

Rapport voor deelnemers UA burgerpanel

Beste deelnemer,

In de periode van 11 tot 20 januari 2023 nam u deel aan een onderzoek van de Universiteit Antwerpen over de effectiviteit van berichten die dienen om mediageletterdheid te vergroten. Wij zouden u eerst nogmaals **hartelijk willen bedanken voor uw deelname** aan dit onderzoek. Dit rapport beschrijft het **doel, verloop en resultaten** van het experiment waaraan u deelnam.

Doel van het experiment

In tijden van toenemende mis- en desinformatie is het voor burgers steeds lastiger om te herkennen welke (nieuws)berichten online echt zijn en welke nep zijn. Om burgers hierbij te helpen, en om te vermijden dat zij vallen voor misinformatie, zijn er verschillende initiatieven gaande om burgers hun (online) mediageletterdheid te verhogen. In dergelijke *mediageletterdheid berichten* worden verschillende tips aan burgers gegeven over hoe zij nepnieuws, maar ook kwaliteitsnieuws kunnen herkennen. Tot nu toe is er echter nog maar weinig onderzoek gedaan naar de vraag of dergelijke berichten ook effectief zijn en of ze inderdaad ertoe leiden dat burgers beter echt en nep nieuws van elkaar kunnen onderscheiden. Daarnaast is onduidelijk hoe zulke berichten er qua inhoud uit moeten zien om zo effectief mogelijk te zijn. Met dit onderzoek wilden we een eerste stap zetten in het beantwoorden van deze vragen. Het doel van het onderzoek was tweevoudig.

Allereerst wilden we te weten komen of *mediageletterdheid berichten* werken en of mensen die aan zo'n bericht zijn blootgesteld vervolgens ook daadwerkelijk een fake nieuwsartikel kunnen herkennen. Daarbij waren wij ook benieuwd of dit eventueel ten koste gaat van vertrouwen in en het herkennen van geverifieerde nieuwsberichten. Een gevaar is namelijk dat dergelijke initiatieven mensen niet alleen sceptisch maken tegenover misinformatie, maar dat zij vertrouwen verliezen in alle informatie, ook wanneer deze informatie van betrouwbare bronnen komt. In dat geval creëert deze oplossing nieuwe problemen.

Een tweede doel was om te kijken of de inhoud van het *mediageletterdheid bericht* van invloed is op de effectiviteit. Soms wordt in dergelijke berichten vooral op de gevaren van nepnieuws gewezen en worden tips gegeven rond hoe men nepnieuws kan herkennen. Andere varianten, daarentegen, geven

eerder tips over hoe men betrouwbaar en kwaliteitsvol nieuws kan herkennen. Het is mogelijk dat afhankelijk van welke focus men legt, of welke *framing* men gebruikt, de effectiviteit anders is. Daarnaast kan het zijn dat het gevaar dat men vertrouwen verliest in al het nieuws, groter is met bepaalde varianten. De bestaande literatuur suggereert bijvoorbeeld dat het gebruik van het woord *nepnieuws* juist een algemeen wantrouwen tegenover al het nieuws aan kan wakkeren. Met dit experiment wilde we deze verwachting testen.

Methode

De effectiviteit van mediageletterdheid berichten werd onderzocht aan de hand van een online survey experiment waarbij elke deelnemer willekeurig werd onderverdeeld in één van vier verschillende groepen. Dit betekent dat niet elke respondent exact dezelfde vragenlijst voorgeschoteld kreeg, hoewel de vragenlijsten voor het grootste deel wel gelijkaardig waren.

