



De Psychologie van Fake News

Lunch Webinar over Gedragsbeïnvloeding





Fake News Webinar

Topics van vandaag



Media in het brein

Wat maakt onze hersenen zo gevoelig voor fake news?



'Grote' interventies

Het effect van regulering, fact checking en educatie



'Kleine' interventies

Nudging: verander de mindset ter plekke



Media in het brein

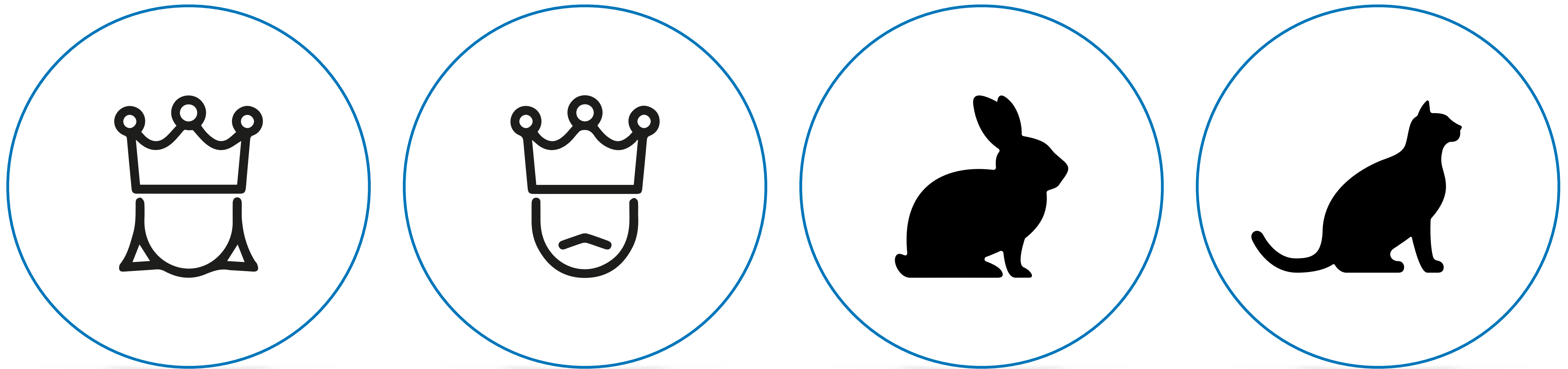
Wat maakt onze hersenen
zo gevoelig voor fake news?

5

Biases

Die ons brein gevoelig maken voor
fake news en misinformatie

De munt van dit land toont aan de ene kant een vorst en de andere kant een dier.



Stelling: **Als de munt aan de ene kant een koning bevat, dan bevat deze aan de andere kant een konijn**

Welke munten moet je omdraaien om deze stelling te toetsen?

Goede antwoord is: de koning en de kat.

Dit heeft te maken met de confirmation bias:

Dit legt uit dat men focust op bevestiging. Wat ons brein van nature niet doet is naast het opzoek gaan naar de bevestiging, ook opzoek gaan naar ontkrachting.

1. Confirmation Bias



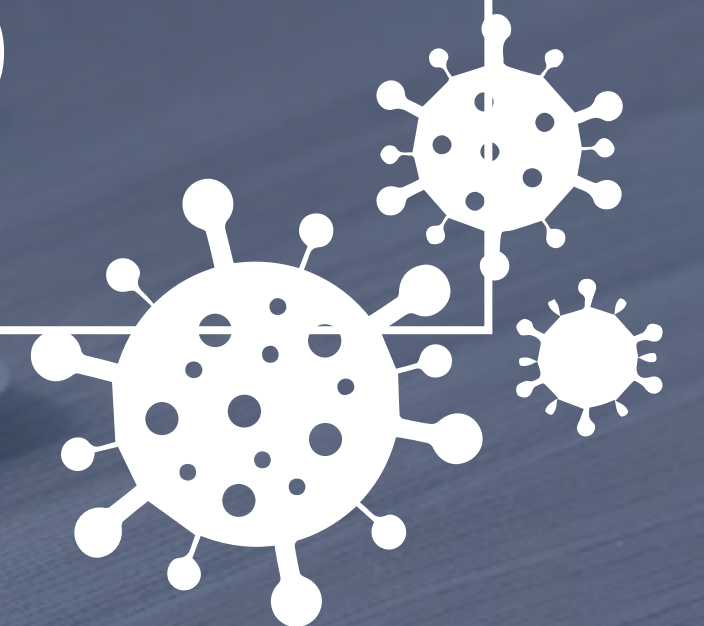
1. Confirmation Bias

Definitie

Hyperfocus op bevestiging van bestaande overtuigingen, in plaats van breder perspectief

Oplossing

Sociale groepen
(Verbeterde het muntdilemma van 10% correct naar 70%)



2. Motivated reasoning (myside bias)



2. Motivated reasoning (myside bias)

Definitie

We verdedigen ons standpunt in lijn met onze sociale groep. Feitelijke kennis speelt hierin nauwelijks een rol.

Kritisch denken

We kunnen kritisch zijn... maar we zijn dat van nature enkel wanneer overtuigingen worden tegengesproken.

Statement 1. **80% van de huwelijken houdt tien jaar of langer stand**

Statement 2. **20% van de huwelijken eindigt binnen tien jaar in scheiding**

Welk statement voelt meer waar?

Statement 2 voelt meer waar. Dit komt doordat een negatieve formulering als meer waar voelt. Het brein kan zich deze makkelijker visualiseren.

3. Negativity Bias

Negatieve informatie (de linker foto) valt meer op dan positieve informatie (de rechter foto).



