



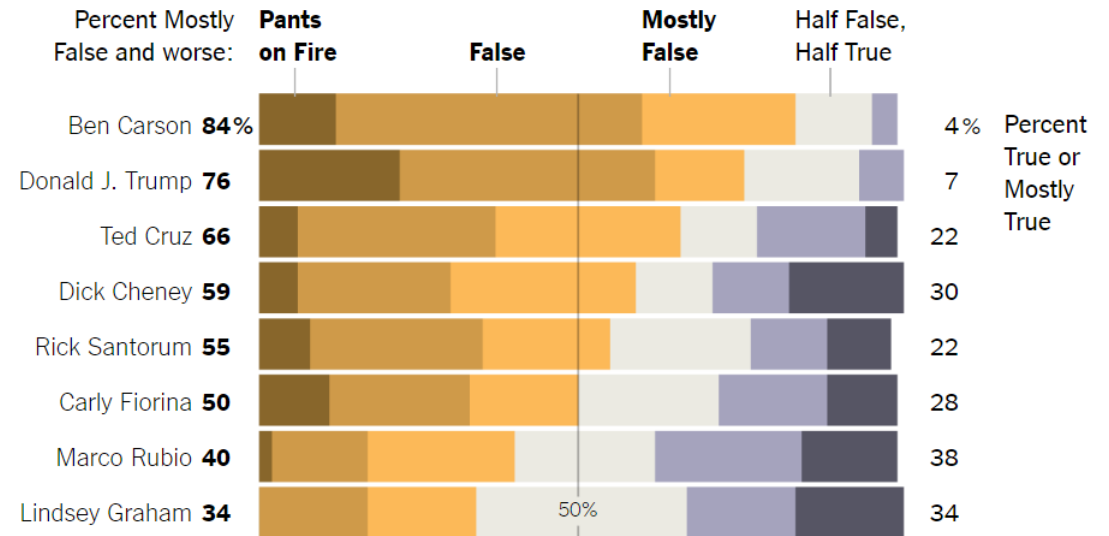
Post-feitenmaatschappij

Samenvatting

Sinds Brexit en de verkiezingen in de VS wordt er veel gesproken over de post-feitenmaatschappij en de rol die ‘feiten’ spelen in het publieke debat. In deze trendalert nemen we dit concept nader onder de loep en betogen we hoe de 24-uurs nieuwscyclus, valse evenwichtigheid en sociale media het voor mensen nog moeilijker maakt om feit en fictie te onderscheiden. Iets waar men, dankzij de confirmation bias en de neiging tot ‘motivated reasoning’, toch al niet zo goed in is. Ook over drinkwater doen veel rare verhalen de ronde. Is het genoeg om die *feitelijk* te weerleggen?

Consequenties voor u

	Laag	Middel	Hoog	Beknopte uitleg
Impact		X		Als waterbedrijven geen controle hebben over feiten en narratief wordt het “hoog”)
Zekerheid			X	Deze trend zet zich voort en er zijn al voldoende voorbeelden zichtbaar in de praktijk.



Uitspraken van Amerikaanse presidentskandidaten (sinds 2007) getoetst op hun waarheidsgehalte door PolitiFact



Trendbeschrijving en achtergrond

A Tale of Two Britains

Een half miljard euro per week. Iedere week. Dat is het bedrag dat Groot-Brittannië kwijt is aan de bureaucraten in Brussel, althans, als we de voorstanders van het Brexit referendum moesten geloven. Een gigantisch bedrag, dat veel beter in Groot-Brittannië zelf besteed zou kunnen worden, bijvoorbeeld aan gezondheidszorg. Er was echter een probleem: het was niet waar. Zowel het Britse CBS als het Institute for Fiscal Studies concludeerden dat het bedrag volledig uit de lucht gegrepen was.

Maar toen ontstond een nieuw probleem: het maakte niet uit. Althans niet voor de Brexiteers, die bleven het herhalen, terwijl het een leugen was, en daarmee bleef het rondzingen op social media. De Britten stemden voor Brexit en de campagne bond direct in: de 350 miljoen pond was “een vergissing”.

De Brexit-campagne en de verkiezingscampagne van Donald Trump, die op hetzelfde moment plaatsvond, leidden bij experts en journalisten tot de conclusie dat we in een post-feitentijdperk zijn aanbeland, waarin politici liegen en ermee weggelopen en wetenschap wordt gezien als “ook maar een mening”.

