



Coping Strategies Against Information Disorder

# Richtlijnen voor eerstelijners



Co-funded by  
the European Union

Gefinancierd door de Europese Unie. De hier geuite ideeën en meningen komen echter uitsluitend voor rekening van de auteur(s) en geven niet noodzakelijkerwijs die van de Europese Unie of het Europese Uitvoerende Agentschap onderwijs en cultuur (EACEA) weer. Noch de Europese Unie, noch het EACEA kan ervoor aansprakelijk worden gesteld.

### **Auteurs:**

*Eliane Smits van Waesberghe & Tim Paulusse – Verwey-Jonker Instituut  
(Hoofdredacteurs)*

*Leen D'Haenens & Joyce Vissenberg – KU Leuven*

*Tzvetalina Genova – International Management Institute*

*Wolfgang Eisenreich – Wissenschaftsinitiative Niederösterreich*

*Sonja Bercko Eisenreich – Integra Institute*

*Alenka Valjašková – QUALED*

*Pantelis Balaouras – Connexions*

### **Verklaring inzake auteursrecht:**



Dit werk valt onder een Creative Commons Naamsvermelding-NietCommercieel-GelijkDelen 4.0 Internationaal licentie.

Je bent vrij om te:

- delen — kopieer en verspreid het materiaal in elk medium of formaat
- aanpassen — remix, transformeer, en bouw voort op het materiaal

Onder de volgende voorwaarden:

- Naamsvermelding — U moet de juiste vermelding geven, een link naar de licentie opgeven en aangeven of er wijzigingen zijn aangebracht. U mag dit op elke redelijke manier doen, maar niet op een manier die suggereert dat de licentiegever u of uw gebruik onderschrijft.
- Niet commercieel — Je mag het materiaal niet gebruiken voor commerciële doeleinden.
- Gelijk delen — Als je het materiaal remixt, transformeert of erop voortbouwt, moet je je bijdragen verspreiden onder dezelfde licentie als het origineel.

# Hoofdstuk 1

## 'nepnieuws' begrijpen

## Doelgroep

Deze richtlijnen zijn gericht op zogenaamde “eerstelijners” (in het Engels: first-liners). “Eerstelijners” is een overkoepelende term voor alle mensen die in direct contact staan met mensen die kwetsbaar zijn voor informatiestoornis, gericht op groepen in het beroepsonderwijs. Voorbeelden van mensen die onder de overkoepelende term vallen zijn: opvoeders, leraren, trainers, jeugdadviseurs, maatschappelijk werkers en jeugdwerkers. Deze lijst is echter incompleet. De reikwijdte van dit project omvat ook andere mensen die werkzaam zijn in de onderwijs-, sociale of gezondheidszorgsector.

1.1 Inleiding tot dit hoofdstuk .....	2
1.2 De digitale informatiemaatschappij .....	3
1.3 Informatiestoornis .....	4
1.4 Oorzaken van geloof in onjuiste informatie .....	7
De theorie van het behaviorisme .....	7
Sociale beïnvloeding.....	7
Geloof in onjuiste informatie.....	8
Sociale media en voortdurende gedragsverandering .....	9
Menselijke behoeften en emotionele binding .....	11
What zijn emotionele behoeften? .....	12
1.5 Hoe werkt mis- en desinformatie.....	15
De verspreiding van mis- en desinformatie .....	15
Aandrijvers van valse overtuigingen.....	16
Obstakels bij het heroverwegen van een overtuiging .....	17
Strategieën voor het corrigeren van foutieve informatie .....	17
Implicaties voor beroepsbeoefenaars .....	18
Implicaties voor informatieconsumenten .....	19
1.6 Woordkeuze, -gebruik en -misbruik in informatie .....	20
Woordkeuze is belangrijk.....	20
Waarom geloven onze breinen leugens? .....	21
De hypothesis van linguïstisch determinisme.....	22
Dubbelzinnigheid .....	23
Linguïstische manipulatie.....	25
1.7 Echokamers en de versterking van desinformatie.....	27
1.8 Cognitieve dissonantie.....	29
Geschiedenis .....	29
Wat is cognitieve dissonantie? .....	29

De oorzaken van cognitieve dissonantie.....	30
Cognitieve dissonantie oplossen.....	31
Cognitieve dissonantie, media and informatiestoornis .....	32
1.9 Voorbeelden van informatiestoornis.....	34
Bosbranden in het Amazoneregenwoud (augustus 2019).....	34
Rusland traint adelaars om drones te onderscheppen (mei 2023) .....	35
Het World Economic Forum wil water rantsoeneren (april 2023).....	36
1.10 Verwijzingen .....	38

## 1.1 Inleiding tot dit hoofdstuk

De laatste jaren is de term 'nepnieuws' op grote schaal gebruikt. Het is echter belangrijk om te begrijpen wat deze term eigenlijk betekent. In wezen verwijst het naar foutieve verhalen of verkeerde informatie die op het internet of via verschillende mediakanalen circuleren. Een andere term die vaak wordt gebruikt om dit fenomeen te beschrijven, is 'informatiestoornis'. In de volgende subhoofdstukken gaan we in op het onderwerp van informatiestoornis, te beginnen met een uitleg van het doel van informatie. Vervolgens zullen we informatiestoornis in meer detail onderzoeken, inclusief de verschillende typen en hun onderliggende motieven. Door dit te doen, zullen we de verschillende niveaus van schade in verband met foutieve informatie benadrukken. Het is van cruciaal belang om te erkennen dat wanneer foutieve informatie met schadelijke bedoelingen wordt verspreid, dit tot aanzienlijke problemen kan leiden. We zullen uitleggen waarom mensen in dergelijke foutieve informatie geloven, en ook de mechanismen en effecten die deze heeft op de collectieve denkwijze onderzoeken. Om meer duidelijkheid te verschaffen, zal deze publicatie voorbeelden geven van gevallen waarin sprake is van foutieve informatie.

## 1.2 De digitale informatiemaatschappij

Jongeren zijn, net als volwassenen, burgers in de huidige digitale samenleving die kunnen deelnemen aan online debatten en discussies, hun zorgen kunnen uiten en actie kunnen ondernemen. Om hun veilige, effectieve, kritische en verantwoordelijke deelname aan de digitale wereld te garanderen, hebben zij digitaal burgerschap nodig. Digitaal burgerschap wordt over het algemeen opgevat als de competenties die nodig zijn voor actieve deelname aan de digitale samenleving. De afgelopen jaren is het begrip van digitaal burgerschap geëvolueerd en omvat het een breed scala aan competenties en gedragingen die jongeren in staat stellen de mogelijkheden van internet voor actieve participatie te benutten, terwijl ze tegelijkertijd worden beschermd tegen potentiële risico's en schade die daarmee gepaard gaan.

Een van deze competenties die centraal staan bij digitaal burgerschap betreft media- en informatiegeletterdheid, oftewel het vermogen om informatie op internet te begrijpen en er kritisch mee om te gaan. Betrouwbare informatie vormt een van de hoekstenen van goed functionerende democratische samenlevingen. Toegang tot deze informatie stelt burgers in staat deel te nemen aan besluitvormingsprocessen (door alle informatie zorgvuldig af te wegen bij het uitoefenen van hun stemrecht) en regeringen ter verantwoording te roepen. Burgers vertrouwen over het algemeen op de nieuwsmedia voor algemene berichtgeving over de belangrijkste informatie over politiek, maatschappelijke kwesties, economie en andere gebeurtenissen die relevant zijn voor het functioneren van de samenleving. Omdat het voor redactiekamers onmogelijk is om verslag uit te brengen over elke gebeurtenis die over de hele wereld plaatsvindt, worden nieuwsitems geselecteerd en gerapporteerd door journalisten. Processen in de redactiekamer, zoals redactionele poortwachters en factchecking, zorgen voor betrouwbare berichtgeving over de meest relevante gebeurtenissen.

Meer recentelijk, met de wijdverspreide uitbreiding van het internet en sociale media, is de informatieomgeving echter drastisch veranderd. Sommige wetenschappers stellen dat we ons momenteel in een staat van "informatiekakofonie" bevinden, die wordt gekenmerkt door "het schokkende geluid van vele, tegenstrijdige stemmen die informatie aanbieden, onder omstandigheden van weinig vertrouwen in de media", zoals gezegd door Cotter en Thorson in 2022. Aangezien hedendaagse technologieën de verspreiding van informatie op wereldschaal mogelijk maken, worden berichten gecreëerd, gedeeld en geconsumeerd in een steeds complexere informatieomgeving. Nu digitale technologieën breed toegankelijk zijn, is het voor iedereen eenvoudiger dan ooit om informatie te creëren en te delen. Vooral mobiele apparaten hebben deze evolutie versneld: informatie kan nu met enorme snelheden worden gedeeld, altijd en overal. Met de exploderende populariteit van sociale mediaplatforms is het gebruik van informatie bovendien geëvolueerd van een persoonlijke, eenzame activiteit naar een openbare en gedeelde activiteit. Via deze platforms worden mensen steeds afhankelijker van hun vrienden, familieleden, collega's of andere kennissen in hun netwerken om hen door het complexe web van informatie te leiden met hun aanbevelingen. Het is echter belangrijk op te merken dat platforms niet als neutrale communicatiepijplijnen dienen. In plaats daarvan worden ze aangestuurd door miljarden individuele gebruikers, elk met hun eigen achtergronden, waarden en doelen, die elk berichten produceren die deze standpunten weerspiegelen.



## 1.3 Informatiestoornis

Het probleem van foutieve en gefabriceerde informatie op internet, en met name op sociale media, heeft de afgelopen jaren steeds meer aandacht gekregen van wetenschappers en beleidsmakers. Gebeurtenissen zoals de Amerikaanse presidentsverkiezingen van 2016, de Brexit-campagne in het Verenigd Koninkrijk, de Covid-19-pandemie en recentelijk de Russische invasie van Oekraïne lijken vooral de aandacht te vestigen op de bedreigingen en risico's van foutieve informatie op het internet.

In hun rapport voor de Raad van Europa hebben Wardle en Derakhshan de verschillende soorten foutieve of misleidende informatie die online circuleert bestempeld als "informatiestoornis". Meer specifiek maken ze onderscheid tussen drie soorten informatiestoornis: desinformatie, misinformatie en malinformatie. Het onderscheid tussen deze drie soorten informatiestoornis wordt gemaakt op basis van twee elementen. Ten eerste wordt er onderscheid gemaakt tussen berichten die waar zijn en berichten die onwaar zijn. Ten tweede wordt er gekeken naar de intentie achter het bericht, of de persoon of organisatie die het bericht deelde de intentie had om schade aan te richten, of dat schade onbedoeld werd toegebracht.

Er zijn twee primaire categorieën van onware of niet-feitelijke informatie: misinformatie en desinformatie. Misinformatie verwijst naar informatie die onnauwkeurig of onwaar is, maar de persoon die het verspreidt is zich niet bewust van de onwaarheid ervan. Met andere woorden, er is geen intentie om anderen te misleiden of schade toe te brengen. Hoewel misinformatie nog steeds invloed kan hebben op degenen die het ontvangen, wordt het niet gedeeld met de expliciete bedoeling om schade aan te richten. Wanneer niet-feitelijke informatie onbedoeld wordt gedeeld, ongeacht de onderliggende redenen, valt het onder de classificatie van misinformatie.

Omgekeerd wordt desinformatie gedeeld met kwaadwillige bedoelingen. De bron is zich bewust van de onwaarheid van de informatie; toch delen ze het om schade toe te brengen aan een individu, sociale groep, organisatie of land, en daarmee de ontvanger van het bericht te misleiden. Vaak wordt de verspreiding van deze soort foutieve informatie gedreven door de wens om een specifiek moreel of politiek perspectief te bevorderen of een bepaalde zaak vooruit te helpen.

In tegenstelling tot de vorige twee, is het derde type, malinformatie, gebaseerd op feitelijke informatie. Wat het echter malinformatie maakt in plaats van alleen 'informatie', is dat deze ware informatie wordt gedeeld met de bedoeling schade aan te richten. De oorsprong van de informatie komt voort uit de waarheid, maar wordt uit de context gehaald of overdreven om een specifiek moreel of politiek agenda te bevorderen. Malinformatie heeft doorgaans betrekking op kwesties zoals haatzaaien, intimidatie en lekken van vertrouwelijke informatie.

Om informatiestoornis te begrijpen, is het nuttig om op te merken dat het over het algemeen drie elementen omvat. Het eerste centrale element van informatiestoornis heeft betrekking op de agenten die de informatie hebben gecreëerd, geproduceerd en verspreid, en hun motivaties achter de informatie. Ten tweede is het belangrijk om het bericht en de kenmerken ervan, zoals het formaat, te overwegen. Ten derde speelt de ontvanger een

belangrijke rol: hoe heeft de ontvanger het bericht geïnterpreteerd en welke actie heeft hij ondernomen als reactie op het bericht? Hierbij is het belangrijk op te merken dat het publiek zelden passieve ontvangers van informatie zijn, maar in plaats daarvan het bericht interpreteert vanuit hun eigen achtergrond, bijvoorbeeld op basis van hun sociale status, politieke ideeën of eerdere ervaringen.

Informatiestoornis verloopt meestal in drie fasen. De eerste fase, creatie, omvat de ontwikkeling van een boodschap door een individu. In de productiefase wordt deze boodschap omgezet in een mediaproduct dat de potentie heeft om een breed publiek te bereiken. Ten slotte wordt de boodschap in de distributiefase openbaar gemaakt en onder het beoogde publiek verspreid.

Binnen de drie overkoepelende soorten informatiestoornis zijn er zeven verschillende categorieën van problematische inhoud die helpen om het complexe informatie-ecosysteem beter te begrijpen. Deze zeven categorieën worden op een continuüm geplaatst op basis van hun intentie om te misleiden.