In de vragenlijst werden eerst een aantal algemene vragen gesteld over het nieuwsgedrag van de deelnemers. Vervolgens begon het echte experiment. De meeste deelnemers werden eerste blootgesteld aan één van drie versies van een mediageletterdheid bericht. Een uitzondering vormde de controlegroep (25% van de deelnemers) die niet een dergelijk bericht te zien kregen. De drie berichten verschilden in de focus, of zoals dat in de wetenschappelijke literatuur vaak wordt genoemd, in de *framing* die zij gebruikten. De eerste variant benadrukte vooral het gevaar van fake news en gaf tips rond hoe men dergelijk fake news kan herkennen. De tweede variant focuste daarentegen op betrouwbare informatie en gaf tips over hoe men kan herkennen dat een bericht (zeer waarschijnlijk) betrouwbaar is. De derde variant gebruikte een mix van de twee andere varianten en gaf zowel tips voor het herkennen van valse informatie en betrouwbare informatie.

Op de volgende pagina vindt u een voorbeeld van, in dit geval, het bericht dat tips gaf rond hoe men fake news kan herkennen.

Figuur 1: Voorbeeld van het mediageletterdheid bericht met het fake news frame

Fake of toch niet?

Het internet biedt heel wat informatie, maar een deel van deze informatie is fake news. Hoe weet je welke informatie verzonnen of misleidend is en welke niet? Deze tips om nepnieuws te herkennen helpen je op weg.

Doel

Kijk altijd naar het achterliggende doel van het artikel. Fake news heeft als doel om jou te misleiden en dient vaak de belangen van een bepaalde groep of organisatie.

Bron

Controleer steeds de bronnen die het artikel aanhaalt. Nepnieuws vermeldt vaak niet duidelijk welke bronnen men gebruikt. Wanneer men niet verwijst naar een specifieke expert of organisatie en geen of enkel vage bronnen gebruikt, is dit een goede indicatie dat je te maken hebt met fake news.

Datum

Controleer de datum van het artikel. Fake news bevat niet altijd een datum of vermeldt een incorrecte datum voor de gebeurtenissen waarover ze verslaggeeft.

Schrijfstijl

Let op taal. Fake news is soms slecht geschreven en bevat mogelijk schrijf- en/of grammaticale fouten. Ook maakt nepnieuws soms gebruik van koppen of tekst vol hoofdletters en uitroeptekens.

Google reverse image search

Fake news artikelen gebruiken soms bewerkte afbeeldingen of foto's van andere gebeurtenissen dan waarover het artikel gaat. Check daarom de afbeelding via Google Reverse Image Search om te achterhalen waar de foto origineel vandaan komt en of ze bewerkt is.

Na de blootstelling aan het mediageletterdheid bericht kregen de deelnemers ook twee nieuwsartikelen te lezen (in willekeurige volgorde). Een van deze nieuwsberichten ging over pesticiden en was echt. Dit artikel kwam van de VRT, maar was ook geverifieerd door verschillende andere nieuwsorganisaties en wetenschappelijke rapporten. Het tweede bericht was een nep nieuwsbericht dat door de onderzoekers zelf was opgesteld. Dit bericht maakte de claim dat elke vorm van genetisch gemanipuleerd voedsel tot kanker leidt. Voor deze claim is echter geen enkel wetenschappelijk bewijs. Het nieuwsbericht zelf bevatte verschillende kenmerken van fake nieuws. Zo was het erg sensationeel geschreven, werd er niet verwezen naar bronnen om de claims te onderbouwen en werden er expres taalfouten in het artikel gemaakt.