De vraag is natuurlijk: is de post-feitenmaatschappij een feit, of ook gewoon een mening?

Laten we om te beginnen constateren dat liegende politici geen nieuws zijn. Al in de 16^e eeuw adviseerde Macchiavelli in *Il Principe* aan jonge Italiaanse machthebbers om te liegen en te misleiden als dat nodig is. Ook in de recente geschiedenis zijn er tal van voorbeelden waar politici ‘alternatieve feiten’ gebruiken om een politiek doel na te streven.

In de jaren 1950 wist senator McCarthy zijn politieke tegenstanders uit te schakelen onder het mom van een communistische samenzwering, in de jaren 1970 zei Nixon “I am not a crook” in weerwil van het Watergate-schandaal; in de jaren 1980 voerde Reagan geheime oorlogen in Centraal Amerika en leverde hij wapens aan Iran; “read my lips, no new taxes” sprak Bush Sr. vlak voor dat hij als net verkozen president de belastingen verhoogde; zijn zoon, Bush jr. verzon de aanwezigheid van nucleaire wapens om de oorlog in Irak te legitimeren.

In de regering van die laatste werd ook de minachting voor het zoeken naar de waarheid duidelijk, blijkt uit de volgende woorden van Karl Rove, politiek strateeg van de Republikeinen: “When we act, we create our own reality, and while you’re studying that reality – judiciously, as you will – we’ll act again, creating other

new realities’. De macht, met andere woorden, creëert zelf de feiten en staat daarmee boven de realiteit.

Het is dus geen nieuw fenomeen, sterker nog, de term post-truth politics duikt sinds 2004 na iedere Amerikaanse verkiezing weer op. Waarom dan nu deze ophef? Was er ooit sprake van een ‘feitenmaatschappij’?

Nee, maar die suggestie werd na de Koude Oorlog wel gewekt. Francis Fukuyama met “the end of history” en Margaret Thatcher met TINA (There Is No Alternative) verkondigden dat de liberale democratie (met de kapitalistische markteconomie) objectief het beste systeem was. Iets wat tot dan toe onderwerp was van politieke strijd, was nu een feit geworden. In Nederland werd die depolitiserings (het onttrekken van thema’s aan het politieke debat) belichaamd door het eerste Paarse kabinet, waar de oude aartsvijanden VVD en PvdA ineens goede vrienden bleken.

Wat volgde was ‘pragmatische politiek’ niet op basis van ideologie, maar op basis van wetenschappelijke feiten. Met als gevolg dat je het niet echt meer oneens kon zijn over allerlei zaken. Tenminste, als je niet de feiten wilde ontkennen. Het probleem met dit model was, dat na de economische crisis van 2000 en de aanslag in New York van 2001 de wereld niet zo



beheersbaar en unaniem enthousiast over het liberalisme bleek.

De algehele verwarring in de VS leidde tot twee slecht geplande oorlogen, de opkomst van Tea Party, en de vestiging van FOX news als dé producent van fake news. De economische crisis van 2008 sloeg nog eens veel van het vertrouwen in de gevestigde orde weg.

Of de consensus van de jaren 1990 nou een goede zaak was of niet, het lijkt erop dat met het wegvallen ervan alles ineens geoorloofd is. Iedere afwijkende mening moet een gelijkwaardige stem in het debat krijgen. En die meningen krijgen meer dan ooit de kans door een combinatie van drie, relatief recente, factoren:

- De 24-uurs nieuwscyclus
- Valse evenwichtigheid
- Social media
- Motivated reasoning

24-uurs nieuwscyclus

De Irakoorlog begin jaren 1990 was de eerste oorlog waarvan live verslag werd gedaan, door CNN. Die stond aan de basis van wat we nu de 24-uurs nieuwscyclus noemen: een continue stroom nieuws die in 24 uur een tamelijk voorspelbaar cyclus doorloopt. In Nederland

begint het meestal met een gebeurtenis of nieuwsbericht, later gevolgd door reacties van het publiek, politici of experts en diezelfde avond nog een item in De Wereld Draait Door of Pauw. Dit heeft geleid tot grote concurrentie tussen nieuwsorganisaties en journalisten om als eerste te zijn met een bericht en zo een aantal uren het nieuws te domineren.