1. De eerste categorie, met de minste bedoeling om te misleiden, is **satire of parodie**. Producenten van satire zijn niet van plan schade aan te richten, maar hun inhoud kan het publiek voor de gek houden. Er is veel discussie geweest over de vraag of satire moet worden opgenomen als een soort problematische inhoud. Het is echter belangrijk op te merken dat satire steeds meer strategisch wordt gebruikt om geruchten en samenzweringen te verspreiden, en elke boodschap kan worden afgewezen door te stellen dat de boodschap niet serieus moet worden genomen. Bovendien merkt de auteur op dat berichten die als satire worden bestempeld, steeds hatelijker en polariserender worden. Het kan lastig zijn om satire te onderscheiden van actuele nieuwsinhoud op sociale media vanwege het ontbreken van heuristieken of mentale sneltoetsen die we gebruiken om de wereld om ons heen te begrijpen. Waar uit de lay-out van een krant blijkt wanneer een artikel in de satire- of opinierubriek staat, ontbreken deze visuele aanwijzingen online en op sociale media. Sterker nog, online hebben bepaalde satirische nieuwswebsites de lay-out van traditionele nieuwssites overgenomen, wat het voor het publiek nog moeilijker maakt om deze informatiebronnen als satirisch te bestempelen. Een bekend voorbeeld van een satirische nieuwssite is "The Onion".
2. De tweede categorie betreft **foutieve connecties**: wanneer koppen, afbeeldingen of bijschriften niet in lijn zijn met de inhoud van het bericht. Dit soort inhoud wordt ook wel clickbaitcontent genoemd, waarbij sensationele taal en beelden worden gebruikt om in eerste instantie publiek te trekken en klikken te stimuleren, maar vervolgens tekortschieten zodra de lezer de site bereikt.
3. De derde categorie betreft **misleidende inhoud**, waarbij informatie op een misleidende manier wordt gebruikt om een onderwerp of persoon op een bepaalde manier te framen of af te beelden. Misleidende inhoud kan zich op verschillende manieren manifesteren, bijvoorbeeld door verhalen te herkaderen in koppen, door slechts fragmenten van citaten te gebruiken of door de visualisatie van statistieken te manipuleren. Op die manier wordt alleen dat deel van het verhaal verteld dat overeenkomt met een bepaald standpunt om een bepaald argument te ondersteunen.

4. De vierde categorie van problematische informatie betreft **foutieve context**, die optreedt wanneer echte inhoud wordt gedeeld met onjuiste contextuele informatie. In dit geval is waarheidsgetrouwe inhoud in een ander, en vaak gevaarlijker, verhaal geplaatst.
5. De vijfde categorie heeft betrekking op **bedrieglijke inhoud**, die optreedt wanneer echte informatiebronnen worden nagebootst. Dit kan bijvoorbeeld het geval zijn wanneer valse inhoud logo 's gebruikt van bekende, gevestigde organisaties, zoals NGO' s of nieuwsorganisaties. Een techniek is het maken van websites die eruit zien als professionele nieuwssites, maar die alleen valse informatie delen. Distributeurs van bedrieglijke inhoud kunnen zich ook voordoen als individuele gevestigde figuren of journalisten op sociale mediaplatforms door valse profielen op te zetten. Deze strategie kan bijzonder impactvol zijn, omdat de hoeveelheden informatie op sociale media die gebruikers moeten verwerken extreem groot zijn en mensen daarom mogelijk niet altijd aandacht besteden aan de kleine details die weggeven dat het account zich voordoeft als iemand anders.
6. De zesde categorie heeft betrekking op **gemanipuleerde inhoud**, wat het geval is wanneer echte informatie of visueel materiaal wordt gemanipuleerd met de bedoeling het publiek te misleiden. Deze strategie heeft vooral betrekking op het veranderen van foto's en video's om een ander verhaal of een ander perspectief op het verhaal over te brengen dan oorspronkelijk het geval was.
7. Tot slot heeft de zevende categorie betrekking op **gefabriceerde inhoud**. Gefabriceerde inhoud is nieuw geproduceerde inhoud die volledig onwaar is en is ontworpen met de bedoeling te misleiden en schade te veroorzaken. Producenten van gefabriceerde inhoud kunnen nieuwsverhalen verzinnen en afbeeldingen en video's produceren om hun verhalen te ondersteunen. De recente golf van afbeeldingen en video's gegenereerd met behulp van kunstmatige intelligentie valt ook onder de categorie gefabriceerde inhoud.

Zoals uit de bovenstaande beschrijving blijkt, is informatiestoornis in het algemeen, en misinformatie en desinformatie in het bijzonder, complexe fenomenen. Ondanks deze complexiteit worden deze fenomenen in verschillende publicaties vaak aangeduid met de term "nepnieuws", wat over het algemeen wordt begrepen als gefabriceerde nieuwsberichten die verifieerbaar onjuist zijn en geen feitelijke basis hebben. De laatste tijd wordt de term "nepnieuws" steeds vaker betwist door wetenschappers en experts op het gebied van informatiestoornis vanwege de vaagheid en het onvermogen om onderscheid te maken tussen de verschillende soorten informatiestoornis, omdat de term in plaats daarvan verschillende fenomenen lijkt te omvatten onder de paraplu van informatiestoornis, variërend van onevenwichtige informatie tot volledig verzonden complottheorieën. Daarnaast is "nepnieuws" een zeer politieke term geworden en een retorisch middel dat door politici wordt gebruikt om de reguliere nieuwsmedia in diskrediet te brengen en om journalisten aan te vallen die kritisch over hen hebben bericht.

## 1.4 Oorzaken van geloof in onjuiste informatie

### De theorie van gedragspsychologie

Het behaviorisme is een psychologische theorie die zich richt op waarneembaar gedrag en die de rol van de omgeving in het vormen en bepalen van gedrag benadrukt. Het suggereert dat alle gedragingen, inclusief cognitieve processen en overtuigingen, verklaard kunnen worden door externe stimuli en de reactie van het individu op die stimuli.

Volgens gedragspsychologie worden overtuigingen verworven door een proces van conditionering, voornamelijk door versterking en bestraffing. De ontwikkeling van overtuigingen wordt beïnvloed door de interacties van het individu met zijn omgeving en de gevolgen van zijn acties. Wanneer bepaald gedrag wordt versterkt of beloond, is de kans groter dat individuen overeenkomstige overtuigingen ontwikkelen. Het is belangrijk om op te merken dat het behaviorisme bekritiseerd is vanwege zijn beperkte focus op externe factoren en zijn verwaarlozing van interne mentale processen, zoals gedachten, emoties en subjectieve ervaringen. Hoewel gedragspsychologie inzicht geeft in de invloed van de omgeving op overtuigingen, houdt het niet volledig rekening met de complexiteit van de menselijke cognitie en de rol van interne factoren bij de vorming van overtuigingen.

Andere psychologische theorieën, zoals de cognitieve psychologie en de sociale cognitieve theorie, bieden een completer begrip van geloofsvorming door naast externe prikkels ook rekening te houden met **cognitieve processen, sociale invloeden** en **individuele ervaringen**. Deze theorieën erkennen dat overtuigingen worden gevormd door een combinatie van omgevingsfactoren, cognitieve processen en persoonlijke ervaringen.

### Sociale beïnvloeding

Met sociale invloed bedoelen we het proces waarbij individuen of groepen de gedachten, gevoelens, houdingen en gedragingen van anderen beïnvloeden. Het omvat de verschillende manieren waarop mensen worden beïnvloed door de aanwezigheid, acties of meningen van anderen in hun sociale omgeving. Sociale beïnvloeding kan plaatsvinden via **directe** of **indirecte interacties** en kan **opzettelijk** of **onopzettelijk** zijn.

Er zijn verschillende vormen van sociale beïnvloeding die uitgebreid zijn bestudeerd. **Conformiteit** verwijst naar de neiging van individuen om hun gedachten, overtuigingen en gedrag aan te passen aan die van een meerderheid of invloedrijke groep. Mensen conformeren zich vaak aan sociale normen of verwachtingen om acceptatie te krijgen, conflicten te vermijden of goedkeuring van anderen te krijgen.

**Naleving** verwijst naar de handeling van het veranderen van iemands gedrag in directe reactie op een verzoek of commando van een andere persoon of groep. Het komt vaak voor in situaties waar er een autoriteitsfiguur is of wanneer mensen negatieve gevolgen willen vermijden of beloningen willen krijgen. Gelijkaardig aan meegaandheid is gehoorzaamheid,

maar dan gaat het om het opvolgen van bevelen of instructies van een autoriteitsfiguur, meestal in hiërarchische situaties. Gehoorzaamheid kan zelfs voorkomen wanneer de gevraagde acties in tegenspraak zijn met iemands persoonlijke overtuigingen of waarden.

De volgende vorm is **overtuiging**. Hierbij gaat het om pogingen om iemands houding, overtuigingen of gedrag te veranderen door middel van communicatie en argumentatie. Overtuigende technieken kunnen bestaan uit logische redeneringen, emotionele oproepen, geloofwaardige bronnen en sociale beïnvloedingstactieken zoals sociaal bewijs (bijv. getuigenissen) of schaarste (bijv. beperkte aanbiedingen).

Wanneer de aanwezigheid van anderen de prestaties van een individu op eenvoudige of goed ingestudeerde taken verbetert, is er sprake van **sociale facilitatie**. Alleen al de aanwezigheid van anderen kan de opwinding en motivatie verhogen, wat leidt tot betere prestaties.

**Social loafing** of “ **sociaal lanterfanten**” is de neiging van individuen om zich minder in te spannen wanneer ze in een groep werken dan wanneer ze individueel werken. Dit fenomeen doet zich voor wanneer individuen het gevoel hebben dat hun bijdragen minder herkenbaar zijn of wanneer ze hun inspanningen als minder noodzakelijk ervaren door de aanwezigheid van anderen. Het is een gevolg van verminderde persoonlijke verantwoordelijkheid in een collectieve omgeving. Een ander verwant fenomeen dat optreedt wanneer groepsleden harmonie en consensus verkiezen boven kritisch denken en onafhankelijke besluitvorming staat bekend als groepsdenken, wat kan leiden tot gebrekkige besluitvorming en de onderdrukking van afwijkende standpunten of alternatieve standpunten binnen de groep.

Sociale beïnvloeding speelt een belangrijke rol in verschillende aspecten van menselijk gedrag, zoals conformiteit aan maatschappelijke normen, politieke attitudes, groepsdynamiek en de vorming van de publieke opinie. Onderzoekers hebben sociale beïnvloeding uitgebreid bestudeerd om de mechanismen erachter en de effecten op individuen en samenlevingen beter te begrijpen.

## Geloof in onjuiste informatie

Geloof in foutieve informatie is een wijdverspreid verschijnsel dat beïnvloed wordt door verschillende factoren. Het is belangrijk om je bewust te zijn van dergelijke factoren en te streven naar **kritisch denken, scepisis en het gebruik van betrouwbare bronnen** bij het evalueren van informatie. Door mediageletterdheid te ontwikkelen en informatie op feiten te controleren voordat ze voor waar wordt aangenomen, kunnen mensen de invloed van foutieve informatie op hun persoonlijke overtuigingen en besluitvormingsprocessen minimaliseren.

Mensen kunnen om verschillende redenen in foutieve informatie geloven: Laten we er een paar nader bekijken:

- **Gebrek aan geloofwaardige bronnen:** Als mensen vertrouwen op onbetrouwbare of bevooroordeelde informatiebronnen, is de kans groter dat ze foutieve of misleidende informatie tegenkomen. Het is essentieel om de geloofwaardigheid van bronnen te controleren voordat de informatie als waar wordt geaccepteerd.
- **Bevestigingsbias:** Mensen zoeken vaak informatie die hun bestaande overtuigingen of meningen bevestigt. Deze neiging kan leiden tot het accepteren van onjuiste informatie die aansluit bij hun wereldbeeld, terwijl ze tegenstrijdig bewijs negeren of verwerpen.
- **Cognitieve snelkoppelingen:** In sommige gevallen gebruiken mensen heuristieken of mentale snelkoppelingen om informatie snel te verwerken. Hoewel deze snelkoppelingen efficiënt kunnen zijn, kunnen ze ook leiden tot beoordelingsfouten, waardoor mensen verkeerde informatie accepteren zonder deze kritisch te evalueren.
- **Emotioneel redeneren:** Emoties kunnen de vorming van overtuigingen beïnvloeden. Als mensen sterke emotionele banden of vooroordelen hebben, kunnen ze eerder geneigd zijn om informatie te accepteren die hun emotionele toestand ondersteunt, zelfs als die niet accuraat is.
- **Sociale beïnvloeding:** Mensen worden vaak beïnvloed door hun sociale omgeving, zoals vrienden, familie en sociale medianetwerken. Als onjuiste informatie binnen een bepaalde sociale groep of online gemeenschap op grote schaal wordt gedeeld, kunnen mensen eerder geneigd zijn die overtuigingen over te nemen zonder de geldigheid ervan in twijfel te trekken.
- **Beperkte kennis of expertise:** Gebrek aan kennis of expertise in een bepaald onderwerp kan individuen vatbaarder maken voor mis- en desinformatie. Zonder de nodige achtergrondinformatie of vaardigheden om kritisch na te denken, wordt het gemakkelijker om verkeerde informatie voor waar aan te nemen.
- **Gebrek aan mediageletterdheid:** Onvoldoende kennis over hoe informatie kritisch te beoordelen en evalueren kan bijdragen tot het geloof in onjuiste informatie. Zonder de nodige mediageletterdheid kunnen mensen moeite hebben om betrouwbare bronnen te onderscheiden van onbetrouwbare bronnen.

## Sociale media en voortdurende gedragsverandering

Sociale mediaplatforms zijn een integraal onderdeel geworden van het leven van veel mensen en hebben een aanzienlijke invloed op het menselijk gedrag. Deze platformen maken gebruik van verschillende technieken om gebruikers te betrekken en aan te zetten tot voortdurende interactie, wat vaak leidt tot gedragsverandering.