3. Negativity Bias

Perceptie

Negatieve informatie
voelt meer 'waar'

Aandacht

- ▶ Negatieve informatie grijpt
meer aandacht
- ▶ Vooral wanneer we negatieve
emotie ervaren

4. De Sharing Paradox

Negatieve informatie (de linker foto) valt meer op dan positieve informatie (de rechter foto).



4. De Sharing Paradox

66%

van de mensen die fake news of misinformatie delen geloven het zelf niet (Pennycook & Rand, 2021)

59%

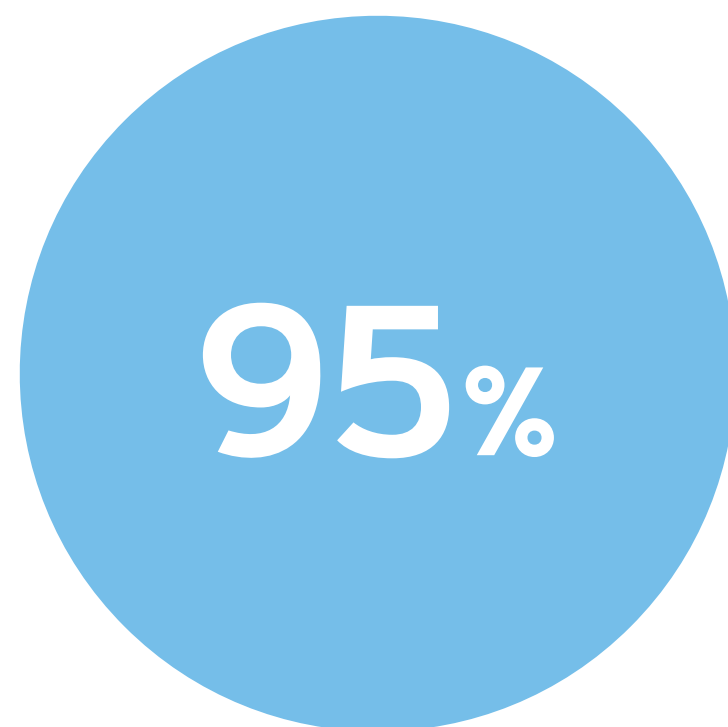
van de delers heeft het bericht zelf niet eens gelezen

5. Credibility boosters

Ons brein bestaat uit twee systemen. We maken het overgrote deel van keuzes met systeem 1. Ons brein heeft zich zo doorontwikkeld om met zo min mogelijk energie zo goed mogelijk keuzes kunnen maken.

SYSTEEM 1

Automatisch & emotioneel

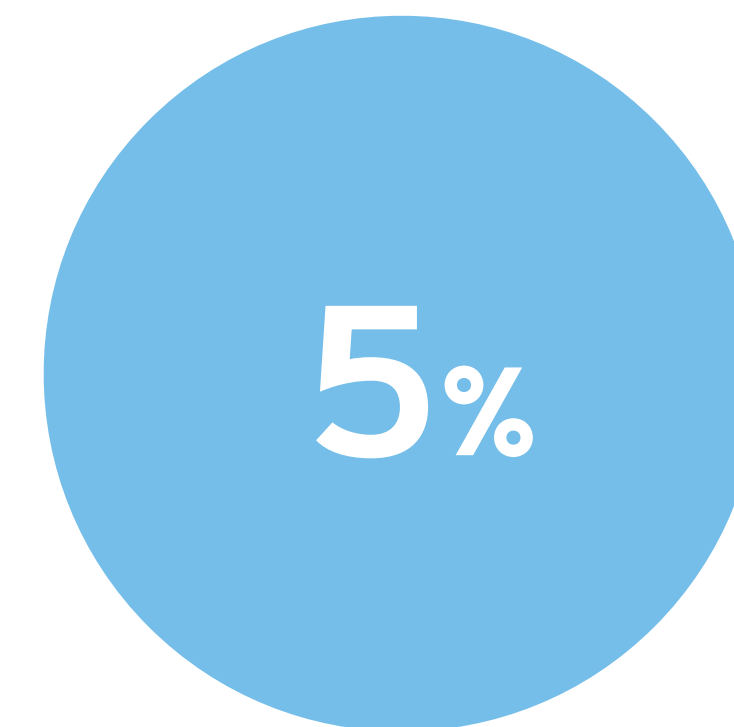


Onbewust
Snel
Associatief



SYSTEEM 2

Doordacht & rationeel



Logisch
Traag
Moeilijk

5. Credibility boosters

95%

Onbewust
Snel
Associatief



Zo overtuig je SYSTEMEEM 1

- ▶ **Herhaling** en het sleeper effect
- ▶ **Autoriteit**
- ▶ **Correlatie** als causatie
- ▶ **Fluency**: klare taal is ware taal (gemakkelijk taalgebruik, design, rijm)
- ▶ **Foto's** maken een bericht direct legitiem

Sleeper effect: Naarmate de tijd vordert we de bron vergeten maar de boodschap blijft wel hangen.

Autoriteit: In de tandarts reclame de expert een witte jas. Een autoriteit is niet altijd een autoriteit.

Causatie: Soms is het zo dat verschillende gebeurtenissen toevallig tegelijk plaatsvinden.

Fluency: Makkelijk te verwerken content. Als een boodschap rijmt nemen mensen het eerder voor waar aan.

NEWS POLITICS

BREAKING: "Tens of thousands" of fraudulent Clinton votes found in Ohio warehouse

By admin1 - September 30, 2016 👁 46021 💬 0

SHARE



Deze foto had niets met het bericht te maken terwijl het hier wel zo lijkt. De foto zorgt voor makkelijke visualisatie. Wanneer er een foto bij zit geloof je sneller dat het artikel waarbij het geplaatst is, waarheid is.

← Stock photo



Fake News Webinar

Topics van vandaag



Media in het brein

Wat maakt onze hersenen zo gevoelig voor fake news?