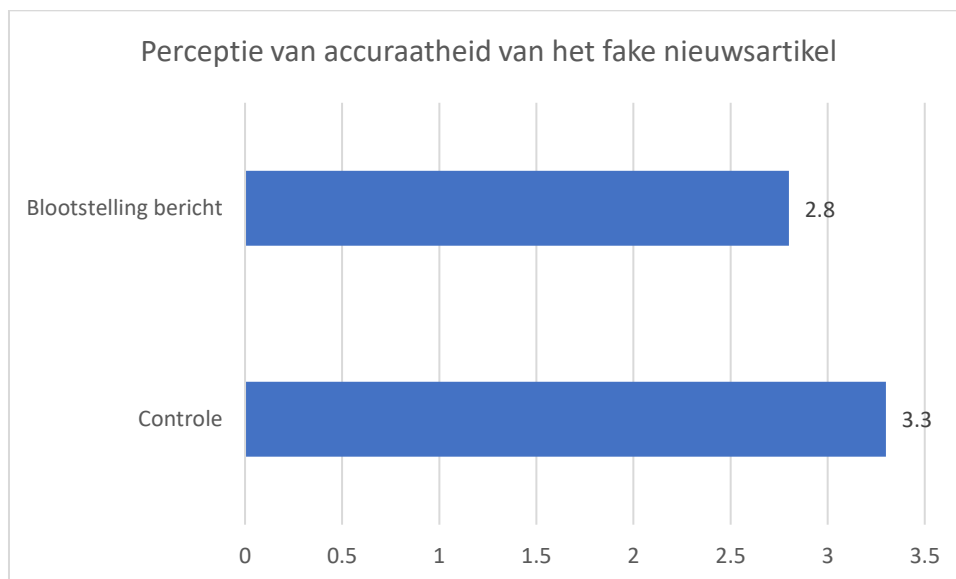
Na het lezen van de artikelen werd aan burgers steeds gevraagd hoe a) accuraat, b) betrouwbaar, en c) waarheidsgetrouw zij dachten dat de artikelen waren op een schaal van 1 (helemaal niet) tot 7 (helemaal wel). Deze drie vragen werden samengevoegd tot één 7-puntschaal waarbij een lage score aangaf dat de respondenten het artikel niet als accuraat beschouwden en een hoge score dat zij het artikel wel als accuraat beschouwden.

Resultaten

Voor de analyse bekeken we eerst het effect van mediageletterdheid berichten in het algemeen door de perceptie van accuraatheid van de controlegroep- die geen bericht kregen te zien – te vergelijken met de andere drie groepen – die wel een(der welk) bericht kregen te zien. In een tweede stap vergeleken we vervolgens ook de verschillen in effecten tussen de drie typen berichten.

Figuur 2 toont het effect van blootstelling aan een mediageletterdheid bericht op de perceptie van accuraatheid van het fake nieuwsartikel. Indien mediageletterdheid berichten werken dan zouden we moeten zien dat deelnemers die een dergelijk bericht te zien kregen dit nep artikel als minder accuraat beschouwen dan mensen die niet een dergelijk bericht te zien kregen (de controlegroep). De figuur toont aan dat dit ook daadwerkelijk het geval was. Mensen in de controlegroep dachten gemiddeld genomen inderdaad dat het fake nieuwsartikel meer accuraat was dan mensen die eerder daarvoor tips hadden ontvangen rond hoe nepnieuws te herkennen. Dit verschil was significant – wat wil zeggen dat het onwaarschijnlijk is dat het puur op statistisch toeval berust – en substantieel, aangezien het verschil ongeveer een half punt is.