We leven momenteel in een tijdperk dat bepaald wordt door technologie en sociale media. Deze platformen zijn het belangrijkste middel geworden waarmee we gedachten, emoties en verlangens uitwisselen en interacties aangaan, vaak in virtuele sferen. Als gevolg hiervan is het niveau van geloof en vertrouwen toegenomen en speelt het een belangrijke rol in het vormgeven van interpersoonlijke relaties, inclusief belangrijke aspecten van bestaande waarden en sociaal geldige overtuigingen. Het proces verloopt naadloos omdat velen van ons voortdurend verschillende apparaten gebruiken. Zonder dat we het weten, worden we voortdurend gevolgd en gemonitord, waarbij technische feedback consequent wordt gegeven. Geleidelijk aan merken we dat we subtiel beïnvloed en gebiologeerd worden door



technici wiens identiteit verborgen blijft en hun motieven onduidelijk. Algoritmes consumeren gulzig uitgebreide gegevens over ons en dragen zo bij aan dit ingewikkelde web van beïnvloeding.

Sociale media beïnvloeden gedrag door de implementatie van algoritmen die inhoud samenstellen en weergeven aan gebruikers. Deze algoritmen zijn specifiek ontworpen om de betrokkenheid van gebruikers te maximaliseren door individuele voorkeuren, gedragspatronen en demografische informatie te analyseren. Als gevolg hiervan krijgen gebruikers vaak inhoud te zien die aansluit bij hun interesses, waardoor ze langer betrokken blijven. Sociale mediaplatforms maken gebruik van een reeks **psychologische technieken** om specifiek gedrag bij gebruikers te stimuleren. Een van die technieken is het strategische gebruik van meldingen en waarschuwingen, die een gevoel van urgentie creëren en mensen ertoe aanzetten hun accounts regelmatig te controleren.

Al deze metingen en vele andere zijn gekoppeld aan soortgelijke gegevens over het leven van talloze andere mensen door middel van massale spionage. Algoritmes correleren wat we doen met wat bijna iedereen heeft gedaan. De algoritmes begrijpen ons niet echt, maar er schuilt macht in aantallen, vooral in grote aantallen. Zogenaamde adverteerders (directe manipulators) kunnen het moment aangrijpen waarop we perfect voorbereid zijn en ons dan beïnvloeden met boodschappen die gewerkt hebben bij andere mensen die eigenschappen en situaties met ons deelden. Nu krijgt iedereen op sociale media geïndividualiseerde, voortdurend aangepaste stimuli, wat kan worden opgevat als voortdurende gedragsmodificatie. De platforms maken ook gebruik van functies als 'vind ik leuk', 'commentaar' en 'delen' om een gevoel van sociale validatie te creëren, waardoor bepaald gedrag wordt versterkt, zoals het zoeken naar goedkeuring of validatie van anderen. Een ander aspect van gedragsverandering op sociale media is de gamificatie van gebruikersinteracties. Platformen maken vaak gebruik van spelachtige elementen zoals badges, beloningen en klasseringen om gebruikers aan te moedigen vaker deel te nemen en zich te meten met anderen. Deze elementen spelen in op het menselijke verlangen naar prestatie en erkenning, waardoor verslavende gedragspatronen worden gestimuleerd. Sociale mediaplatforms maken ook gebruik van **persuasieve technieken** om het gedrag van gebruikers te beïnvloeden. Ze maken gebruik van het ontwerp van gebruikersinterfaces, micro-interacties en gepersonaliseerde aanbevelingen om gebruikers aan te zetten tot specifieke acties.

Het is belangrijk op te merken dat sociale mediaplatforms niet inherent kwaadwillig zijn. Ze zijn er primair op gericht om de betrokkenheid van gebruikers te vergroten en gepersonaliseerde ervaringen te bieden. De voortdurende blootstelling aan op maat gemaakte inhoud en gedragsveranderingstechnieken kan echter mogelijk leiden tot negatieve gevolgen, zoals verslavend gedrag, verminderde aandachtsspanne en zelfs de versterking van schadelijke overtuigingen of echokamers. Als gebruikers is het cruciaal om bewust te zijn van deze gedragsveranderingstechnieken en actief om te gaan met ons gebruik van sociale media. Dit kan betekenen dat we grenzen stellen aan onze schermtijd, informatiebronnen diversifiëren, de inhoud die we consumeren kritisch evalueren en ons bewust zijn van de mogelijke effecten op ons gedrag en welzijn.

## Menselijke behoeften en emotionele binding

Menselijke activiteit probeert aan onze behoeften te voldoen. Deze behoeften dienen als motiverende krachten die ons ertoe aanzetten om ons maximale potentieel te bereiken. Basisbehoeften zijn universeel en gelden voor alle individuen, ongeacht de culturele, sociale of economische omgeving waarin iemand zich bevindt. Naast fundamentele fysiologische behoeften zoals water, voedsel en slaap, hebben mensen een reeks behoeften die minder voor de hand liggen maar niettemin essentieel zijn voor ons welzijn. Dit zijn psychologische behoeften, die net als fysiologische behoeften biologisch van aard zijn. We beschikken allemaal over interne hulpbronnen die ons in staat stellen om voortdurend te streven naar vervulling en tevredenheid.

Abraham Maslow ontwikkelde de psychologische theorie die onze behoeften indeelt in fundamentele en hogere niveaus.

Volgens de theorie van Maslow kunnen we, als we niet voldoen aan de behoeften op een lager niveau, ook niet voldoen aan die op een hoger niveau. Pas als aan de behoeften van een lager niveau is voldaan, voelen we het verlangen om aan de behoeften van een hoger niveau te voldoen. Tegenwoordig is de meerderheid van de psychologen het erover eens dat we tegelijkertijd aan een groter aantal verschillende behoeften kunnen voldoen. Een individu kan zelfs meer gemotiveerd zijn door het bevredigen van "lagere" behoeften dan "hogere" behoeften.

*Abraham Maslow's hiërarchie van laag naar hoog: fysiologische behoeften, veiligheid, liefde en verbondenheid, waardering en zelfactualisatie.*



In de huidige maatschappij worden psychologische behoeften vaak verwaarloosd, ondanks hun belang voor ons welzijn. En als er langere tijd niet aan wordt voldaan, kunnen ze leiden tot angst, melancholie, afhankelijkheid en verslaving. Het is essentieel dat we ons inspannen om aan hun behoeften te voldoen.



Deze psychologische behoeften zijn:

1. De behoefte om genegenheid te geven en te ontvangen;
2. De behoefte aan een doel en betekenis;
3. De behoefte aan saamhorigheid en gemeenschap;
4. De behoefte aan uitdaging en creativiteit;
5. De behoefte aan intimiteit;
6. De behoefte aan controle over de situatie;
7. De behoefte aan positie en status;
8. De behoefte aan veiligheid.

Het wijdverbreide gebruik van sociale media in de huidige samenleving heeft de manier waarop interpersoonlijke relaties worden gevormd en onderhouden beïnvloed. Vaak dienen deze digitale platforms niet alleen als middel voor sociale contacten, maar ook als middel voor emotionele binding. Dit fenomeen wordt steeds duidelijker op verschillende mediaplatforms, waar ze een aanzienlijke invloed hebben op onze waarden, overtuigingen en verlangens. Zonder introspectie en kritisch denken worden we vatbaar voor **emotionele manipulatie** via deze kanalen. Daarom is het essentieel om inzicht te ontwikkelen in onze emotionele behoeften en hoe deze kunnen worden uitgebuit, wat leidt tot emotionele kaping.

## Wat zijn emotionele behoeften?

Emotionele behoeften zijn gevoelens of emoties die we nodig hebben om ons rustig, gelukkig en tevreden te voelen. Als we niet aan onze emotionele behoeften voldoen, voelen we ons gefrustreerd, ongelukkig en ontevreden. Voorbeelden van emotionele behoeften kunnen zijn: zich gewaardeerd voelen, zich veilig voelen, het gevoel hebben erbij te horen, enz. Mensen gedijen op emotionele en sociale steun. We zijn net zo goed op zoek naar emotionele voeding als naar fysieke voeding. We hebben allemaal emotionele behoeften waarin we moeten voorzien en ieder van ons heeft andere behoeften. Onze emotionele behoeften kunnen afhangen van onze jeugdervaringen, onze persoonlijkheid, onze identiteit en andere factoren die onze individualiteit uitmaken.

Hieronder volgen enkele emotionele basisbehoeften, die de basis vormen van onze emotionele verbondenheid, onze emotionele binding:

1. **Genegenheid:** Een van de emotionele basisbehoeften is genegenheid. Genegenheid is nodig om de band te versterken.
2. **Acceptatie:** We hebben allemaal behoefte aan een sociale omgeving die ons accepteert. Deze behoefte aan acceptatie kan een gevoel van behoren creëren dat we allemaal nodig hebben om te gedijen, bijv. advies en steun vragen, doelen voor de toekomst delen, samen activiteiten plannen, enz.
3. **Veiligheid:** Veiligheid en je veilig voelen zijn enkele van de emotionele basissteunen waaraan we moeten voldoen, bijv. je veilig voelen om emoties te delen, weten dat je gesteund wordt, enz. Hier is het belangrijk om te benadrukken dat het stellen van grenzen je gevoel van veiligheid en zekerheid kan vergroten. Op deze manier weet je

wat je nodig hebt en dat er bepaalde grenzen zijn die anderen niet met je kunnen overschrijden.

4. **Autonomie:** Als onze sociale relaties groeien, groeien we mee. We beginnen vaak interesses, hobby's en andere activiteiten te delen. En hoewel het belangrijk kan zijn om te delen en naar een eenheid toe te groeien, is het belangrijk om een gevoel van eigenwaarde te behouden. Vergeet niet dat je een apart individu bent met een andere persoonlijkheid. Autonomie is een belangrijke emotionele behoefte die niet mag worden genegeerd. Als je het gevoel hebt dat je je gevoel van eigenwaarde en identiteit aan het verliezen bent, neem dan een stap terug.
5. **Validatie:** We hebben allemaal behoefte om gehoord en gevalideerd te worden. Als je zorgen ontkracht en afgewezen worden, kan dat omslaan in wrok.
6. **Vertrouwen:** Vertrouwen en veiligheid zijn twee emotionele behoeften die nauw met elkaar verbonden zijn. Voldoen aan deze emotionele behoefte is een van de belangrijkste aspecten van onze emotionele behoeften.

Even essentieel als het voldoen aan onze fysieke en psychologische basisbehoeften is het voldoen aan onze **emotionele behoeften**. We weten niet dat we compassie, empathie, genegenheid, verbinding en acceptatie nodig hebben om ons levend en compleet te voelen.

**Emotionele binding en sociale media** spelen een interessante rol in de huidige maatschappij. De vooruitgang van technologie en het wijdverbreide gebruik van mediaplatforms hebben de manier waarop mensen emotionele banden vormen en onderhouden aanzienlijk beïnvloed.

Maar een emotionele band met sociale media kan ook verschillende negatieve gevolgen hebben. Overmatig veel tijd doorbrengen op sociale media kan leiden tot gevoelens van angst, depressie en eenzaamheid. Voortdurend jezelf vergelijken met anderen en validatie zoeken door middel van likes en opmerkingen kan een negatieve invloed hebben op het gevoel van eigenwaarde en de algehele geestelijke gezondheid. Paradoxaal genoeg kan te veel tijd doorbrengen op sociale media leiden tot sociaal isolement in het echte leven. Focussen op virtuele interacties kan face-to-face interacties en betekenisvolle verbindingen met vrienden, familie en de gemeenschap verminderen.

Sociale mediaplatforms presenteren vaak een geïdealiseerde versie van het leven van mensen, met de nadruk op de spannende en positieve aspecten. Dit kan leiden tot angst om dingen te missen, waardoor mensen constant hun feeds checken om op de hoogte te blijven, wat stress en ontevredenheid kan veroorzaken. Ze hebben de neiging om de beste momenten en hoogtepunten uit het leven van mensen te laten zien, waardoor een vertekend beeld van de werkelijkheid ontstaat. Constante blootstelling aan zorgvuldig samengestelde foto's en posts kan leiden tot onrealistische verwachtingen en ontevredenheid over het eigen leven.

Emotionele binding kan inderdaad ook een belangrijke rol spelen om **mensen te laten geloven in desinformatie of misinformatie**. Mensen zijn sociale wezens en onze overtuigingen, waarden, houdingen en behoeften worden vaak gevormd door onze banden met anderen. Als we een emotionele band opbouwen met bepaalde individuen of groepen, hebben we de neiging om hun standpunten eerder te vertrouwen en te accepteren.

**Mis- en desinformatie** kan worden ontworpen om sterke emotionele reacties op te roepen, zoals angst, woede of opwinding. Deze emotionele triggers maken de informatie meer memorabel en overtuigend, en ze kunnen kritisch denken en rationele evaluatie van het nieuws overstemmen.

Op deze manier kan emotionele binding een gevoel van identiteit en saamhorigheid creëren binnen een bepaalde gemeenschap of ideologie. Mensen zijn eerder geneigd om informatie te accepteren en te delen die overeenkomt met de overtuigingen van hun groep, zelfs als het bewijs ontbreekt of onjuist is. Deze groepscohesie kan leiden tot de verspreiding van verkeerde informatie binnen gesloten echokamers, waardoor foutieve verhalen worden versterkt en emotionele banden verder worden aangehaald.

Om het probleem van emotionele binding en geloof in verkeerde informatie aan te pakken, is het cruciaal om kritisch denken, mediageletterdheid en feitencontrole te bevorderen. Mensen aanmoedigen om informatie in twijfel te trekken, meerdere bronnen te evalueren en alternatieve standpunten te overwegen kan helpen om de invloed van emotionele vooroordelen tegen te gaan. Het aanmoedigen van een open dialoog en respectvolle discussies kan mensen de kans geven om hun eigen overtuigingen in twijfel te trekken en zich te verdiepen in verschillende perspectieven.