'Grote' interventies

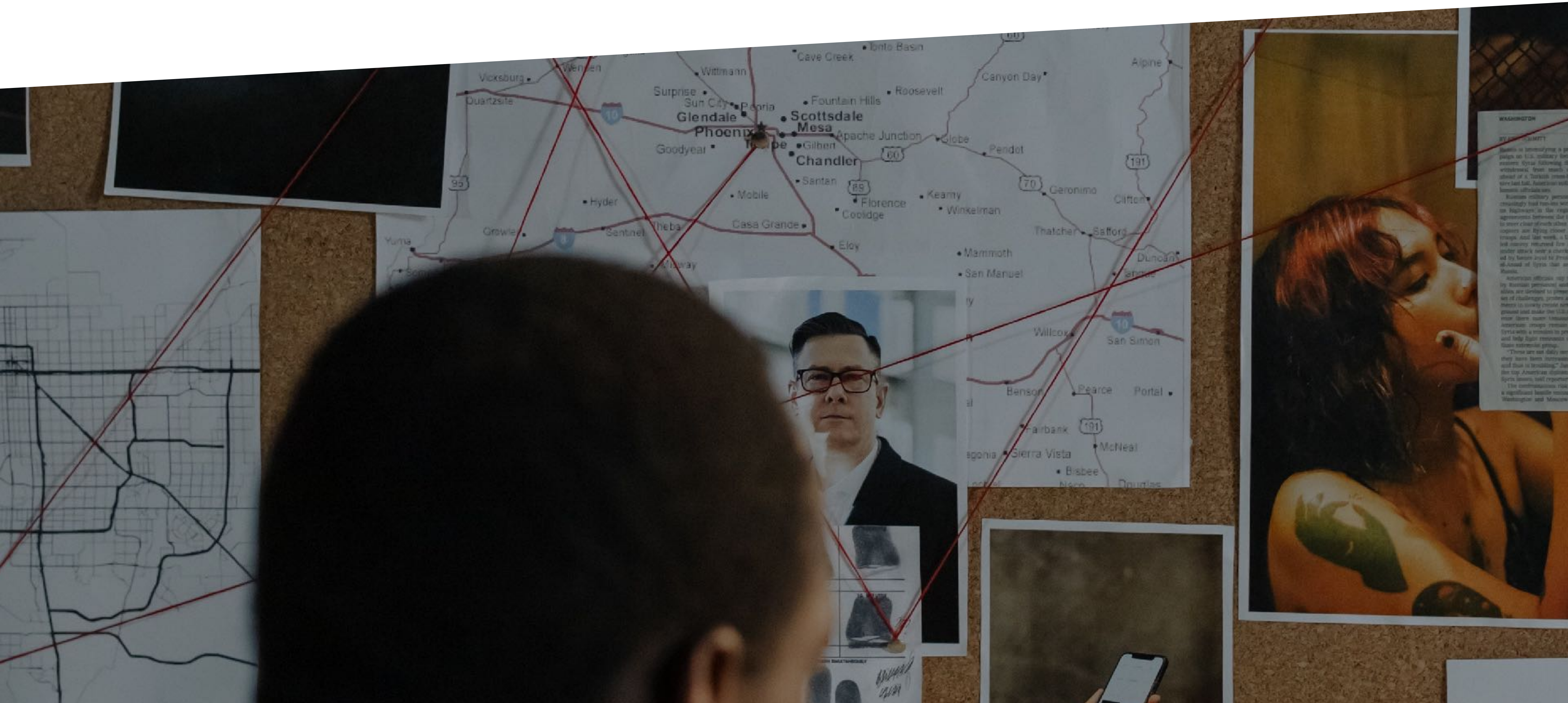
Het effect van regulering, fact checking en educatie



'Kleine' interventies

Nudging: verander de mindset ter plekke

1. Fact checking



1. Fact checking

Factchecking is het bestrijden van leugens met de waarheid. De effectiviteit hiervan is discutabel. Het is niet altijd zwart-wit omdat er soms nog meer onderzoek gedaan kan worden. Soms doet factchecking meer kwaad dan goed. De koppeling raakt zoek in het geheugen en er blijft hangen wat het makkelijkste is (dus het fake news)