Deze druk om snel te werken, biedt geen tijd voor het controleren van het waarheidsgehalte van een nieuwsbericht. Zo kan het gebeuren dat onjuiste (of verzonnen) nieuwsberichten het nieuws domineren, tot ze op enig moment weerlegd worden. Maar dikwijls krijgt de rectificatie minder aandacht dan het nieuwsbericht zelf. Vooral bij internetjournalistiek komt dit vaak voor. De website van de Telegraaf publiceerde regelmatig artikelen van satirisch magazine De Speld in de veronderstelling dat het om een echt nieuwsbericht ging. Een schrijnender voorbeeld is de berichtgeving over de nieuwjaarsnacht in Keulen waar Syrische oorlogsvluchtelingen ten onrechte werden beticht van aanranding.

Daar komt bij dat de meeste nieuwsorganisaties niet onafhankelijk zijn. In de VS vertegenwoordigt FOX nieuws radicaal rechts, de Wallstreet Journal het belang van de financiële elite en hangt Politico aan de linkerkant. In “Je hebt het niet van mij...” schetst Joris Luyendijk hoe de Nederlandse journalistiek verweven is

met de politiek in een ruilhandel van nieuwtjes en media-aandacht. Dit kan er toe leiden dat redacties er belang bij hebben om een rectificatie aanmerkelijk minder aandacht te geven dan het oorspronkelijke, onjuiste, bericht.

Valse evenwichtigheid

Valse evenwichtigheid ontstaat wanneer evenveel aandacht wordt gegeven aan twee kanten van een discussie, terwijl de feiten dat niet ondersteunen. Dit is gebaseerd op een bekende denkfout, namelijk die van “de waarheid ligt in het midden”.

Dit komt bijvoorbeeld tot uiting in berichtgeving over klimaatverandering. Door zowel voor- als tegenstanders (van het idee dat klimaatverandering door mensen wordt veroorzaakt) aan het woord te laten, wordt, opzettelijk of niet, de indruk gewekt dat er sprake is van een debat tussen twee gelijkwaardige perspectieven. Terwijl het ene perspectief door stapels wetenschappelijk onderzoek wordt onderbouwd en het andere niet.

We zien dit ook bij de “discussie over vaccinaties”, waarbij wetenschappelijke instituten zoals het RIVM keer op keer tegenover ‘verontruste moeders’ komen te zitten, met niet zelden als uitkomst dat “de waarheid wel ergens in het midden zal liggen” terwijl dat evident (op basis van onderzoek) niet het geval is.



Sociale media

Het voorbeeld van de verontruste moeders brengt ons bij de laatste bouwsteen van de post-feitenmaatschappij, de sociale media. Sinds de opkomst van facebook en twitter is het produceren en verspreiden van nieuwsberichten niet meer voorbehouden aan journalisten en redacties, maar aan iedereen met een social-media-account. De verwachting dat dit zou leiden tot een vrije verspreiding van kennis en informatie is maar ten dele uitgekomen. Dankzij slimme algoritmen, bedacht om advertentie-inkomsten te maximaliseren, krijgen mensen berichten voorgeschoteld die ze het liefst willen lezen. En voor de meeste mensen geldt dat dat berichten zijn, waar ze het mee eens zijn.

Dat leidt er toe dat mensen vooral berichten zien die hun opvattingen bevestigen, terwijl berichten die in strijd zijn met hun opvattingen soms volledig aan hun voorbij gaan. De discussie rond het rijksvaccinatieprogramma werd bijvoorbeeld gevoerd op social media, op basis van onjuist en frauduleus wetenschappelijk onderzoek. Het RIVM kwam er met haar formele persberichten en toelichting op hun website met geen mogelijkheid tussen.

Wat voor gevolg dat heeft werd pijnlijk duidelijk in de Amerikaanse presidentsverkiezingen. Wie de debatten in de voorverkiezingen volgde, kreeg bij de

Republikeinse debatten de indruk dat de VS aan de rand van de afgrond staat, terwijl bij die van de Democraten het allemaal wel meeviel. Opvallend ook was dat de debatten over hele andere issues gingen: sociaal-economisch bij de democraten, terrorisme en criminaliteit bij de Republikeinen.

Dit is een reflectie van wat er zich in de echokamers van het internet afspeelt. Steeds dezelfde boodschappen van steeds dezelfde journalisten worden door steeds dezelfde mensen 'geliket' en gedeeld. Mensen zien zich bevestigd in hun ideeën, hoe idioot ze ook zijn. Een bezoekje aan de website www.infowars.com onderstreept dit punt.