## 1.5 Hoe werkt mis- en desinformatie

### De verspreiding van mis- en desinformatie

Als gevolg van de neiging van mensen om fouten te maken en af en toe te liegen, vormt foutieve informatie, gedefinieerd als alle informatie waarvan uiteindelijk bewezen wordt dat ze onjuist is, een onvermijdelijk probleem in onze zoektocht naar nauwkeurige kennis en effectieve communicatie. Dit is echter niet voldoende om het grootste probleem van de eenentwintigste eeuw te verklaren: de verspreiding van mis- en desinformatie en de ravage die dit aanricht op het vermogen van mensen om goede beslissingen te onthouden en te nemen. Verkiezingen, referenda, politieke en religieuze vervolging en de internationale reactie op de COVID-19-epidemie zijn allemaal in verband gebracht met de verspreiding van mis- en desinformatie.

Moderne technologische vooruitgang is essentieel om de psychologie en achtergrond van propaganda te begrijpen. Romeinse keizers kwamen aan de macht met behulp van propaganda verspreid via munten met verborgen boodschappen, terwijl de propagandamachine van Nazi-Duitsland grotendeels afhankelijk was van de geschreven pers, radio en film om de massa te bereiken. De huidige inspanningen op het gebied van desinformatie hebben een ongekend bereik, voornamelijk dankzij het wijdverbreide gebruik van internet. Het internet heeft een groot publiek en maakt het mogelijk om overtuigende berichten te maken op basis van het unieke persoonlijkheidstype van elke gebruiker. Wanneer communicatiecontexten bovendien de voorkeur geven aan bevestiging van eerdere meningen (zogenaamde echokamers, zie hoofdstuk 1.7), kan de blootstelling van gebruikers aan materiaal dat in tegenspraak is met hun wereldbeeld beperkt worden. Hoewel er enige discussie is geweest over de effecten van echokamers op de opvattingen en acties van mensen, is het internet een perfect medium voor de snelle verspreiding van verkeerde informatie ten koste van de waarheid.

Om desinformatie te bestrijden, wordt op het gebied van wetenschapscommunicatie van oudsher gebruik gemaakt van het 'informatietekortmodel', dat de nadruk legt op de onwetendheid van mensen in plaats van op de beschikbaarheid van alternatieve standpunten. Daarom kan het effect van onjuiste informatie worden beperkt door een duidelijke en beknopte uitleg van de relevante feiten te geven. De cognitieve, sociale en affectieve determinanten van attitudevorming en waarheidsbeoordeling worden echter genegeerd door de benadering van informatietekorten. Sommige mensen negeren bijvoorbeeld de wijdverspreide wetenschappelijke overeenstemming dat klimaatverandering echt is of weigeren zich te laten vaccineren, zelfs als ze de risico's kennen. Factoren zoals complotdenken, angsten, identiteitsuitdrukking en gemotiveerd redeneren (redenering die meer gebaseerd is op de eigen persoonlijke of morele overtuigingen dan op objectief bewijs) dragen bij aan deze afwijzing van wetenschap zonder enige onwetendheid. Daarom is het cruciaal om na te denken over de cognitieve architectuur en sociale omgeving van individuele besluitvormers om de psychologie van desinformatie te begrijpen en te begrijpen hoe deze kan worden aangepakt.

## Aandrijvers van valse overtuigingen

Onjuiste informatie is erg belangrijk voor de ontwikkeling van onjuiste overtuigingen. De creatie van onware concepten wordt beïnvloed door een aantal cognitieve, sociale en affectieve factoren; desondanks is een gebrek aan toegang tot informatie van hoge kwaliteit niet noodzakelijk de belangrijkste voorloper. In de meeste gevallen kunnen dezelfde processen die tot ware overtuigingen leiden, ook tot valse overtuigingen leiden. Mensen hebben de neiging om geneigd te zijn de juistheid van informatie te accepteren en te vertrouwen op hun intuïtie en 'onderbuikreacties' in plaats van op overleg bij het nemen van beslissingen.

Complottheorieën over de oorsprong van het virus zijn zeker meer dan eens aan het publiek gepresenteerd, en deze onthulling heeft mogelijk geleid tot de populaire perceptie dat ze waar zijn. De kracht van perifere signalen zoals vertrouwdheid (een signaal dat een bericht al eerder is tegengekomen), vloeiend verwerken (een signaal dat een bericht ofwel wordt gecodeerd of moeiteloos wordt opgehaald) en cohesie (een signaal dat de elementen van een bericht verwijzingen in het geheugen hebben die intern consistent zijn) naarmate signalen voor de waarheid toenemen, waardoor het illusoire of denkbeeldige waarheidseffect ontstaat. Dus zowel onwaarheden als geverifieerde kennis hebben er baat bij als ze herhaald worden. Maanden na de eerste onthulling kunnen illusoire waarheden blijven hangen, die niet worden beïnvloed door cognitieve vaardigheden of de aanwezigheid van tegenstrijdige adviezen uit een betrouwbare bron of kennis uit het verleden. Je zou ook de 'kortere' kunnen nemen door simpelweg je eigen vooropgezette ideeën als juist te accepteren. Wanneer nieuwskoppen consistent zijn met het perspectief van de lezer, is de kans groter dat ze worden vertrouwd. Deze partijdige vooringenomenheid kan ook leiden tot verfraaide herinneringen aan politieke schandalen. Het is waar dat iemands wereldbeeld een effect kan hebben op iemands vermogen om mis- of desinformatie te herkennen, maar intuïtief (of „lui”) denken kan ook een rol spelen.

Door mensen de tijd te geven om over dingen na te denken, kunnen ze ook betere beslissingen nemen. Het geloof in vals nieuws, maar niet in echt nieuws, neemt af als de eerste indrukken na nader onderzoek kunnen worden herzien. Op dezelfde manier motiveert het leren van mensen om „te denken als factcheckers” hen om hun eigen expertise te gebruiken in plaats van veronderstellingen.

Overtuigingen worden gedeeltelijk gevormd door de bron van kennis vanwege de sociale signalen die het overbrengt. Over het algemeen is de kans groter dat mensen geloven en zich laten overtuigen door een boodschap als ze denken dat die van een betrouwbare bron afkomstig is. Wanneer mensen een menselijke informatiebron als aantrekkelijk, krachtig en herkenbaar beschouwen, is de kans groter dat ze vertrouwen op wat ze te zeggen hebben. Mensen vertrouwen eerder de meningen van mensen in hun sociale groep dan die van buiten hun groep, hechten evenveel gewicht aan alle meningen, ongeacht de expertise van de spreker, en gaan er ten onrechte van uit dat hun overtuigingen breed gedeeld worden terwijl er in feite slechts een kleine mate van overlap is. Aangezien veel mensen hun vertrouwen stellen in experts en politieke elites, en omdat ze de mogelijkheid hebben om de publieke opinie te veranderen, kan dat aanzienlijke schade aanrichten als leiders onjuiste beweringen doen.

Bovendien worden aanwijzingen over de geloofwaardigheid van een informatiebron vaak over het hoofd gezien, genegeerd, vergeten of verward.

Foutieve overtuigingen kunnen ook worden beïnvloed door de emotionele toon van de informatie die wordt verspreid. Emotionele oproepen komen vaak voor in misleidende inhoud die vaak ('viraal') op internet wordt gedeeld.

Om de een of andere reden schakelen mensen, terwijl ze iemand van iets proberen te overtuigen, automatisch over op emotionelere taal omdat ze weten dat het beter werkt. Bij effectief gebruik kan emotie het publiek beïnvloeden door hun aandacht af te leiden van andere, mogelijk meer diagnostische symptomen, zoals de betrouwbaarheid van de bron.

Iemands emotionele toestand kan ook van invloed zijn op iemands vermogen om conclusies te trekken uit informatie. Door mensen aan te moedigen 'op je emoties te vertrouwen' staan mensen meer open voor desinformatie, omdat ze ertoe worden gebracht te geloven dat hun gevoelens betrouwbare bronnen van kennis zijn. Op dezelfde manier kan bijvoorbeeld een zeer optimistische gemoedstoestand iemand vatbaarder maken voor bedrog en de illusie van waarheid. Verdriet kan dus een nuttig doel hebben door mensen minder vertrouwen te geven. Verkeerde informatie die in overeenstemming is met iemands politieke overtuigingen, evenals verkeerde informatie over COVID-19, worden beide versterkt door woede. Ten slotte kan sociaal geïsoleerd zijn, wat vaak een negatieve stemming oproept, iemands gevoeligheid voor samenzweringsmateriaal vergroten.

## Obstakels bij het heroverwegen van een overtuiging

De theorie van het informatietekort gaat er impliciet van uit dat onjuiste overtuigingen kunnen worden weggenomen zodra de juiste informatie beschikbaar is. Maar zelfs nadat een correctie is gegeven en deze als echt is geaccepteerd, kan onjuiste informatie nog steeds invloed hebben op de overtuigingen van mensen. De term "blijvend beïnvloedingseffect" (in het Engels "continued influence effect" of "CIE") beschrijft deze blijvende impact. Zelfs nadat deze is gecorrigeerd, kan onjuiste informatie van invloed zijn op de bereidheid van consumenten om voor een product te betalen of een bericht op sociale media te delen.

## Strategieën voor het corrigeren van foutieve informatie

Interventies om desinformatie tegen te gaan, moeten mentale, interpersoonlijke en emotionele wegversperringen doorstaan. De meeste correcties zijn feitelijke argumenten, die de fouten in de oorspronkelijke post behandelen en vervangen door de juiste informatie. De logische inconsistenties die kenmerkend zijn voor bepaalde vormen van foutieve informatie kunnen ook worden tegengegaan; bijvoorbeeld door antwoorden te geven die wijzen op de duidelijke tegenstrijdigheden tussen beweringen als "de temperatuur op aarde kan niet

nauwkeurig worden gemeten” en “temperatuurgegevens tonen aan dat de temperatuur aan het afkoelen is”. Dergelijke logische oplossingen zouden een bredere bescherming kunnen bieden tegen desinformatiecampagnes die dezelfde logische tekortkomingen en misleidende strategieën gebruiken. Een derde methode is om de bron van het materiaal in diskrediet te brengen of de foutieve informatie minder aannemelijk te maken. Het corrigeren van foutieve informatie kan een combinatie van strategieën omvatten, zoals het wijzen op de drogredenen in het argument en op de fouten in de informatie zelf. In bredere zin zou men onderscheid kunnen maken tussen proactieve (prebunking) en reactieve (debunking) technieken. Het doel van prebunking is om mensen de tools te geven die ze nodig hebben om nieuwe vormen van desinformatie te herkennen en af te wijzen wanneer ze die tegenkomen. De focus van debunking ligt op het verwerpen van individuele onjuiste claims nadat ze aan het licht zijn gebracht.

## Implicaties voor beroepsbeoefenaars

Er zijn veel keuzes te maken over de beste strategie om desinformatie tegen te gaan. Om foutieve informatie tegen te gaan, moet eerst de bronnen en de oorsprong van de foutieve vorming worden vastgesteld. Traditionele nieuwsuitzendingen kunnen desinformatie verspreiden door middel van opiniestukken, betaalde inhoud of het kritiekloos herhalen van beweringen van politici, ondanks de prominente rol van sociale media als bron van verkeerde informatie. Professionals moeten veelvoorkomende thema's van desinformatie vooraf kunnen weerleggen of snel kunnen ontcrachten door haalbare alternatieve verhalen te laten voorbereiden. Om dit doel te bereiken worden vaak coalities gevormd door organisaties zoals het International Fact-Checking Network en de Wereldgezondheidsorganisatie (World Health Organization). Beoefenaars moeten zich realiseren dat eenvoudige intrekkingen niet voldoende zijn om de impact van foutieve informatie te verminderen, en dat interventies doorgaans na verloop van tijd hun effectiviteit verliezen. Daarom moeten behandelaars bereid zijn om meerdere keren actie te ondernemen. Het vermogen om boeiende verhalen te vertellen, ondersteund door bewijs, is cruciaal voor effectieve rechtsmiddelen. Anekdotes en verhalen kunnen misleidend zijn, maar een narratieve structuur is niet nodig. Het vermogen om het verschil te zien tussen feit en mening is ook een vaardigheid die kan worden aangeleerd. Een beter zichtbare etikettering (labelling) kan lezers aanmoedigen om hun begrip en interpretatie van artikelen dienovereenkomstig te veranderen, ondanks het feit dat de meeste nieuwsconsumenten inhoudslabellen niet opmerken of begrijpen die waarschuwen dat een artikel nieuws, opinie of advertentie is. Etikettering kan lezers bijvoorbeeld wantrouwend maken over gesponsord materiaal. Waarschuwingen zijn nuttig, maar ze zijn niet onfeilbaar om te voorkomen dat de inhoud effect heeft. Als preventieve maatregelen falen, moeten behandelaars overschakelen op een reactieve strategie. Niet alle fouten in de informatie moeten echter worden verholpen.

Wegens beperkte middelen en alternatieve kosten moeten inspanningen om schadelijke desinformatie tegen te gaan prioriteit geven aan de wijdverspreide verspreiding ervan. Degenen die vóór het horen van de correctie niet op de hoogte waren van de onjuiste informatie, zullen deze waarschijnlijk niet overnemen nadat ze deze hebben gehoord. Als de



kans op schade echter klein is, is het niet nodig om foutieve informatie te weerleggen waarvan maar weinig mensen op de hoogte zijn, omdat dit de bron meer publiek zou kunnen maken.