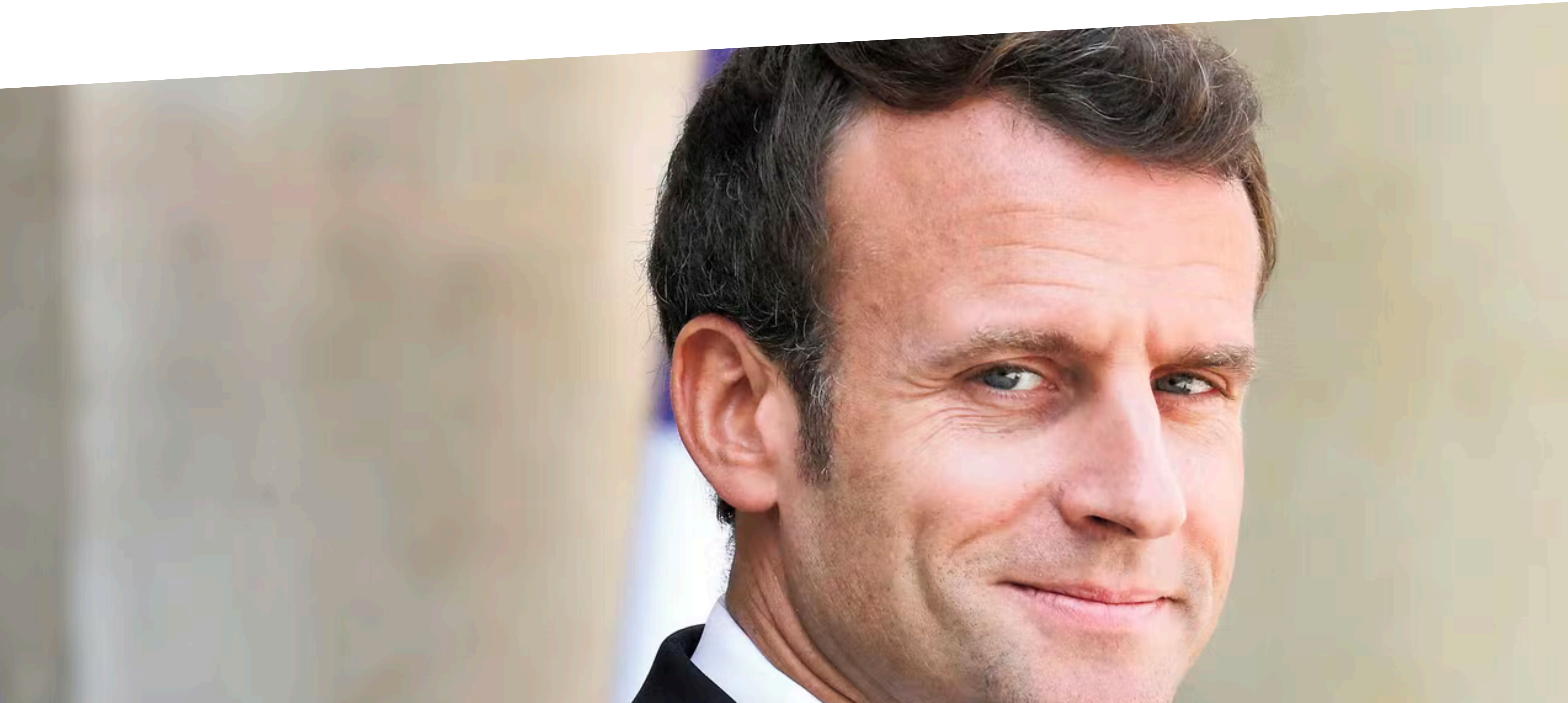
Praktisch niet haalbaar

Fake news is makkelijker te maken dan te weerleggen. Het verspreids zich sneller dan de waarheid (Vosoughi, Roy & Aral, 2018).

Nadelige effecten

- ▶ **Sleeper effect:** de fabel blijft hangen, zonder tegenwerping
- ▶ Overtuigt de eigen parochie, maar jaagt andersdenkenden weg

2. Wetgeving & Censuur



Debunking: Het leugen eerst laten rondgaan en daarna ontkrachten.

Prebunking: Mensen onderzoek laten doen zodat ze er zelf achter komen wat juist is.

~~Debunking~~

Prebunking

3. Educatie



3. Educatie

Educatie werkt niet. Je maak vaak onbewust keuzes.

Inoculation effect: Wanneer iemand een slecht argument geeft, voel je meer voor het tegen standpunt. (zoals magnetisch na vaccinatie)

Educatie werkt niet

Maar ervaring wel

- ▶ **Inoculation effect:** slechte argumenten bouwen immuniteit
- ▶ Experiential learning

The Bad News Game

Stap in de schoenen van een fake news aanjager en leer het effect van:

- ▶ Impersonation
- ▶ Emotionele content
- ▶ Polarisatie
- ▶ Complotten
- ▶ Tegenstanders in diskrediet brengen
- ▶ Trollen