Motivated reasoning

Wat bepaald niet helpt bij dit alles, is dat mensen slecht in staat zijn om te gaan met feiten die ingaan tegen hun opvattingen of emoties. Dit fenomeen staat binnen de psychologie bekend als de 'confirmation bias' en kreeg binnen de politieke psychologie hernieuwde aandacht onder de noemer 'motivated reasoning'. Het idee is dat mensen bij het beoordelen van of iets waar is of niet, in eerste instantie uitgaan van hun bestaande opvattingen of emoties rond het onderwerp. Ook hier biedt het presidentschap van Donald Trump een verbijsterend voorbeeld. Dit keer gaat het over de

MOST POPULAR

Ex-Banker Claims He Was Invited to Take Part in Child Sacrifice Rituals

1492 Comments

Should Whites Apologize For Slavery?

1457 Comments

Video: Batty Democrat Says Trump Is 'Racist' For Wanting Immigration Laws Enforcing

1238 Comments

"Social Justice" Mag Says "White People Age Like Bananas"

1142 Comments

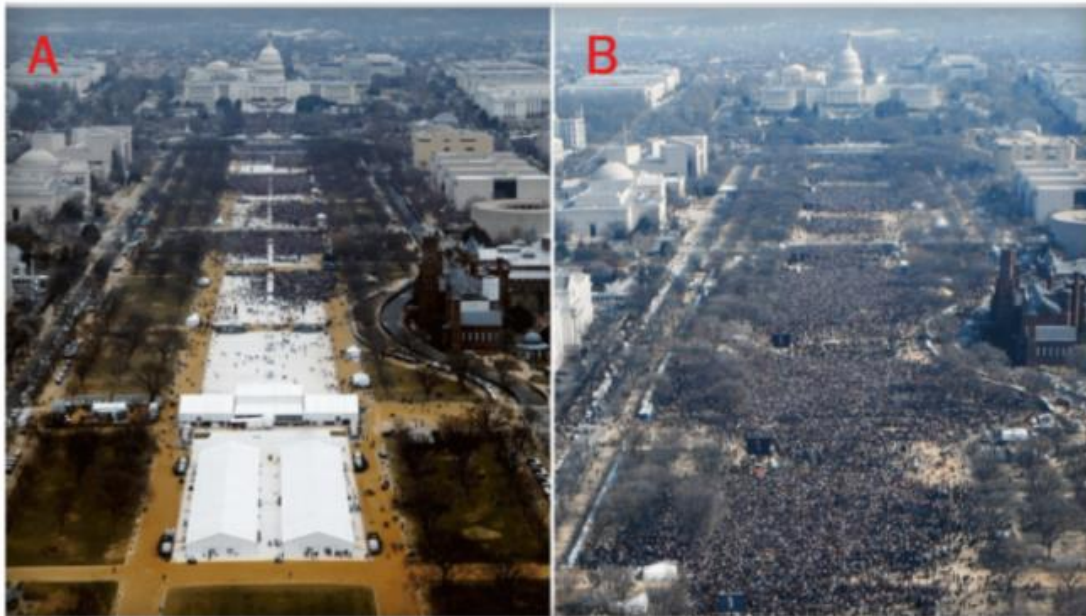
Will The Second Civil War Turn Violent?

952 Comments

Figuur 1: Selectie van nieuws op infowars.com

S E P T E M

Please look at the following two photos: Photo A and Photo B.



Which photo has more people?

Photo A has more people

Photo B has more people

Figuur 2: Op welke foto staan meer mensen?

beroemde foto's van zijn inauguratie, vergeleken met die van Obama. Op de vraag welke foto meer mensen

bevat, antwoordde 15% van de Trumpaanhangers foto A, waarmee ze er expliciet voor kozen hun voorkeur

voor Trump te laten prevaleren boven een adequate waardering van de feiten. 15% is misschien geen groot aantal, maar gezien de onbetwistbaarheid van de foto's toch tamelijk schokkend.

We mogen er in dit geval wel vanuit gaan dat de Trumpaanhangers hier *bewust* de keuze maken om hun opvatting te laten prevaleren boven de feiten. Meestal werkt motivated reasoning echter onbewust en hebben mensen niet eens door dat ze feiten selecteren die aansluiten bij hun bestaande opvattingen.

Motivated reasoning is een mogelijke verklaring waarom Trump kan blijven liegen en zelfs zichzelf tegenspreken en toch de verkiezingen kan winnen en waarom de Britse statistici er niet in slaagden door te dringen tot de Brexiteers. Het kan ook verklaren waarom in Nederland mensen er voor blijven kiezen hun kinderen niet te vaccineren.