## Implicaties voor informatieconsumenten

De verspreiding van foutieve informatie kan worden vertraagd of gestopt als informatiegebruikers afzien van het delen van foutieve verhalen met anderen. Het publiek moet bijvoorbeeld weten dat het niet alleen relatief onschuldige verkeerde informatie kan tegenkomen, zoals rapportagefouten, verouderd materiaal en satire, maar ook pogingen tot desinformatie die tot doel hebben twijfel te zaaien, personen in diskrediet te brengen en conflicten te veroorzaken. Vervolgens is het belangrijk dat het publiek begrijpt dat desinformatiecampagnes gebruik kunnen maken van psychologische manipulatie door algoritmen voor sociale media te manipuleren en persoonlijke informatie van gebruikers te verkopen via datamakelaars, waardoor deze algoritmen verder worden gemanipuleerd. Onvoorzichtige verspreiding van informatie kan de kans vergroten dat anderen worden misleid. Door onjuiste informatie te verspreiden, kunt u degenen die deze informatie hebben gecreëerd helpen om de financiële voordelen te behalen die ze willen, terwijl u tegelijkertijd de ideologische kloof vergroot die mensen ervan weerhoudt te stemmen, aanzet tot geweld en democratieën ondermijnt.

Daarom zouden individuen, terwijl ze verdiept zijn in informatie, moeten pauzeren, hun motivaties overwegen en hun emotionele reactie onderzoeken. Het gebruik van laterale leesvaardigheden, nauwlettend letten op de bron en nadenken over de legitimiteit en motivatie van de bron, kan lezers helpen foutieve informatie gemakkelijker op te sporen. Iedereen zou aangemoedigd moeten worden om beleefd, doelbewust en bedachtzaam online desinformatie te corrigeren waar ze deze tegenkomen (tenzij ze oordelen dat het een onschuldige randpositie is), gezien de voordelen van het beïnvloeden van waarnemers door observatiecorrectie. Al deze suggesties zijn ook pijlers van mediawijsheid. Sterker nog, een fundamenteel principe van mediawijsheid is dat het individuen beschermt tegen de negatieve effecten van mediablootstelling, zoals de verleiding om bepaalde overtuigingen of handelingen over te nemen, door hen in staat te stellen de doelen van media te begrijpen.



## 1.6 Woordkeuze, -gebruik en -misbruik in informatie

### Woordkeuze is belangrijk

Communicatie is gebaseerd op woorden en woorden spelen een essentiële rol in het informatiedomein in hoe we de wereld begrijpen. Woordkeuze, woordgebruik en woordmisbruik kunnen een groot effect hebben op hoe mensen de boodschap begrijpen die wordt overgebracht in nieuwsberichten, wetenschappelijke artikelen, berichten op sociale media en advertenties.

Er is vaardigheid voor nodig om betekenis uit te drukken via taal. Bekwame communicatoren zijn zich ervan bewust dat hun woordkeuzes de gevoelens en het begrip van de lezer kunnen beïnvloeden. Een pakkende titel kan van alles doen, van de interesse van de lezer wekken tot hun mening beïnvloeden. Als je levendige en gedetailleerde taal gebruikt, creëer je een beeld in het hoofd van de lezer, waardoor hij de inhoud beter begrijpt en onthoudt.

Maar vergeet niet dat autoriteit ook plicht met zich meebrengt. Woordkeuze is belangrijk, want overmatig gebruik of misbruik kan de betrouwbaarheid van de gepresenteerde gegevens ondermijnen. Misleidend of sensatiebelust taalgebruik is een veel voorkomende manier van mishandeling. In het huidige tijdperk van clickbait-koppen en "nepnieuws" wordt sensatie vaak gebruikt om lezers en kijkers aan te trekken. Dergelijke aandachttrekkende koppen misleiden en verwarren lezers vaak omdat ze de waarheid overdrijven of verdraaien.

Eufemismen en dubbelzinnigheid zijn een ander component van taalkeuze die kunnen leiden tot mishandeling. Deze strategieën worden vaak gebruikt door overheden, bedrijven en zelfs privépersonen om de gevolgen van ongunstige informatie te verzachten of om de publieke opinie te beïnvloeden. Eufemismen worden gebruikt om de klap van onaangename realiteiten te verzachten om ze beter verteerbaar of sociaal aanvaardbaar te maken. Het opzettelijk manipuleren van taal kan open communicatie belemmeren en vertrouwen ondermijnen.

De dubbelzinnigheid van woordspelingen kan leiden tot opzettelijke verwarring in interpretatie en kan zich daardoor uiten in de opzettelijke verspreiding van foutieve informatie of propaganda. Vandaag de dag, door het bereik van het internet en sociale media, kan verkeerde informatie zich met de snelheid van het licht verspreiden. Individuen en groepen kunnen de publieke opinie beïnvloeden, tweedracht zaaien en betrouwbare informatiebronnen in diskrediet brengen door doelbewust gebruik te maken van misleidende taal, vooringenomen verhalen en flagrante onwaarheden.

Zowel lezers als schrijvers hebben een rol te spelen in het stoppen van verkeerd taalgebruik in de media. Alle professionals op het gebied van journalistiek, literatuur, wetenschap en onderwijs hebben de verantwoordelijkheid om de waarheidsgetrouwheid van hun werk te waarborgen. Deze informatieproducenten kunnen helpen een beter geïnformeerde samenleving op te bouwen als ze professionele normen volgen, hun bronnen verifiëren en neutraliteit bewaren.

De conventionele betekenis van verklarende en vragende uitingen is bijvoorbeeld gekoppeld aan de illocutionaire krachten van de boodschap en het verzoek om informatie. “De illocutionaire kracht van een boodschap” betekent dat wat iemand zegt het effect heeft van een handeling, bijvoorbeeld het geven van een bevel of het doen van een belofte. Het gebruik van de gebiedende wijs in schrijf- en spreektaal maakt gebruik van deze illocutionaire kracht en is vaak gerelateerd aan de betekenis van verleiden, ze overtuigen om iets te doen door iets aangenaams aan te bieden. Taalvormen gebruiken om illocutionaire krachten te tonen die niets te maken hebben met hun directe verbale betekenis is een indirecte manier om je boodschap over te brengen. De ware bedoelingen van de spreker worden niet duidelijk bij het gebruik van indirecte vormen.

## Waarom geloven onze breinen leugens?

Het menselijk brein is een verbazingwekkend orgaan met de capaciteit om verfijnd te denken, te onthouden en keuzes te maken. Het is echter niet 100% accuraat. Ons vermogen om kritisch na te denken beschermt ons niet altijd tegen misleiding. Een beter begrip van de oorzaken van dit fenomeen kan ons helpen om de complexiteit en kwetsbaarheid van het menselijk denken beter te waarderen.

Cognitieve vooroordelen dragen er in grote mate toe bij dat ons verstand zo gemakkelijk wordt misleid dat we onjuiste informatie aannemen. We gebruiken deze vooroordelen, ook wel mentale snelkoppelingen of heuristieken genoemd, om snelle beslissingen en beoordelingen te maken in ons dagelijks leven. Hoewel ze in veel contexten nuttig zijn, kunnen ze ons beoordelingsvermogen vertroebelen wanneer we informatie objectief moeten evalueren. Voorbeelden van dit soort vooroordelen zijn onder andere het bevestigingsvooordeel of bevestigingsbias (in het Engels: confirmation bias), waardoor mensen informatie zoeken en prioriteit geven die hun eerdere ideeën ondersteunt, terwijl ze bewijs van het tegendeel negeren. Door het echokamereffect dat veroorzaakt wordt door bevestigingsbias, hebben we het moeilijk met het accepteren van informatie of ideeën die onze vooroordelen over de wereld tegenspreken.

Onze emotionele reactie op informatie is een andere component die ons vatbaar maakt voor het geloven van onwaarheden. Bij het maken van een keuze winnen onze emoties het vaak van onze logica. Wanneer we geconfronteerd worden met zeer beladen materiaal, kunnen onze hersenen de logica laten varen ten gunste van een onmiddellijke, intuïtieve reactie. Als gevolg daarvan kunnen we gemakkelijker worden overgehaald door mensen die op onze emoties inspelen door een beroep te doen op onze angst, woede of andere krachtige gevoelens.

Onze geest heeft ook de neiging om lege plekken op te vullen en verhalen te verzinnen die er niet zijn. Dit kan leiden tot foutieve herinneringen of het aannemen van verklaringen die redelijk klinken, maar eigenlijk fout zijn. Onze neiging om te zoeken naar patronen en verbanden in de omgeving kan ons op het verkeerde been zetten wanneer we geconfronteerd worden met dubbelzinnigheid of ontbrekende gegevens.

Het is ook belangrijk om rekening te houden met de rol van de maatschappij. Als sociale wezens staan we toe dat de meningen en acties van de mensen om ons heen onze eigen mening vormen. De neiging om vragen te stellen of informatie kritisch te beoordelen kan worden beïnvloed door groepsdenken, sociale conformiteit en de behoefte aan sociale goedkeuring. Als een onwaarheid consistent is met de ideeën van onze sociale groepen of ondersteund wordt door mensen die we respecteren en aardig vinden, zullen we het eerder accepteren. Als gevolg daarvan is het waarschijnlijker dat verkeerde informatie wordt geloofd, onthouden en later weer opgeroepen - zelfs nadat we erachter zijn gekomen dat het niet waar was.

Daarnaast hebben de verspreiding van digitale media en de snelheid waarmee informatie via sociale netwerken kan stromen het makkelijker gemaakt voor leugens en misvattingen om zich te verspreiden. Een overdaad aan informatie, gekoppeld aan personalisatie-algoritmen, kan leiden tot het ontstaan van "filterbubbels" en "echokamers" die alleen maar dienen om iemands bestaande wereldbeeld te versterken. Overweldigd door gegevens kan het moeilijk zijn om feiten van fictie te onderscheiden, waardoor de kans toeneemt dat mensen verkeerde informatie geloven en verspreiden. Hoe vaker we iets herhaald zien, hoe groter de kans dat we geloven dat het waar is. Dit "illusoire waarheidseffect" ontstaat omdat we bekendheid en begrijpelijkheid gebruiken als steno voor waarheid; hoe vaker iets herhaald wordt, hoe vertrouwder en vloeiender het aanvoelt, of het nu verkeerde informatie is of een feit. Verdere uitleg over filterbubbels en echokamers wordt later in de richtlijnen gegeven.

Dus hoe kunnen we de verleiding om foutieve informatie te geloven verkleinen? Besef is het beginpunt. Door ons bewust te zijn van onze eigen cognitieve en emotionele zwakheden, kunnen we informatie beter beoordelen. Het is belangrijk om open te staan voor nieuwe ideeën en bereid te zijn om van gedachten te veranderen als we overtuigend bewijs krijgen. Debunken of aantonen dat iets niet waar is, is niet genoeg om verkeerde informatie te bestrijden - we moeten ook proactief zijn door te "prebunken", wat in wezen betekent dat we onze hersenen voorbereiden om verkeerde informatie te herkennen voordat we ermee in aanraking komen. Net zoals een vaccin je immuunsysteem voorbereidt op het bestrijden van een vreemde indringer, kan prebunking je psychologische immuunsysteem inenten en versterken tegen virale desinformatie.

## De hypothesis van linguïstisch determinisme

Het vermogen om te communiceren en ideeën te delen via taal is essentieel voor de mens. Het vormt onze ideeën, stuurt onze relaties en stelt ons in staat om betekenis over te brengen. De Sapir-Whorf hypothese, of het idee van linguïstisch determinisme, suggereert dat de gedachten en perceptie van de sprekers van een taal gevormd worden door de structuur, woordenschat en grammaticale patronen van de taal. Deze theorie stelt dat mensen beperkt zijn tot de gedachten en ideeën die hun taal hen toestaat uit te drukken, omdat verschillende talen verschillende conceptuele kaders bieden. Dit betekent dat ons

vermogen om de wereld om ons heen te observeren en te begrijpen wordt beperkt en gevormd door de structuur van de taal die we gebruiken.

Er zijn verschillen in de categorisering en beschrijving van het universum tussen talen, en dus tussen de manieren waarop hun sprekers verschillende situaties zien en begrijpen.

Sommige talen hebben een complexere woordenschat voor kleuren, waardoor sprekers bijvoorbeeld gemakkelijker nuances en kleuren kunnen onderscheiden. Op dezelfde manier worden er in berggebieden of gebieden met koude klimaten meer dan een dozijn verschillende termen voor sneeuw gebruikt. De invloed van grammaticale structuren op cognitieve processen is een ander onderwerp van onderzoek binnen het linguïstisch determinisme. Sprekers van sommige talen zijn bijvoorbeeld verplicht om het geslacht van zelfstandige naamwoorden in een zin aan te geven, terwijl sprekers van andere talen dat niet hoeven te doen. Dit grammaticale verschil kan van invloed zijn op de manier waarop moedertaalsprekers van die talen dingen classificeren en labelen, waardoor ze genderspecifieke eigenschappen en connotaties krijgen. Nog een voorbeeld: Naast enkelvoud en meervoud gebruikt de Sloveense grammatica ook het "duale", met verschillende uitgangen afhankelijk van het aantal individuen waarover gesproken wordt.

Critici van het linguïstisch determinisme beweren dat taal niet de enige factor is die vormgeeft aan hoe mensen denken en zich voelen. Ze suggereren dat elementen buiten genetica en omgeving een rol spelen bij het vormen van onze gedachten en ons gedrag. Het is ook de moeite waard om op te merken dat de determinismetheorie in de taalkunde niet suggereert dat taal het monopolie heeft op de geest of ons creatieve potentieel beperkt. In plaats daarvan impliceert het dat taal een aanzienlijke invloed uitoefent op onze denkprocessen en de manier waarop we de wereld zien.

## Dubbelzinnigheid

Er zijn verschillende manieren waarop dubbelzinnige communicatie een bedreiging vormt. Zelfs als het niet zo bedoeld is, kan dubbelzinnigheid ervoor zorgen dat anderen het verkeerd begrijpen of verkeerd toepassen.