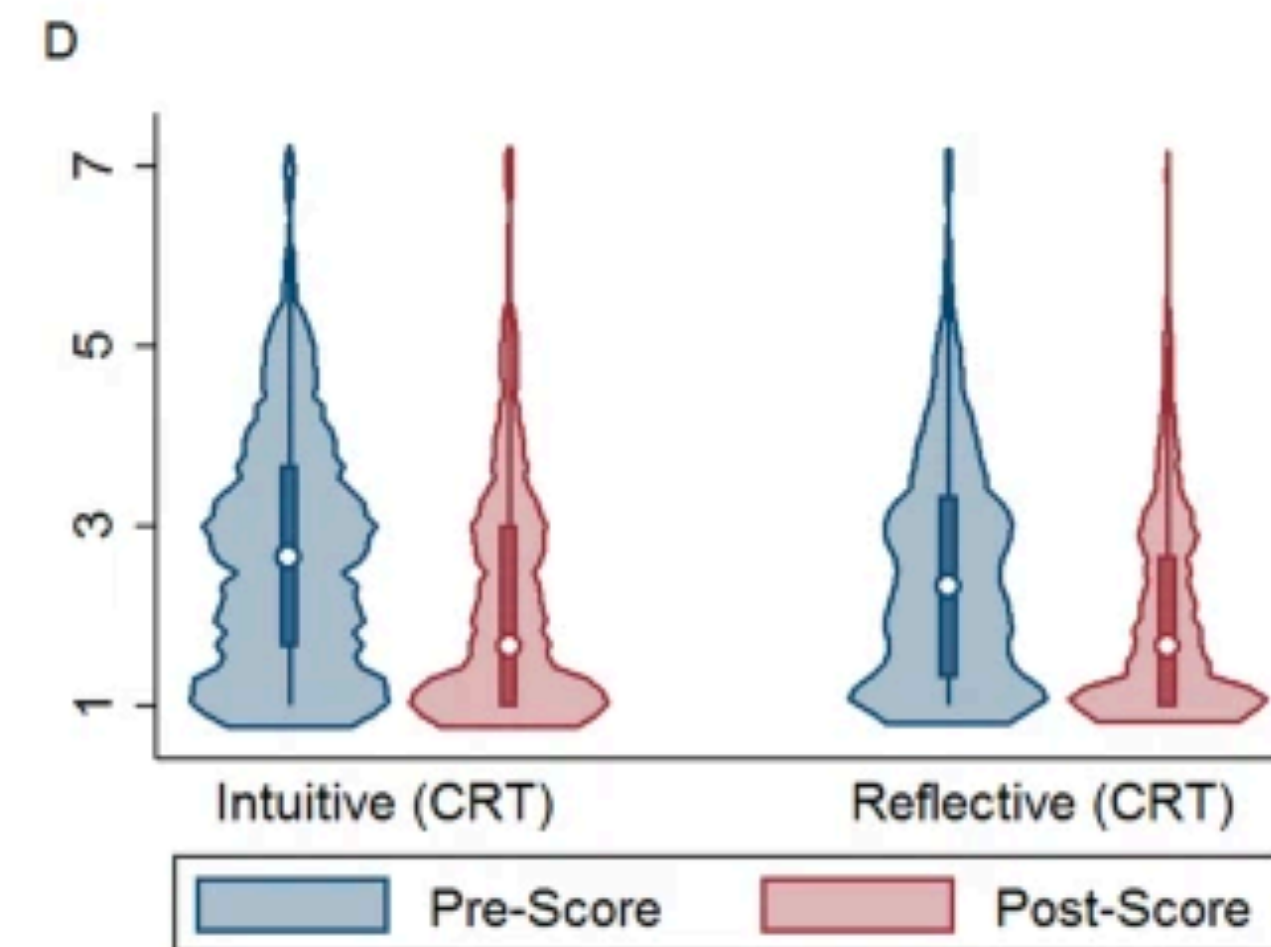
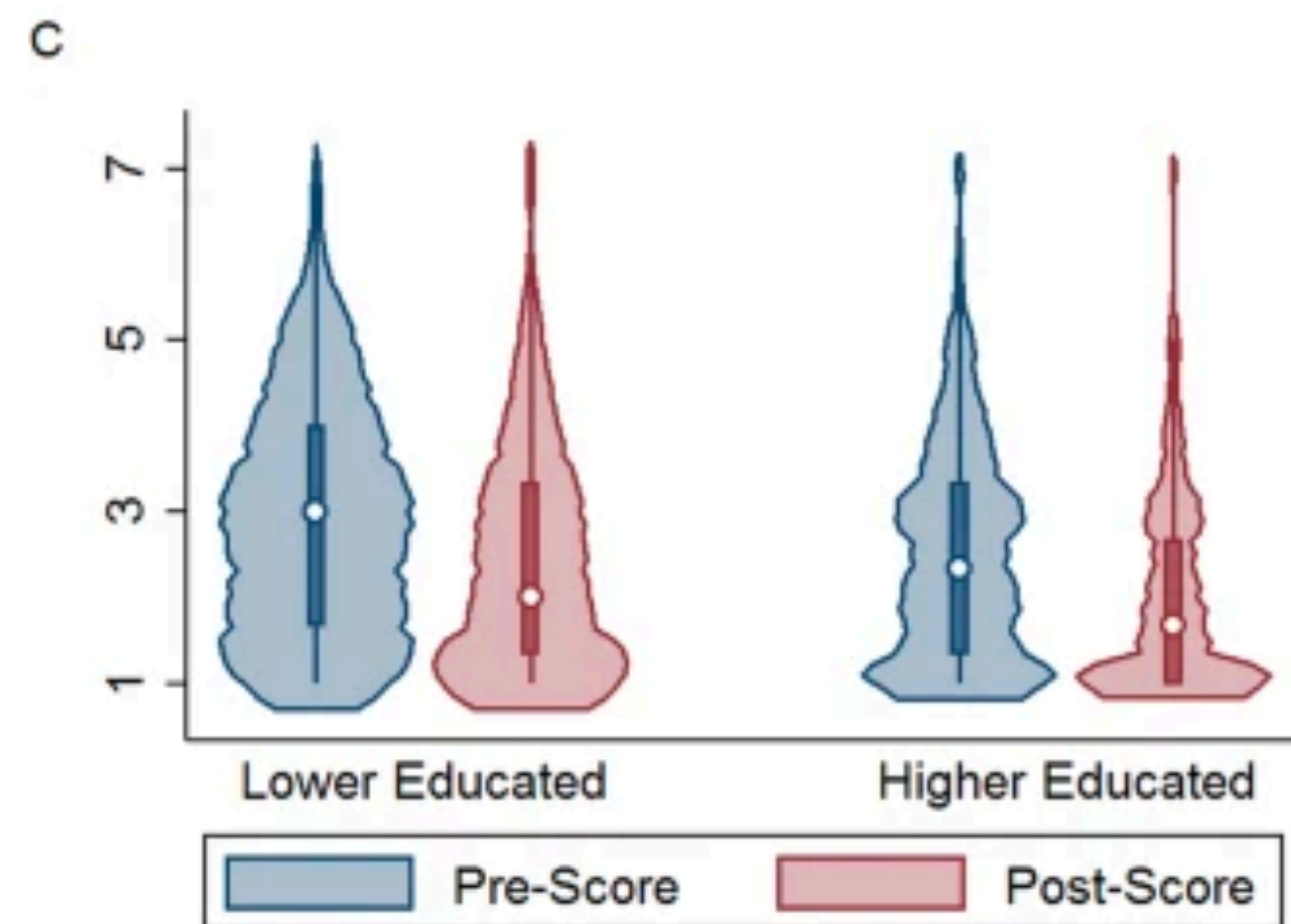
