van **[REDACTED]** (?) · 3 uur

 **[REDACTED]** Bedankt redactie voor dit nieuws dit maakt mijn dag volledig.
Ontleuken · Antwoorden · Bericht ·  22 · 3 uur

- Facebook-pagina van HLN: gebruikersreactie over een video van VIER die niet bekeken kan worden in het buitenland



- Facebook-pagina van HLN: onfatsoenlijke gebruikersreacties



- Facebook-pagina van HLN: HLN plaatst de leefregels op een reactie en waarschuwt de gebruiker voor blokkering

Regering verdubbelt bedrag 12-12: 19 miljoen euro

NIEUWS.VTM.BE

 Vind ik leuk

 Reageren

 Delen

 Hootlet



   209

Topreacties ▾

2 delingen



Schrijf een reactie...



Felix De Ridder heen , toen ik als kind iedere keer geld moest geven voor de negerkes in afrika vond ik dat tof, ben bijna 70j. en nog altijd komt men voor de negerkes in afika. Word het geen tijd dat de negerkes van afrika ook èèns een schup vast nemen en beginnen te werken

Vind ik leuk · Beantwoorden ·   26 · 3 uur

 Vorige antwoorden bekijken




VTM NIEUWS  Dag Maria en Felix, mogen we jullie uitnodigen om onze leefregels even na te kijken? Zoals je daar kan lezen, zien we ons genoodzaakt om je te blokkeren op onze pagina als je de regels blijft overtreden. Discussiëren mag, maar moet respectvol gebeuren. Je kan de leefregels terugvinden bij de do's-and-don'ts (<https://www.facebook.com/vtmnieuws/app/147566802057955/>) op onze Facebook-pagina.



VTM NIEUWS

Dit is de officiële pagina van VTM NIEUWS...

 Vind ik leuk ▾

Vind ik leuk · Beantwoorden ·  3 · 2 uur



FACULTEIT LETTEREN
CAMPUS BRUSSEL
WARMOESBERG 26
1000 BRUSSEL, BELGIE



**VERKLARING DEELNAME AAN ONDERZOEK
(‘Letter of consent’)**

**Domein van het onderzoek: OMGAAN MET PUBLIEKSREACTIES OP ONLINE
NIEUWSARTIKELEN — moderatie-aanpak bij Vlaamse krantenredacties**

Onderzoeker: Vandenbosch Sam

Promotor: De Cock Rozane

(Schrap hieronder eventueel punt 3 en 4, indien niet van toepassing)

1. De aard en het doel van het onderzoeksproject zijn mij uitgelegd. Ik begrijp het doel van het onderzoeksproject, en stem ermee in geïnterviewd te worden door de onderzoeker.
2. Ik begrijp dat informatie die in dit onderzoek vergaard werd, gebruikt kan worden voor wetenschappelijke publicaties, maar dat ik op geen enkel moment geïdentificeerd kan worden en dat mijn persoonlijke gegevens vertrouwelijk behandeld zullen worden.
3. Ik stem ermee in dat dit interview wordt opgenomen met audio- en/of videoapparatuur en dat de opname gebruikt zal worden voor wetenschappelijk onderzoek.
4. Ik stem ermee in dat deze opname en eventuele transcripties ervan opgeslagen zullen worden. Ze zullen enkel toegankelijk zijn voor onderzoekers betrokken bij dit project en de promotor ervan.
5. Ik begrijp dat ik contact kan opnemen met de onderzoeker of de promotor met vragen en opmerkingen over mijn bijdrage aan dit onderzoeksproject.

Opgemaakt in twee exemplaren (een voor de deelnemer en een voor de onderzoeker) in Leuven op
11/03/2021

Gelezen en goedgekeurd (schrijf voluit)

Handtekening deelnemer

Naam deelnemer

Contactgegevens

Onderzoeker: sam.vandenbosch@student.kuleuven.be

Promotor: rozane.decock@kuleuven.be