Misverstanden tussen mensen of groepen kunnen het gevolg zijn van dubbelzinnig taalgebruik of het sturen van gemengde boodschappen. Verwarring, onenigheid en een storing in efficiënte communicatie kunnen het gevolg zijn wanneer de bedoelde betekenis van een boodschap verkeerd begrepen wordt door de ontvangers. Door dubbelzinnigheid (of: ambiguïteit) kan ook inadequate of valse informatie worden doorgegeven. Het is gemakkelijk om een boodschap verkeerd te interpreteren of belangrijke punten over het hoofd te zien als de belangrijkste elementen onduidelijk zijn. Dit is vooral lastig op gebieden waar feitelijke juistheid essentieel is, zoals geneeskunde, hulpdiensten en de wet.

Conflicten en misverstanden kunnen ontstaan wanneer woorden niet worden uitgesproken. Er kunnen geschillen en onenigheden ontstaan wanneer mensen met verschillende

opvattingen over dezelfde boodschap volhouden dat ze gelijk hebben. Relatieproblemen, lagere output en problemen om samen te werken zijn allemaal mogelijke gevolgen. Individuen nemen misschien geen verantwoordelijkheid voor hun werk of voldoen niet aan de verwachtingen als ze onzeker zijn over hun rol, de resultaten die van hen verwacht worden of hoe ze die moeten bereiken. Hierdoor kan de productiviteit dalen, de samenwerking afbrokkelen en kunnen andere ongewenste resultaten optreden.

Ambigüiteit kan ook ethische en juridische gevolgen hebben. Juridische ruzies en meningsverschillen kunnen bijvoorbeeld het gevolg zijn van een te vaag contract of te vage overeenkomst. Op dezelfde manier kan letsel of onethisch gedrag het gevolg zijn van onduidelijke communicatie over veiligheidsmaatregelen of ethische principes.

Diplomatieke en onderhandelingsituaties zijn ideale plaatsen om ambigüiteit vakkundig toe te passen. Door bepaalde dingen onuitgesproken te laten, creëren onderhandelaars flexibiliteit om te manoeuvreren en compromissen te sluiten. Het stelt de partijen in staat om te onderhandelen over delicate zaken zonder onwrikbare standpunten in te nemen, wat de weg kan vrijmaken voor een compromis.

Suggestieve ambigüiteit is een tactiek die de spreker in staat stelt over te brengen wat hij wil, terwijl zijn publiek toch alle conclusies kan trekken die het wil. Het grote bereik van de woorden van de spreker maakt dit mogelijk. De combinatie van situationele en interpersoonlijke factoren en de betekenis van taaluitingen creëert een ambigue omgeving waarin luisteraars zowel positieve als negatieve conclusies kunnen trekken. In deze setting is het makkelijker voor sprekers om bijvoorbeeld subtiel hun eigen standpunten, uitspraken, beschuldigingen, of oproepen tot geweld in te voegen.

Politieke toespraken gebruiken vaak cryptisch taalgebruik en dubbelzinnigheid om de houding van kiezers te veranderen en hun tegenstanders in een negatief daglicht te stellen. Je zou kunnen stellen dat dit soort dubbelzinnigheid handig wordt gebruikt om internationale problemen op te lossen door te onderhandelen over compromissen die voor alle betrokken partijen aanvaardbaar zijn. Soms wordt de ambigüiteit meer uitgesproken omdat de context een plausibele alternatieve interpretatie biedt. Dit komt vaak voor wanneer de mensen die betrokken zijn bij een interactie verschillende niveaus van voorkennis hebben.

Al met al kan dubbelzinnigheid een kloof veroorzaken tussen de interpretatie en de oorspronkelijke betekenis van een tekst, toespraak of artikel. Door deze breuk kunnen sommige mensen hun onjuiste interpretatie van de informatie verspreiden (informatiestoornis). Dubbelzinnigheid kan per ongeluk worden gecreëerd, wat leidt tot verkeerde interpretaties en dus de kans op het ontstaan van foutieve informatie vergroot, of kan doelbewust worden gebruikt om een desinformatieverhaal te creëren onder ontvangers van de dubbelzinnige taal.

Het is daarom essentieel om verwarring en verkeerde interpretaties te voorkomen door zo specifiek en duidelijk mogelijk te zijn. De gevaren van dubbelzinnigheid kunnen worden beperkt door duidelijke taal te gebruiken, precieze aanwijzingen te geven, om verduidelijking te vragen als dat nodig is en te controleren of iemands bedoeling correct is uitgedrukt.

## Linguïstische manipulatie

Taal is een krachtig hulpmiddel dat mensen gebruiken om te communiceren, ideeën uit te drukken en ons begrip van de wereld vorm te geven. Taal kan echter ook worden gemanipuleerd en misbruikt voor verschillende doeleinden. Taalmanipulatie, het doelbewuste en strategische gebruik van taal om gedachten, overtuigingen en gedrag te beïnvloeden, is een fenomeen dat door de geschiedenis heen veel voorkomt. De technieken van linguïstische manipulatie en hun invloed op individuen en de samenleving worden hieronder weergegeven.

De technieken van linguïstische manipulatie:

1. **Beladen taal:** Het gebruik van emotioneel geladen woorden en zinnen om meningen te beïnvloeden en specifieke reacties op te roepen. Deze techniek is bedoeld om sterke emotionele reacties op te wekken bij mensen, waardoor rationeel denken wordt vertroebeld en vooringenomen interpretaties worden bevorderd. *Voorbeeld: "Illegale vreemdelingen" versus "immigranten zonder papieren": Het gebruik van de term "illegale vreemdelingen" heeft een negatieve connotatie en suggereert criminaliteit en anders-zijn.*
2. **Eufemismen:** Het vervangen van negatieve of harde termen door neutrale of positieve. Eufemismen worden gebruikt om de impact van bepaalde woorden of concepten te verzachten, ze smakelijker of minder bedreigend te maken. Ze kunnen percepties manipuleren en beïnvloeden hoe individuen bepaalde ideeën of acties waarnemen en erop reageren. *Voorbeeld: wanneer bedrijven gaan "reorganiseren" wordt vaak bedoeld dat een aantal werknemers zullen worden ontslagen.*
3. **Dubbelspraak:** Het gebruik van taal om de betekenis opzettelijk te verdoezelen of te vervormen, vaak gebruikt door politici of organisaties. Dubbelspraak kan bestaan uit opzettelijke dubbelzinnigheid, overdreven complexiteit of het gebruik van jargon om mensen te verwarren of te misleiden en toch geloofwaardig over te komen. *Voorbeeld: "hardhandige ondervragingstechnieken" in plaats van "marteling".*
4. **Framing:** De strategische selectie en presentatie van informatie om percepties vorm te geven en interpretaties te beïnvloeden. Door bepaalde aspecten van een kwestie te benadrukken en andere te bagatelliseren of weg te laten, kan framing het begrip van individuen sturen en specifieke standpunten ondersteunen. *Voorbeeld: "Het milieu beschermen" versus "de economische groei beperken". De ene partij kan een kwestie framen als "het beschermen van het milieu", waarbij de positieve aspecten worden benadrukt, terwijl de andere partij het framet als "het beperken van economische groei", waarbij de potentiële negatieve gevolgen worden benadrukt.*
5. **Valse dichotomieën:** Een complexe kwestie presenteren als een kwestie met slechts twee tegengestelde opties, waardoor mensen gedwongen worden om tussen deze opties te kiezen. Deze techniek beperkt kritisch denken en bevordert een gepolariseerd perspectief, waarbij nuances en alternatieve standpunten worden genegeerd. *Voorbeeld: "Je bent of voor of tegen ons."*

6. **Slogans en slagzinnen:** Memorabele zinnen of slogans die herhaaldelijk worden gebruikt om de publieke opinie te vormen en bepaalde overtuigingen te versterken. Ze vereenvoudigen complexe ideeën in gemakkelijk verteerbare geluidsfragmenten, doen een beroep op emoties en creëren een gevoel van identiteit of loyaliteit.  
*Voorbeeld: "Maak Amerika weer geweldig (make America great again)."*



## 1.7 Echokamers en de versterking van desinformatie

Eerder in dit hoofdstuk is de term "echokamer" gebruikt. In dit subhoofdstuk gaan we dieper in op wat een echokamer is, hoe ze ontstaan en waarom ze belangrijk zijn als we het hebben over mis- en desinformatie.

In de afgelopen twintig jaar hebben zich belangrijke veranderingen voorgedaan in de verspreiding van desinformatie, voornamelijk als gevolg van technologische ontwikkelingen en de groei van sociale mediaplatforms. In deze periode heeft informatiestoornis zich in een alarmerend tempo verspreid. De relatief snelle verspreiding van foutieve informatie en het geloof daarin is in de hand gewerkt door de opkomst en het uitgebreide gebruik van sociale mediasites, zowel op mainstream platforms als Facebook en Tiktok als op alternatieve platforms als 4chan en 8kun. Door de open aard van deze netwerken kunnen foutieve informatie en verhalen zich snel over de hele wereld verspreiden. Om betrokkenheid en shares te maximaliseren, hebben de algoritmes van sociale mediaplatforms de neiging om controversiële of spectaculaire onderwerpen aan te moedigen. En omdat mensen graag informatie consumeren en verspreiden die hun eigen mening bevestigt (bevestigingsbias), zijn er online echokamers ontstaan. In deze gesloten gemeenschappen kan foutieve informatie zich snel verspreiden zonder kritisch bekeken of gecorrigeerd te worden. Bovendien kan desinformatie evolueren tot een nog foutievere en schadelijkere versie die verder van de werkelijkheid verwijderd is. Dit gebeurt door echokamers en het trechtereffect van algoritmen van sociale media. Meer over sociale media-algoritmen wordt later in de richtlijnen uitgelegd in *hoofdstuk 3: technologie & tools*.

De term "echokamer" wordt gebruikt om een situatie te beschrijven waarin mensen alleen worden blootgesteld aan gegevens, ideeën en perspectieven die hun reeds bestaande wereldbeeld ondersteunen. De mensen in deze echokamers hebben de neiging om elkaars meningen te versterken en te versterken, met weinig tot geen interactie met tegengestelde meningen. Daarom negeren of verwerpen ze meestal alles wat dit wereldbeeld uitdaagt. Deze positieve feedbacklus kan de indruk wekken dat men het met elkaar eens is, maar verstikt in feite het streven naar nieuwe perspectieven.

De naam "echokamer" komt van een akoestische echokamer, dat is een ingesloten, holle ruimte die geluiden weerkaatst. Dit is een geweldige metafoor voor wat er wordt waargenomen in deze opinie-echokamers: de gelijkgestemde individuen laten hun eigen meningen en ideeën weerklinken in hun eigen, afgezonderde gebied zonder enige "lawaaivervuiling" van buitenaf (lees: afwijkende meningen).

Deze omgeving is ideaal voor desinformatie en extreme wereldbeelden. Bevestigingsbias, of de neiging om informatie te zoeken en te accepteren die reeds bestaande meningen ondersteunt, wordt versterkt in echokamers. Mensen zijn meer geneigd om informatie zonder vragen te accepteren en te verspreiden als ze in het gezelschap zijn van mensen die hun perspectief delen en als ze worden blootgesteld aan inhoud die dat wereldbeeld ondersteunt. In echokamers kiezen mensen ervoor om alleen informatie te horen en te zien die hun eigen mening bevestigt. Door alleen te horen waar men het al mee eens is, wordt de informatieomgeving beperkt, waardoor misleiding een betere kans krijgt om zich



ongecentreerd te verspreiden. Desinformatie kan zich verspreiden, bediscussieerd worden en versterkt worden in echokamers waar mensen met gelijkaardige vooroordelen samenkomen. Desinformatie bouwt legitimiteit op en wordt moeilijker te ontcrachten als individuen misleidende verhalen met elkaar delen en verspreiden.

Door het gebrek aan interactie met tegengestelde meningen en ideeën worden de echo's waarschijnlijk overdreven en zullen ze vervormen tot extremere meningen die verder van de realiteit afstaan. Dit komt omdat mensen eerder geneigd zijn om informatie zonder vragen te accepteren en te verspreiden als ze in het gezelschap zijn van mensen die hun perspectief delen en als ze worden blootgesteld aan inhoud die dat wereldbeeld ondersteunt. De meningen van de individuen in de echokamer worden versterkt en omgevormd tot standpunten die hoogstwaarschijnlijk een verkapte voorstelling van de echte wereld zijn. Deze vervormde ideeën kunnen dan verspreid worden naar ruimten buiten deze echokamers, omdat de mensen in de echokamers geneigd zijn om de vervormde ideeën die daar gecreëerd zijn over te nemen. Dit is een van de manieren waarop mis- en desinformatie wordt gecreëerd. Hoe deze versterkte ideeën buiten deze echokamers worden verspreid, wordt uitgelegd in hoofdstuk 3: technologie & tools.

Omdat echokamers een grote rol spelen bij de verspreiding van informatiestoornis, spelen ze ook een prominente rol bij online radicalisering. Een van de mechanismen in het radicaliseringsproces is echoën, wat verwijst naar de manier waarop voortdurende interactie met anderen die dezelfde extreme ideeën en overtuigingen hebben, iemands eigen overtuigingen kan vormen en versterken, en mogelijk zelfs geweld kan legitimeren. De "echokamers" die zich online kunnen vormen, dragen bij aan de bevestiging van de overtuigingen van mensen, duwen hen in de richting van radicalere denkwijzen en acties en bevorderen een groter wantrouwen ten opzichte van het reguliere nieuws. Bovendien worden extremistische ideologieën binnen deze echokamers genormaliseerd, waardoor het moeilijk wordt voor individuen om zich hiertegen te verzetten. Dit kan leiden tot uitsluiting van leden die nuance proberen aan te brengen. Belangrijk is dat algoritmes die door sociale mediaplatforms worden gebruikt ook kunnen bijdragen aan de escalatie van steeds extremer ideologieën.