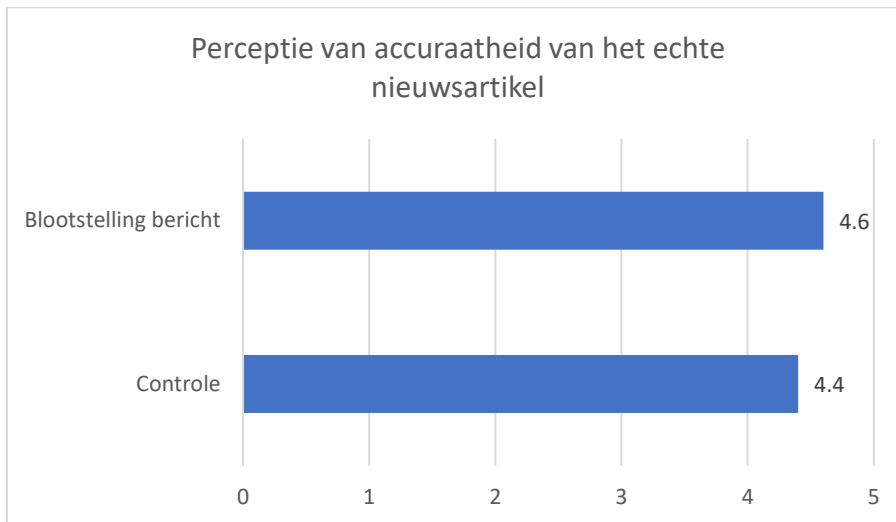
Figuur 2



Hoe zit het dan met de accuraatheidsperceptie van het echte artikel? Zoals eerder aangegeven bestaat er een risico dat door mensen te wijzen op het gevaar van fake nieuws ze sceptisch worden over alle nieuwsverhalen. Wanneer dit het geval is dan zouden we moeten zien dat niet alleen de perceptie van accuraatheid van het fake nieuwsartikel afneemt, maar ook dat van het echte artikel. Dit is wat we bekijken in figuur 3. Over het algemeen geeft deze figuur goed nieuws, aangezien er geen aanwijzingen zijn dat een dergelijk gevaar plaatsvindt. Sterker nog, er zijn aanwijzingen dat mensen blootgesteld aan een mediageletterdheid bericht niet alleen het fake nieuwsartikel beter herkennen, maar dat zij ook

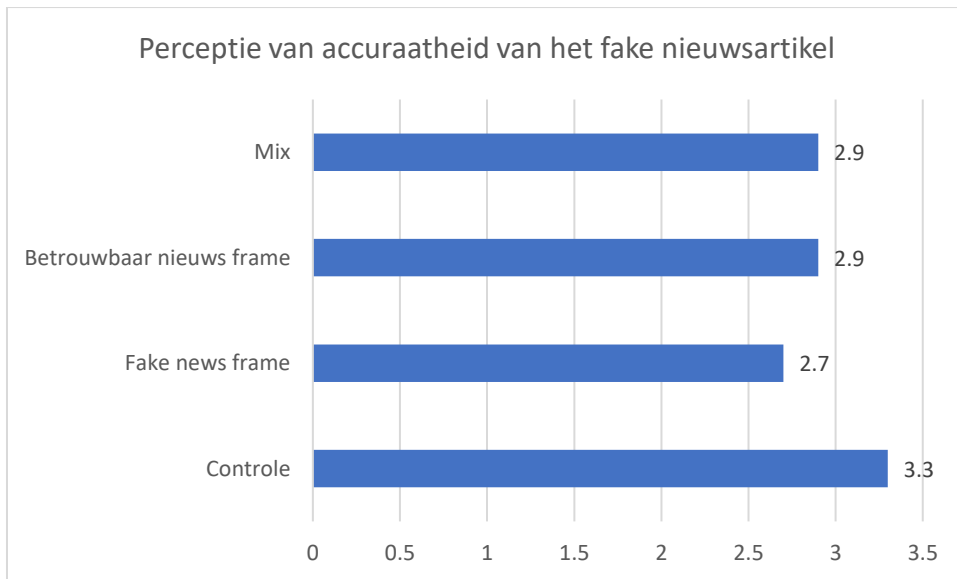
het echte artikel juist als *meer* accuraat beschouwen. Dit effect was echter niet significant, wat betekent dat we niet kunnen uitsluiten dat dit verschil puur op statistisch toeval berust. Hoe het ook zij, het toont in ieder geval aan dat dergelijke mediageletterdheid niet tot een algemeen wantrouwen naar al het nieuws leiden.