Motivated reasoning laat ook zien dat de beschikbaarheid van feiten minder invloed heeft op de meningsvorming dan we misschien zouden willen. Want feiten zijn er genoeg. Sterker nog, de verontwaardiging over liegende politici (en de mensen die er desondanks op stemmen) is juist zo groot, omdat we *weten* dat ze liegen. En door "factcheckers" als PolitiFact weten we het vaak nog tijdens de speech of het debat. Het lijkt erop alsof de mogelijkheid om



ons te informeren groter is dan ooit, terwijl we daar minder gebruik van lijken te maken.

Relevantie

De “post-feitenmaatschappij” is misschien geen nieuw fenomeen, maar de wijze waarop nieuwsorganisaties opereren in combinatie met de algoritmes van Facebook en Twitter vormen een grote uitdaging voor mensen in iets waar ze toch al niet zo goed in zijn: het beoordelen van informatie.

Ook over kraanwater circuleert foutieve informatie, compleet met pseudo-wetenschappelijke onderzoeken en meestal de aanbeveling voor de aanschaf van een of ander duur apparaat. Zo belooft Aquadraat (www.aquadraat.info) water met “een sterke binding met extra zuurstof” dat bovendien “dunner” is dan kraanwater. En dat voor €8,99 per 5 liter.

Op de website gezondheidvoeding.nl wordt gewaarschuwd voor de aanwezigheid van insecticiden, cosmetica, geneesmiddelen, biociden, brandvertragers en nanodeeltjes in het milieu en dus ook in ons drinkwater.

Dit soort websites opereert in de marge, maar het is toch goed om na te gaan welke claims daar worden gedaan en hoe die eventueel te ontkrachten. Al leert het probleem van ‘motivated reasoning’ ons dat als

reputatieschade eenmaal gedaan is, het lastig is om met feiten en informatie het vertrouwen terug te winnen.

Het wordt voor waterbedrijven steeds belangrijker om slim te opereren in het mijnenveld van imagomanagement en (online) communicatie. De reflexreactie van experts is om foutieve informatie als ‘autoriteiten’ met feiten te weerleggen, maar als het gezag van de traditionele autoriteiten blijft afnemen dan zullen andere strategieën waarschijnlijk ook nodig zijn.

Misschien is het voor waterbedrijven wel belangrijker om op zoek te gaan naar de emotionele aspecten van leidingwater en het gebruik daarvan en hun communicatie daarop te richten.

Ook de timing van de communicatie is van belang. Het gevaar is dat als mensen geen duidelijke opvattingen over water hebben, ze makkelijk beïnvloed worden door incidenten. Als de watersector er in slaagt een goed narratief over water te creëren en dat voortdurend te communiceren, kan dat helpen op het moment dat er een incident plaats vindt. Je gebruikt dan motivated reasoning in je voordeel.

Een aantal bedrijven doet dat al, bijvoorbeeld op Facebook. Zo adverteert WML met “Echt Limburgs

FESTIVALwater”, laat Oasen zien hoe water- en weidevogelbeheer samen hangen en adverteert PWN op Koningsdag met de slogan: “Voorkom een kater, drink kraanwater”.

In 2014 onderzocht KWR een mogelijke responsstrategie aangaande communicatie over ‘puur water’. Daaruit kwam als strategische conclusie enerzijds een gezamenlijk stappenplan te ontwikkelen voor issuemanagement (gericht op negatieve communicatie) en anderzijds te werken aan positieve communicatie, los van issues, om het positieve beeld van drinkwater te behouden en te versterken.

Dit roept voor de watersector ook morele dilemma’s op. Hoe feitelijk zijn we over de manier waarop water wordt geproduceerd? Hoe relateert het positieve narratief zich tot de feiten? Welke feiten krijgen nadruk en welke plaatsen we liever op de achtergrond?



Meer informatie

- <http://www.referendumanalysis.eu/eu-referendum-analysis-2016/section-2-politics/myth-versus-fact-are-we-living-in-a-post-factual-democracy/>
- <https://www.jacobinmag.com/2016/12/post-truth-fake-news-trump-clinton-election-russia/>
- <https://granta.com/why-were-post-fact/>
- <https://www.infowars.com>
- <http://www.aquadraat.info>
- <https://www.btonet.nl/681/resultaten-en-producten-responsstrategieen.html>

Keywords

Post-fact society, motivated reasoning