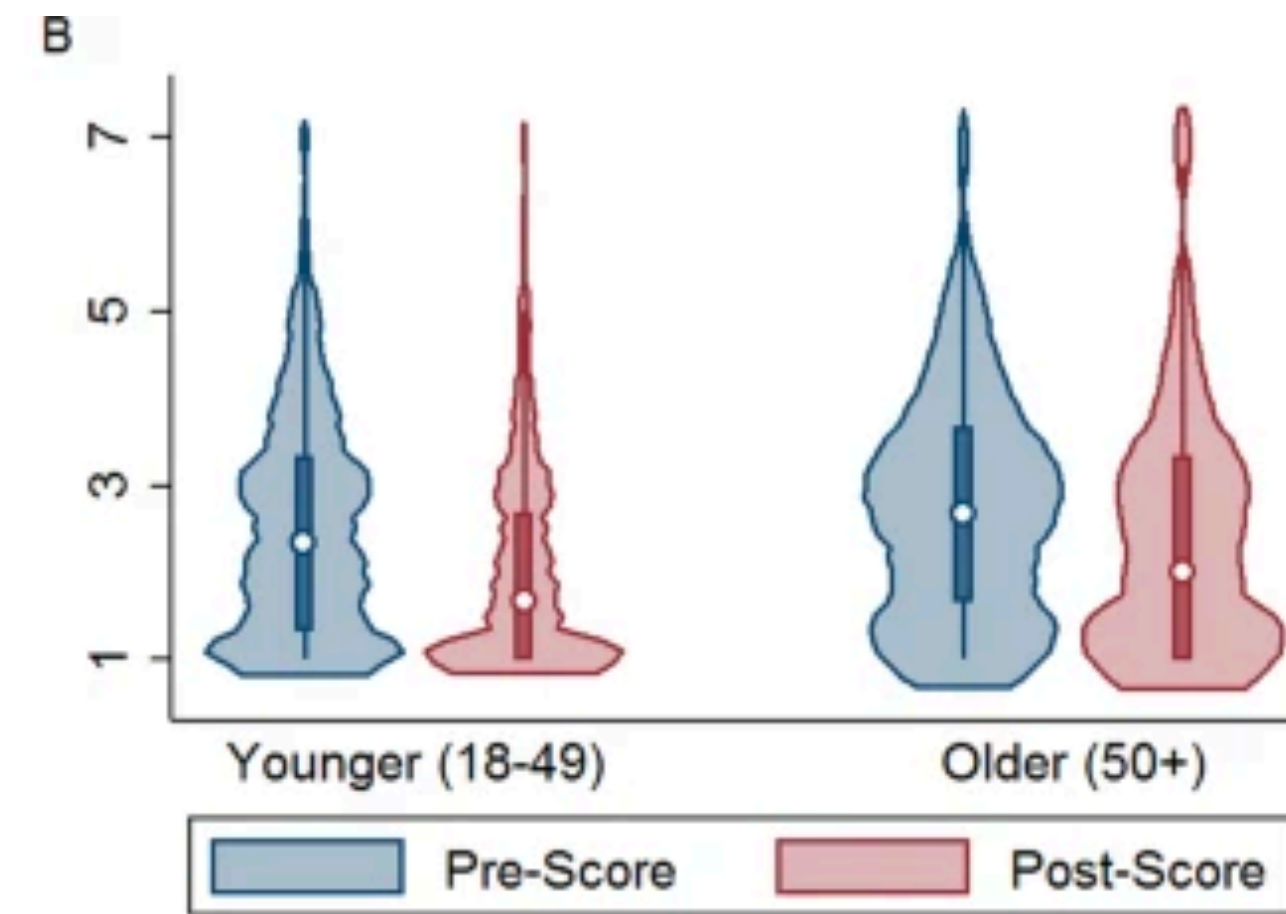
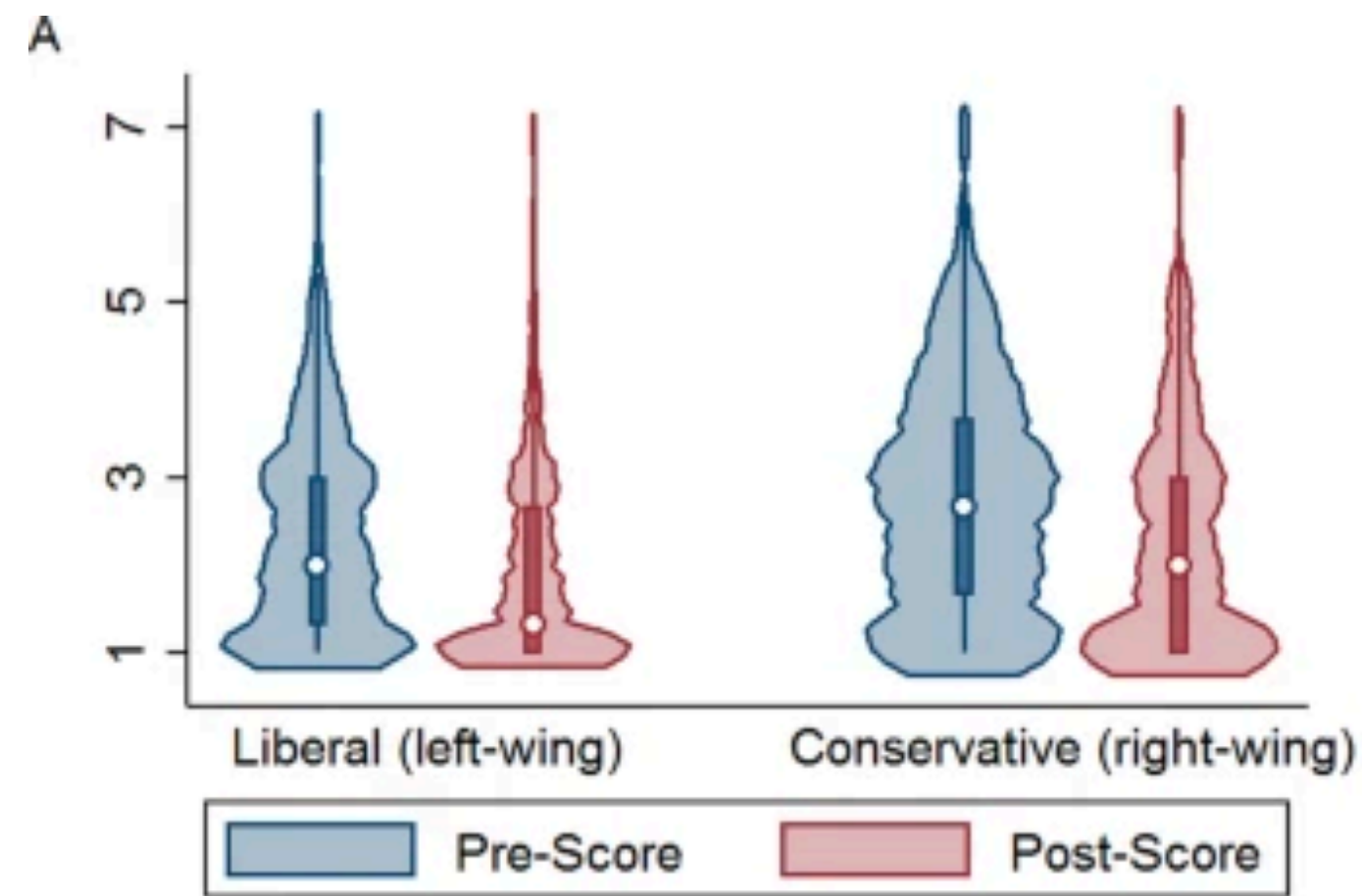