Het is belangrijk om mensen aan te moedigen om bronnen te controleren voordat ze informatie delen. Door het publiek voor te lichten over betrouwbare organisaties en bronnen die feiten controleren, worden ze in staat gesteld om de waarheidsgetrouwheid van materiaal te beoordelen voordat ze het delen. Civiele discussies en een open debat over ideologische grenzen heen moeten worden aangemoedigd om barrières te slechten, echokamers te ontmantelen en wederzijds begrip te bevorderen. De neiging om zich terug te trekken in echokamers kan worden verminderd door een sfeer te creëren waarin uiteenlopende meningen worden gewaardeerd.

Sociale mediaplatforms zijn cruciaal in het tegengaan van de verspreiding van foutieve informatie. De invloed van echokamers op de verspreiding van desinformatie kan worden verminderd door strengere inhoudscontrole, transparantie van algoritmen en verantwoorde aanbevelingssystemen.

## 1.8 Cognitieve dissonantie

Zoals eerder uitgelegd, worstelt onze hedendaagse samenleving met een constant spervuur van informatie. Terwijl we door dit labyrint van informatie navigeren, krijgen we te maken met cognitieve dissonantie: een psychologisch fenomeen dat optreedt wanneer onze overtuigingen en houdingen botsen met tegenstrijdig bewijs of wanneer we tegenstrijdige standpunten tegenkomen.

Dit hoofdstuk gaat in op de relatie tussen cognitieve dissonantie en de alomtegenwoordige verspreiding van misinformatie en desinformatie. We onderzoeken hoe deze interne strijd er onbedoeld toe kan leiden dat individuen bezwijken voor de aantrekkingskracht van onjuiste verhalen en zo onbedoeld slachtoffer of agent worden van misleidende informatiecampagnes. Door de complexiteit van cognitieve dissonantie in de context van informatiestoornis te begrijpen, krijgen we cruciale inzichten in de menselijke vatbaarheid voor manipulatie, waardoor we onze geest kunnen versterken tegen de vloed van onwaarheden in het digitale landschap.

### Geschiedenis

Leon Festinger (1919 - 1989) was de eerste die de theorie van cognitieve dissonantie voorstelde, die zich richt op hoe individuen streven naar interne consistentie. Hij stelde dat individuen een aangeboren verlangen hebben om consistentie te behouden tussen hun overtuigingen en acties. Inconsistente of tegenstrijdige overtuigingen resulteren in disharmonie, die individuen proberen te vermijden.

Zijn theorie was gebaseerd op een participerende observatiestudie van een sekte die geloofde dat de aarde vernietigd zou worden door een vloed en wat er gebeurde met haar leden - vooral de meest toegewijde leden die hun huis en werk hadden opgegeven om voor de sekte te werken - toen de vloed niet plaatsvond. Toegewijde leden waren meer geneigd om het bewijsmateriaal te herinterpreteren om aan te tonen dat ze de hele tijd gelijk hadden (de aarde werd niet vernietigd dankzij de trouw van de sekteleiden).

Volgens zijn theorie hebben we een aangeboren verlangen om harmonie te bewaren in onze houdingen en handelingen, en dissonantie te vermijden. Dit staat bekend als het cognitieve consistentieprincipe. Wanneer houdingen of handelingen inconsistent (dissonant) zijn, moet er iets veranderd worden om de dissonantie weg te nemen.

### Wat is cognitieve dissonantie?

**Cognitieve dissonantie** is het mentale leed dat veroorzaakt wordt door het hebben van twee overtuigingen, waarden of houdingen die met elkaar in conflict zijn. Dit conflict veroorzaakt onaangename gevoelens van onrust of ongemak omdat mensen de neiging hebben om consistentie te zoeken in hun attitudes en percepties. De discrepantie tussen wat mensen geloven en hoe ze zich gedragen, motiveert hen om acties te ondernemen die

hun ongemak verlichten. Mensen proberen deze spanning op verschillende manieren te verlichten, onder andere door nieuwe informatie te verwerpen, weg te verklaren of te vermijden. Cognitieve dissonantie kan veroorzaakt worden door zich gedwongen te voelen om iets te doen, nieuwe kennis te verwerven of te kiezen tussen twee gelijkaardige opties.

Cognitieve dissonantie kan onbehagen en ongemak veroorzaken bij individuen. Dit is vooral waar als de discrepantie tussen hun overtuigingen en acties een kernaspect van hun **zelfgevoel** betreft.

Als je je bijvoorbeeld gedraagt op een manier die niet strookt met je persoonlijke waarden, kan dat leiden tot intense gevoelens van ongemak. Je gedrag is niet alleen in tegenspraak met de overtuigingen die je hebt over de wereld, maar ook met de overtuigingen die je hebt over jezelf.

Dit ongemak kan zich op verschillende manieren uiten. Iemand met cognitieve dissonantie kan zich voelen:

- Angst
- Gêne
- Spijt
- Verdriet
- Schaamte
- Stress

Cognitieve dissonantie kan zelfs invloed hebben op hoe mensen over zichzelf denken en zichzelf zien, wat leidt tot negatieve gevoelens van eigenwaarde en eigenwaarde.

## De oorzaken van cognitieve dissonantie

Cognitieve dissonantie wordt door iedereen tot op zekere hoogte ervaren, maar is niet altijd eenvoudig te identificeren. Enkele aanwijzingen dat uw emoties verband kunnen houden met dissonantie zijn onder andere:

1. Je ongemakkelijk voelen voordat je iets doet of een beslissing neemt.
2. Probeert een genomen beslissing of actie te rechtvaardigen of te rationaliseren.
3. Je beschaamd voelen voor iets wat je hebt gedaan en proberen het voor anderen te verbergen.
4. Je schuldig voelen of spijt hebben over iets dat je in het verleden hebt gedaan.
5. Dingen doen vanwege sociale druk of de angst om iets te missen (FOMO), zelfs als je ze niet wilde doen.

Er zijn talloze situaties die inconsistenties kunnen veroorzaken die leiden tot cognitieve dissonantie, bijvoorbeeld:

- **Gedwongen gehoorzaamheid:** Als gevolg van externe verwachtingen op het werk, op school of in een sociale omgeving, kun je soms merken dat je je gedraagt op een manier die tegen je eigen overtuigingen ingaat. Dit kan inhouden dat je je

conformeert aan druk van leeftijdsgenoten of dat je iets doet om ontslag te voorkomen.

- **Beslissingen:** Mensen nemen elke dag beslissingen, zowel grote als kleine. Omdat beide opties even aantrekkelijk zijn, blijven we vaak achter met gevoelens van dissonantie wanneer we geconfronteerd worden met twee vergelijkbare opties. Zodra een beslissing is genomen, moeten mensen echter een methode vinden om dit ongemak te verlichten. We bereiken dit door aan te tonen waarom onze keuze de beste optie was, zodat we erop kunnen vertrouwen dat we de juiste beslissing hebben genomen.
- **Nieuwe informatie:** Soms kan het verwerven van nieuwe kennis leiden tot cognitieve dissonantie. Als je je bijvoorbeeld overgeeft aan een gedrag waarvan je later ontdekt dat het schadelijk is, kun je ongemak ervaren. Dit ongemak kan vooral uitgesproken zijn als de nieuwe informatie in strijd is met diepgewortelde overtuigingen of overtuigingen die centraal staan in iemands identiteit. Mensen reageren hier vaak op door te proberen hun acties te rechtvaardigen of door nieuwe informatie in diskrediet te brengen of te negeren, of door informatie te zoeken die aansluit bij hun reeds bestaande overtuigingen (bevestigingsbias).

In de context van mis- en desinformatie kan deze neiging om cognitieve overeenstemming te zoeken bijzonder problematisch zijn. Desinformatie maakt vaak misbruik van deze cognitieve processen, omdat het zo ontworpen kan zijn dat het aansluit bij reeds bestaande overtuigingen of emotioneel geladen verhalen aanboort. Dit maakt het waarschijnlijker voor mensen om mis- en desinformatie te accepteren en te verspreiden, omdat het een gemakkelijke oplossing biedt voor het ongemak dat wordt veroorzaakt door tegenstrijdige informatie.

## Cognitieve dissonantie oplossen

Dissonantie kan op drie manieren worden verminderd: bestaande overtuigingen veranderen, nieuwe overtuigingen toevoegen en/of het belang van de overtuigingen verminderen. Wanneer er conflicten zijn tussen cognities (gedachten, overtuigingen en meningen), zullen individuen op deze manieren maatregelen nemen om dissonantie en onrust te verminderen:

1. **Nieuwe informatie verwerven om dissonante overtuigingen te compenseren.** Bijvoorbeeld: mensen die te horen krijgen dat broeikasgassen de opwarming van de aarde veroorzaken, kunnen een dissonant gevoel krijgen als ze in een benzineverslindende auto rijden. Om deze cognitieve dissonantie te verminderen, kunnen ze op zoek gaan naar nieuwe informatie die het idee tegensprekt dat de uitstoot van broeikasgassen bijdraagt aan de opwarming van de aarde.
2. **Het belang van de cognitie verminderen:** Het aantrekkelijker maken van het gekozen alternatief en het minder aantrekkelijk maken van het afgewezen alternatief is een veelgebruikte methode om cognitieve dissonantie te verminderen. Dit wordt "het uit elkaar trekken van de alternatieven" genoemd. Iemand zou zichzelf ervan kunnen overtuigen dat het beter is om "voor vandaag te leven" dan om "voor morgen te sparen". Op deze manier zou hij het belang van dissonante cognitie verminderen.

3. **Bestaande overtuigingen veranderen:** Een of meer houdingen, gedragingen, overtuigingen, enz. veranderen om een consonante relatie tussen de twee elementen te creëren. Wanneer een van de dissonante elementen gedrag is, kan de persoon het gedrag veranderen of elimineren. Deze methode van dissonantiereductie levert echter vaak problemen op voor individuen, omdat het vaak moeilijk is om ingesleten gedragsreacties te veranderen.

Het veranderen van de conflicterende cognitie is een van de meest effectieve strategieën om cognitieve dissonantie op te lossen, maar ook een van de meest uitdagende, vooral in het geval van diepgewortelde waarden en overtuigingen, zoals religieuze of politieke overtuigingen.

Mensen verminderen het ongemak van cognitieve dissonantie door informatie na te streven die overeenkomt met hun huidige overtuigingen en deze ondersteunt, door het belang van de conflicterende overtuiging te verminderen en door hun overtuigingen te veranderen om de gevoelens van conflict te verminderen.

## Cognitieve dissonantie, media en informatiestoornis

De media speelt een belangrijke rol bij het vormen van de overtuigingen en houdingen van mensen. De media heeft de macht om de publieke opinie te beïnvloeden, bepaalde verhalen te promoten en ons begrip van de wereld vorm te geven. In de afgelopen jaren hebben de opkomst van sociale media en de overvloed aan online nieuwsbronnen de invloed van de media op individuen vergroot.

Zoals eerder gezegd, omvat mis- en desinformatie foutieve en/of misleidende informatie die als feitelijk wordt gepresenteerd, vaak in de vorm van verzonnen verhalen, gemanipuleerde media of bevooroordeelde berichtgeving. In het digitale tijdperk baart de verspreiding ervan zorgen omdat het de publieke opinie kan manipuleren, verwarring kan zaaien en het vertrouwen in de media kan aantasten. De dominantie van het internet als informatiebron, vooral via sociale media, zorgt voor uitdagingen op het gebied van verificatie en kwaliteitscontrole, waardoor inspanningen nodig zijn om een kritische evaluatie van nieuwsinhoud te stimuleren.

Er is een voortdurende discussie over de noodzaak om de inhoud van nieuws te reguleren om informatieverstoring op sociale media te voorkomen. Het is essentieel om robuuste mechanismen te ontwikkelen om effectieve communicatie en een bijdragende sfeer voor constructief debat te garanderen. Recent onderzoek probeert een kritische houding aan te nemen ten opzichte van bestaande informatiestoornisvlaggen (misinformatie, desinformatie) en hun potentiële impact op de geloofwaardigheid van berichten op sociale media. Indicatoren van vals nieuws zouden gebruikers moeten aanmoedigen om de informatie die ze ontvangen en delen op sociale netwerken kritischer te evalueren. Cognitieve dissonantie in de detectie van informatiestoornis is een centraal mechanisme dat ten grondslag ligt aan het markeren van foutief nieuws.

**Cognitieve dissonantie en informatiestoornis** kunnen nauw met elkaar verweven zijn. Wanneer mensen informatie tegenkomen die hun bestaande overtuigingen of waarden tegensprekt, kan cognitieve dissonantie ontstaan. Mensen kunnen zich ongemakkelijk voelen als ze geconfronteerd worden met tegenstrijdige informatie, vooral als deze hun diepgewortelde overtuigingen uitdaagt of aansluit bij hun vooropgezette ideeën. Als reactie hierop kunnen mensen strategieën gebruiken om de cognitieve dissonantie te verminderen, zoals het verwerpen of negeren van de tegenstrijdige informatie, het opzoeken van bevestigingsbias door selectief nieuws te consumeren dat overeenkomt met hun bestaande overtuigingen, of het rationaliseren van de tegenstrijdigheid.

Informatiestoornis kan cognitieve dissonantie uitbuiten door informatie te presenteren die de bestaande overtuigingen van mensen bevestigt, zelfs als die onwaar of misleidend is. Mensen zijn eerder geneigd om informatie te accepteren en te delen die overeenkomt met hun vooroordelen, omdat het de cognitieve dissonantie helpt verminderen en hun overtuigingen versterkt. Dit fenomeen kan bijdragen aan de verspreiding van verkeerde informatie en het moeilijk maken om foutieve verhalen aan te pakken.