Figuur 3



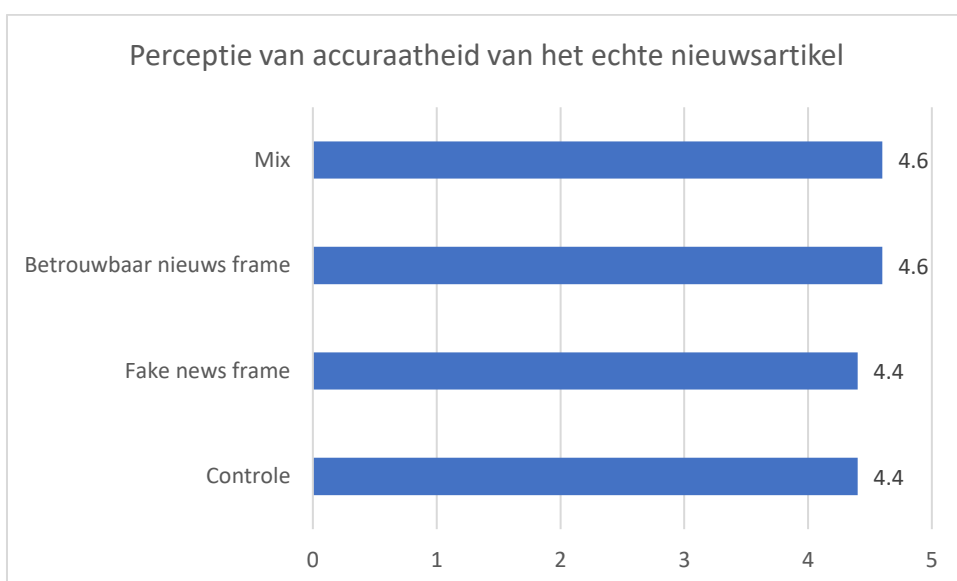
Hoe zit het dan als we de drie verschillende varianten van mediageletterdheid berichten met elkaar vergelijken? Figuur 4 op de volgende pagina toont aan dat alle drie de varianten van het mediageletterdheid bericht effectief zijn. Voor elk van de drie varianten geldt dat deelnemers die eraan zijn blootgesteld ook daadwerkelijk het fake nieuwsartikel als minder accuraat beschouwen in vergelijking met de controlegroep. Hierbij valt wel op dat het fake news frame het meest effectief lijkt te zijn. Dit verschil is echter klein.

Figuur 4



Hoewel de verschillen klein zijn, lijken de mediageletterdheid berichten die het fake news frame gebruiken iets effectiever. De vraag is echter of dit ten koste gaat van het vertrouwen of de perceptie van accuraatheid in betrouwbare berichten. Het gebruik van het fake news frame zou namelijk kunnen leiden tot een algemeen gevoel van wantrouwen. Figuur 5 geeft hier echter geen aanwijzing voor. Deelnemers blootgesteld aan het fake news frame beoordeelden het echte nieuwsartikel niet als minder accuraat dan mensen in de controlegroep. Wel zien we dat mensen die werden blootgesteld aan het betrouwbare nieuws frame of een mix het echte nieuwsartikel als iets meer accuraat zagen, al is het effect zeer klein.

Figuur 5



Conclusie

Het doel van dit onderzoek was om te onderzoeken of mediageletterdheid berichten effectief zijn in het tegengaan van mis- en desinformatie. Om dit te onderzoeken voerden wij begin dit jaar een experiment uit met het Burgerpanel.

De resultaten van het experiment laten zien dat mediageletterdheid berichten inderdaad werken. Na blootstelling hieraan waren deelnemers beter in staat om fake nieuwsberichten te herkennen en percipieerden zij deze berichten als minder accuraat. Hoewel er soms de vrees bestaat dat dit ten koste gaat van vertrouwen in betrouwbaar nieuws, vonden we daar geen aanwijzingen voor. We onderzochten ook of het uitmaakt welk frame mediageletterdheid berichten gebruiken. We vonden geen grote verschillen tussen de drie versies, al bleek het bericht dat vooral focust op hoe men fake nieuws kan herkennen (i.p.v. hoe men betrouwbaar nieuws kan herkennen) ietsjes effectiever te zijn.

Al met al geeft deze studie een eerste aanwijzing dat mediageletterdheid berichten inderdaad kunnen helpen in de strijd tegen desinformatie. Tegelijkertijd werden in deze studie deelnemers slechts blootgesteld aan één zo'n bericht en hoefden zij ook maar twee nieuwsberichten te beoordelen. Meer onderzoek is daarom nodig om de robuustheid van dit effect te onderzoeken en om te bekijken of deze effecten onder alle omstandigheden gelden.

Contact: burgerpanel@uantwepren.be; p.f.a.vanerkel@uva.nl