www.getbadnews.com

Resultaat

Langdurige effecten op het identificeren van misinformatie.
Effect hield stand op:

- ▶ Politieke voorkeur
- ▶ Leeftijd
- ▶ Opleidingsniveau
- ▶ Denkstijl (intuïtief vs. reflectief)





Fake News Webinar

Topics van vandaag



Media in het brein

Wat maakt onze hersenen zo gevoelig voor fake news?



'Grote' interventies

Het effect van regulering, fact checking en educatie



'Kleine' interventies

Nudging: verander de mindset ter plekke

1. Wat serveer je de gebruiker?

```
<div className="py-5">
  <div className="container">
    <Title name="our" title="product">
    <div className="row">
      <ProductConsumer>
        {(value) => {
          console.log(value)
        }}
      </ProductConsumer>
    </div>
  </div>
</div>
```


1. Wat serveer je de gebruiker?

Algoritme-problematiek

- ▶ Wat is nep?
- ▶ Kenmerken van misinformatie veranderen razendsnel en zijn contextafhankelijk

```
<div className="py-5">  
  <div className="container">  
    <Title name="our" title="product">  
      <div className="row">  
        <ProductConsumer>  
          {(value) => {  
            console.log(value)  
          }}  
        </ProductConsumer>  
      </div>  
    </div>  
  </div>  
</div>
```