## 1.9 Voorbeelden van informatiestoornis

### Bosbranden in het Amazoneregenwoud (augustus 2019)

In augustus van 2019 woedden er grote bosbranden in het regenwoud van de Amazone. Veel beroemdheden en mensen met grote volgers op sociale media (zoals Logan Paul, Emmanuel Macron, Justin Trudeau en Leonardo DiCaprio) delen foto's van deze bosbranden op sociale media om hun bezorgdheid te uiten en de discussie over klimaatverandering en ontbossing in het Amazoneregenwoud aan te wakkeren.

The image displays four social media posts related to the Amazon rainforest fires in August 2019. At the top left is a tweet from Emmanuel Macron (@EmmanuelMacron) dated August 22, 2019, at 9:15 p.m. The tweet reads: "Our house is burning. Literally. The Amazon rain forest - the lungs which produces 20% of our planet's oxygen - is on fire. It is an international crisis. Members of the G7 Summit, let's discuss this emergency first order in two days! #ActForTheAmazon". Below the text is a photograph of a massive fire with thick white and grey smoke rising into the sky. To the right is a tweet from Logan Paul (@LoganPaul) dated August 21, 2019, at 8:38 a.m. The tweet asks for advice on how to help and mentions that the pictures are heart-breaking. It also includes a similar photograph of a large fire in the rainforest. Below these is a tweet from Justin Trudeau (@JustinTrudeau) dated August 22, 2019, at 9:15 p.m., which agrees with Emmanuel Macron and calls for action. At the bottom right is an Instagram post from Leonardo DiCaprio (@leonardodicaprio) with 3,828,701 likes. The post features the same fire photograph and includes a caption that expresses concern about the lack of media coverage for the fires.

Maar hoewel het een feit was dat bepaalde delen van het Amazoneregenwoud in brand stonden, zijn de foto's die op Twitter en Instagram zijn gedeeld door de mensen hierboven niet van deze specifieke bosbranden, maar van bosbranden die eerder hadden

plaatsgevonden. De foto's die op grote schaal werden gedeeld op sociale media werden dus buiten hun oorspronkelijke context gebruikt. Het gebruik van zulke schokkende, krachtige foto's kan meer kracht geven aan het verhaal en hun kant in de discussie over klimaatverandering en de bescherming van het milieu. Bovendien verhogen dergelijke foto's de interactie met de berichten op sociale media door middel van likes, reacties en delen.

Bosbranden in het Amazoneregenwoud zijn niet nieuw. Als gevolg van ontbossing door het verbranden van delen van het bos om de grond te ontwikkelen voor landbouwdoeleinden, zijn er al meerdere branden geweest. Maar door de grote aandacht voor dit specifieke geval op sociale media, doen mensen het voorkomen alsof dit de eerste keer is dat er zo'n grote natuurbrand is geweest.

Hoewel er onjuiste foto's worden gedeeld over dit nieuwsbericht, lijkt dit echter een geval van misinformatie te zijn, waarbij de mensen die de verkeerde foto's plaatsen niet de intentie hebben om mensen te misleiden. In plaats daarvan hebben ze het doel om te proberen politici onder druk te zetten om iets te doen aan de ontbossing in het Amazoneregenwoud. Het lijkt erop dat het niet de bedoeling was om iemand kwaad te doen en dat de verkeerde foto's per ongeluk zijn gebruikt.

## Rusland traint adelaars om drones te onderscheppen (mei 2023)

Dit voorbeeld is gebaseerd op een [fact-check](#) van VRT NWS (de Vlaamse publieke omroep).

Nadat twee drones begin mei het Kremlin hadden geraakt, begonnen berichten op sociale media de ronde te doen dat Rusland adelaars traint om drones die Rusland aanvallen te onderscheppen. Meer in het bijzonder zeiden stemmen op sociale media dat formaties van deze arenden zouden worden ingezet om Moskou te beschermen tijdens de viering van de Dag van de Overwinning op 9 mei. Veel van deze berichten op sociale media gaan vergezeld van video's van een adelaar die een witte drone onderschept, die al meer dan een miljoen keer is bekeken. Naar verluidt was een militaire specialist de eerste die de video vrijgaf.





Verschillende nieuwszenders hadden de verhalen over deze adelaars, die op sociale media waren ontstaan, opgepikt en er verslag van gedaan (bijvoorbeeld de Vlaamse populaire krant [Het Laatste Nieuws](#) en de Nederlandse publieke omroep [NOS](#)).

Uit verschillende factchecks blijkt dat verschillende landen in het verleden inderdaad hebben geëxperimenteerd met het trainen van arenden om drones te onderscheppen. Omdat deze projecten echter niet de gewenste resultaten opleverden, werden deze trainingsinitiatieven stopgezet. De video die circuleert op sociale media is niet recent en is afkomstig van een Nederlands trainingsproject van de politie met arenden in 2016. Deze video werd in september 2016 op YouTube gezet door de BBC, die verslag deed van dit trainingsproject van de Nederlandse politie.

## Het World Economic Forum wil water rantsoeneren (april 2023)

Dit voorbeeld is gebaseerd op een [fact-check](#) van Knack, een Vlaams nieuwsmagazine.

Een screenshot van een nieuwsartikel gaat viral op sociale media in april 2023. De titel van het artikel luidt: "Water is geen mensenrecht. WEF beveelt regeringen om water in huizen te rantsoeneren". Dit screenshot is afkomstig van een Amerikaanse website "The People's Voice", een website waarvan al eerder bekend was dat ze foutieve informatie deelde. Het artikel beweert dat het World Economic Forum stelt dat water geen fundamenteel mensenrecht is en dat overheden hun watervoorziening moeten rantsoeneren.



Het artikel van "The People's Voice" noemt een verslag over de VN-waterconferentie die in maart werd georganiseerd als de bron van deze informatie over de voorgestelde waterrantsoenen. Het verslag over deze conferentie vat de discussies op de conferentie samen en schrijft over de Sustainable Development Goals (SDG's) van de VN, maar heeft het niet over specifiek waterbeleid.

Al snel onderzochten verschillende factchecking-initiatieven de beweringen in het artikel. Zij concludeerden dat de beweringen onjuist waren: In het verslag over de waterconferentie wordt niets gezegd over het rantsoeneren van water.

## 1.10 Verwijzingen

- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211–236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>
- Bauer, M., & Zirker, A. (2022). Political obfuscation and literary ambiguity. *Lili-zeitschrift Fur Literaturwissenschaft Und Linguistik*, 52(4), 613–630. <https://doi.org/10.1007/s41244-022-00271-1>
- Bull, P. (2003). *The microanalysis of political communication: claptrap and ambiguity* (1st ed.). London Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203417843>
- Cherry, K. (2022, November 7). *What Is Cognitive Dissonance?* Verywell Mind. <https://www.verywellmind.com/what-is-cognitive-dissonance-2795012>
- Cotter, K., & Thorson, K. (2022). Judging Value in a Time of Information Cacophony: Young Adults, Social media, and the Messiness of do-it-Yourself Expertise. *The International Journal of Press/Politics*, 27(3), 629–647. <https://doi.org/10.1177/19401612221082074>
- DiFranzo, D., & Gloria-Garcia, K. (2017). Filter Bubbles and Fake News. *XRDS*, 23(3), 32–35. <https://doi.org/10.1145/3055153>
- Ecker, U. K. H., Lewandowsky, S., Cook, J., Schmid, P., Fazio, L. K., Brashier, N. M., Kendeou, P., Vraga, E. K., & Amazeen, M. A. (2022). The psychological drivers of misinformation belief and its resistance to correction. *Nature Reviews Psychology*, 1(1), 13–29. <https://doi.org/10.1038/s44159-021-00006-y>
- Festinger, L. (1957). A theory of cognitive dissonance. In *Stanford University Press eBooks*. <https://doi.org/10.1515/9781503620766>
- Figl, K., Kießling, S., Rank, C., & Vakulenko, S. (2019). *Fake News Flags, Cognitive Dissonance, and the Believability of Social Media Posts*. International Conference on Information Systems, Munich, Germany. [https://aisel.aisnet.org/icis2019/cyber\\_security\\_privacy\\_ethics\\_IS/cyber\\_security\\_privacy/27](https://aisel.aisnet.org/icis2019/cyber_security_privacy_ethics_IS/cyber_security_privacy/27)
- Frau-Meigs, D. (2022). How disinformation reshaped the relationship between journalism and media and information literacy (MIL): Old and new perspectives revisited, *Digital Journalism*, 10:5, 912-922, <https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2081863>
- Harmon-Jones, E., & Mills, J. (1999). Cognitive dissonance: Progress on a pivotal theory in social psychology. *American Psychological Association eBooks*. <https://doi.org/10.1037/10318-000>

- Kanoh, H. (2018). Why do people believe in fake news over the Internet? An understanding from the perspective of existence of the habit of eating and drinking. *Procedia Computer Science*, 126, 1704–1709. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2018.08.107>
- Lanier, J. (2018). *Ten Arguments for Deleting Your Social Media Accounts Right Now* (1st ed.). Henry Holt and Co.
- Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., ... Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094–1096. <https://doi.org/10.1126/science.aao2998>
- Levy, G., & Razin, R. (2019). Echo Chambers and Their Effects on Economic and Political Outcomes. *Annual Review of Economics*, 11, 303–328. <https://doi.org/10.1146/annurev-economics-080218-030343>
- Martel, C., Pennycook, G., & Rand, D. G. (2020). Reliance on emotion promotes belief in fake news. *Cognitive Research: Principles and Implications*, 5(1). <https://doi.org/10.1186/s41235-020-00252-3>
- McLeod, S. (2023). What Is Cognitive Dissonance Theory? *Simply Psychology*. <https://www.simplypsychology.org/cognitive-dissonance.html>
- Mølmen, G. N., & Ravndal, J. A. (2021). Mechanisms of online radicalisation: how the internet affects the radicalisation of extreme-right lone actor terrorists. *Behavioral Sciences of Terrorism and Political Aggression*, 1-25. <https://doi.org/10.1080/19434472.2021.1993302>
- Muhammad, M. J. (2021). A pragma-linguistic study of suggestive ambiguity in selected political texts. *Journal of Language and Linguistic Studies*, 17(4), 2154–2165. <https://doi.org/10.52462/jlls.156>
- Page, B. I. (1976). The theory of political ambiguity. *American Political Science Review*, 70(3), 742–752. <https://doi.org/10.2307/1959865>
- Security, C. C. F. C. (2022, February 23). *How to identify misinformation, disinformation, and malinformation (ITSAP.00.300)* - Canadian Centre for Cyber Security. Canadian Centre for Cyber Security. <https://www.cyber.gc.ca/en/guidance/how-identify-misinformation-disinformation-and-malinformation-itsap00300>
- Sharma, S. (2021, July 9). *List Of 10 Basic Emotional Needs In A Relationship & Their Importance*. Calm Sage - Your Guide to Mental and Emotional Well-being. <https://www.calmsage.com/basic-emotional-needs-in-a-relationship/>
- Sima, R. (2022, November 3). Why do our brains believe lies? *The Washington Post*. <https://www.washingtonpost.com/wellness/2022/11/03/misinformation-brain-beliefs/>

- Sullivan, M. (2017). It's time to retire the tainted term "fake news." Retrieved from [https://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/its-time-to-retire-the-tainted-term-fake-news/2017/01/06/a5a7516c-d375-11e6-945a-76f69a399dd5\\_story.html](https://www.washingtonpost.com/lifestyle/style/its-time-to-retire-the-tainted-term-fake-news/2017/01/06/a5a7516c-d375-11e6-945a-76f69a399dd5_story.html)
- The Poynter Institute. (n.d.). *International Fact-Checking Network - Poynter*. Poynter. <https://www.poynter.org/ifcn/>
- Van Wonderen, R. (2023). *Rechts-extremistische Radicalisering op Sociale Media Platformen*. Verwey-Jonker Instituut.
- Van Wonderen, R. (2023). *Richtlijn / onderbouwing Radicalisering*. Verwey-Jonker Instituut.
- Van Wonderen, R. & Peeters, M. (2021). *Werken aan weerbaarheid tegen desinformatie en eenzijdige meningsvorming. Evaluatie lesprogramma Under Pressure*. Utrecht: Verwey-Jonker Instituut. [https://www.verwey-jonker.nl/wp-content/uploads/2022/04/120550\\_Werken-aan-weerbaarheid-tegen-desinformatie-eenzijdige-meningsvorming.pdf](https://www.verwey-jonker.nl/wp-content/uploads/2022/04/120550_Werken-aan-weerbaarheid-tegen-desinformatie-eenzijdige-meningsvorming.pdf).
- Wardle, C. (2019). *Understanding information disorder*. New York: First Draft. Retrieved from [https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/10/Information\\_Disorder\\_Digital\\_AW.pdf?x32722](https://firstdraftnews.org/wp-content/uploads/2019/10/Information_Disorder_Digital_AW.pdf?x32722)
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). *Information disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*. Strasbourg: Council of Europe. Retrieved from <https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html>
- Watson, A.: Fake news worldwide - statistics & facts, 2022. Retrieved from: <https://www.unesco.org/en/world-media-trends/fake-news-worldwide-statistics-facts> (May 2023)
- Watzlawick, P. (1993). *The Language of Change: Elements of Therapeutic Communication*. W W Norton & Company.
- Watzlawick, P., Bavelas, J. B., & Jackson, D. D. (2011). *Pragmatics of human communication: A study of interactional patterns, pathologies and paradoxes*. W W Norton & Company.
- World health Organization. (n.d.). *Fact sheets*. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets>
- Zuckerman, E. (2017). Stop saying "fake news". It's not helping. Retrieved from <https://ethanzuckerman.com/2017/01/30/stop-saying-fake-news-its-not-helping/>