2. Crowdsourcing: een verrassend effectieve nudge

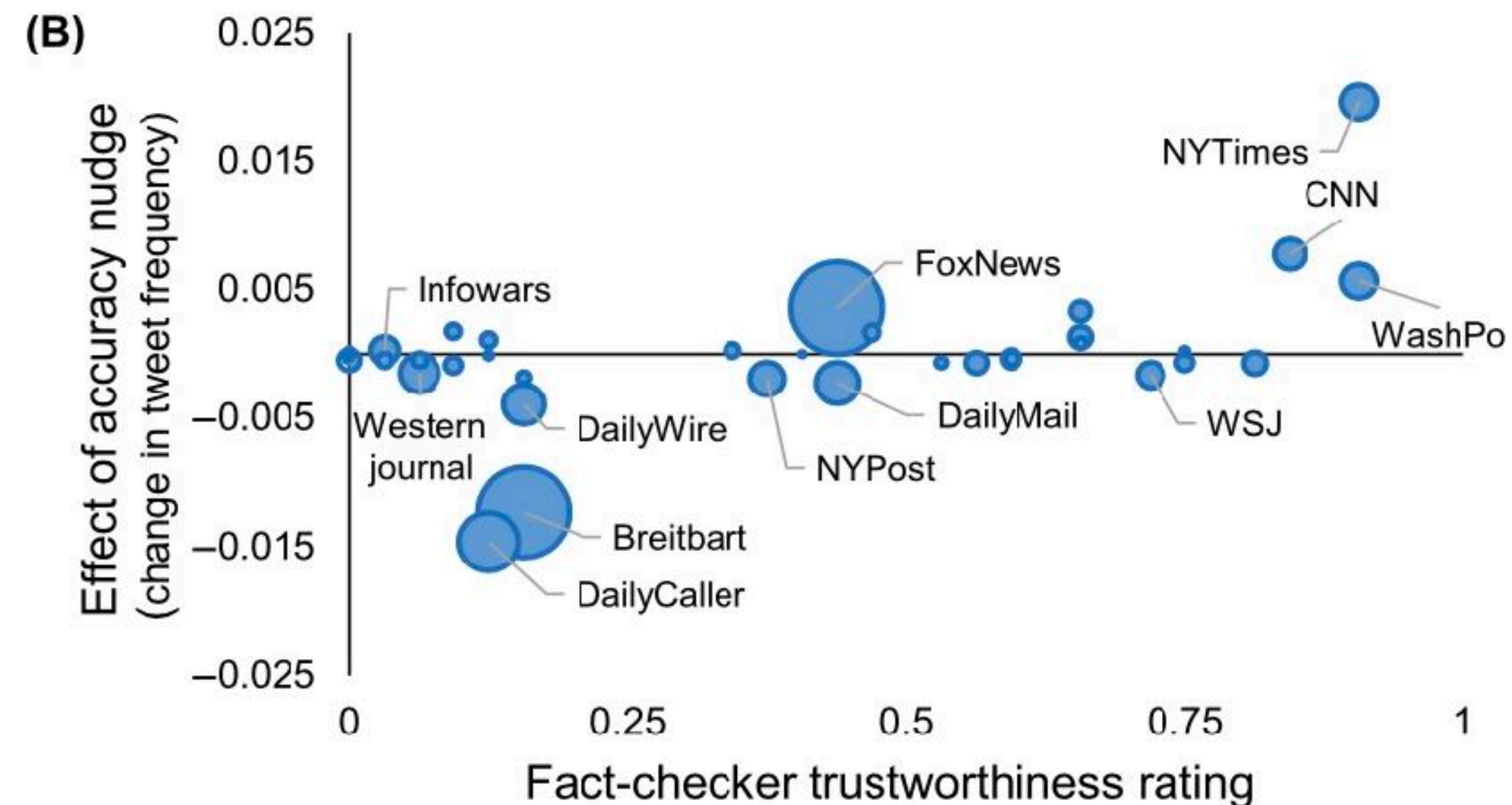
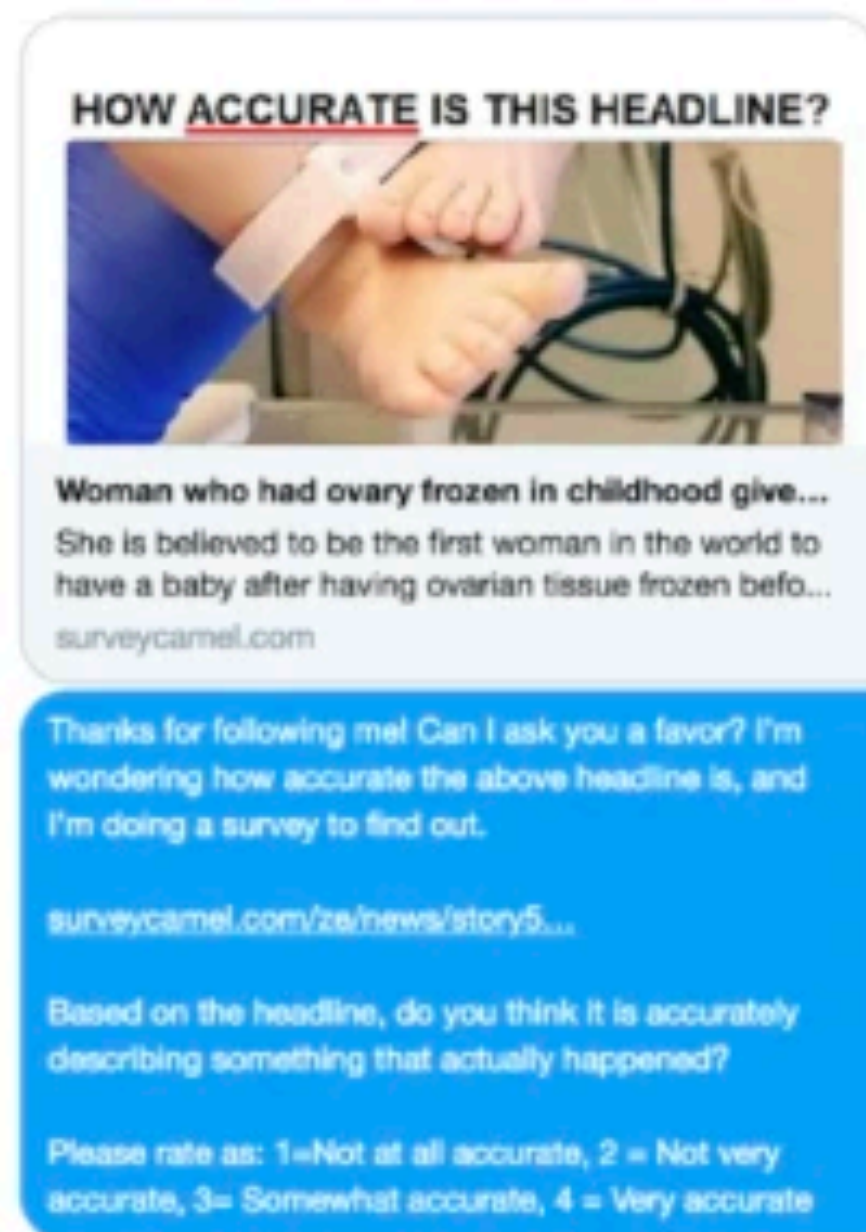
Vraag de gebruiker naar de
accuraatheid van een
nieuwsbericht

- ▶ Activatie kritische mindset
- ▶ Schaalbaar
- ▶ Onafhankelijk
- ▶ Integratie met algoritme mogelijk

Nudging: Kleine veranderingen in de omgeving waardoor mensen van mindset veranderen. Zoals: als je mensen gezonder wilt laten eten, de gezondere keuzes in het zicht neerleggen in de supermarkt.

Recentelijk effectieve nudge ontdekt tegen fake news. Bij de titel van het nieuwsbericht, kun je aangeven hoe accuraat de titel is. Het doel van de nudge was om je uit de systeem 1 mindset te halen en even kritisch te laten denken. Hoe meer de nudge werd gedeeld, hoe meer we die als waar aanhielden. Alle participanten zijn langdurig gevolgd.

a



2. Crowdsourcing: een verrassend effectieve nudge

Vraag de gebruiker naar de
accuraatheid van een
nieuwsbericht

- ▶ Activatie kritische mindset
- ▶ Schaalbaar
- ▶ Onafhankelijk
- ▶ Integratie met algoritme mogelijk



De Psychologie van Fake News

Lunch Webinar over Gedragsbeïnvloeding

