

Onderzoek Vertrouwen van de Nederlandse burger in Algoritmes

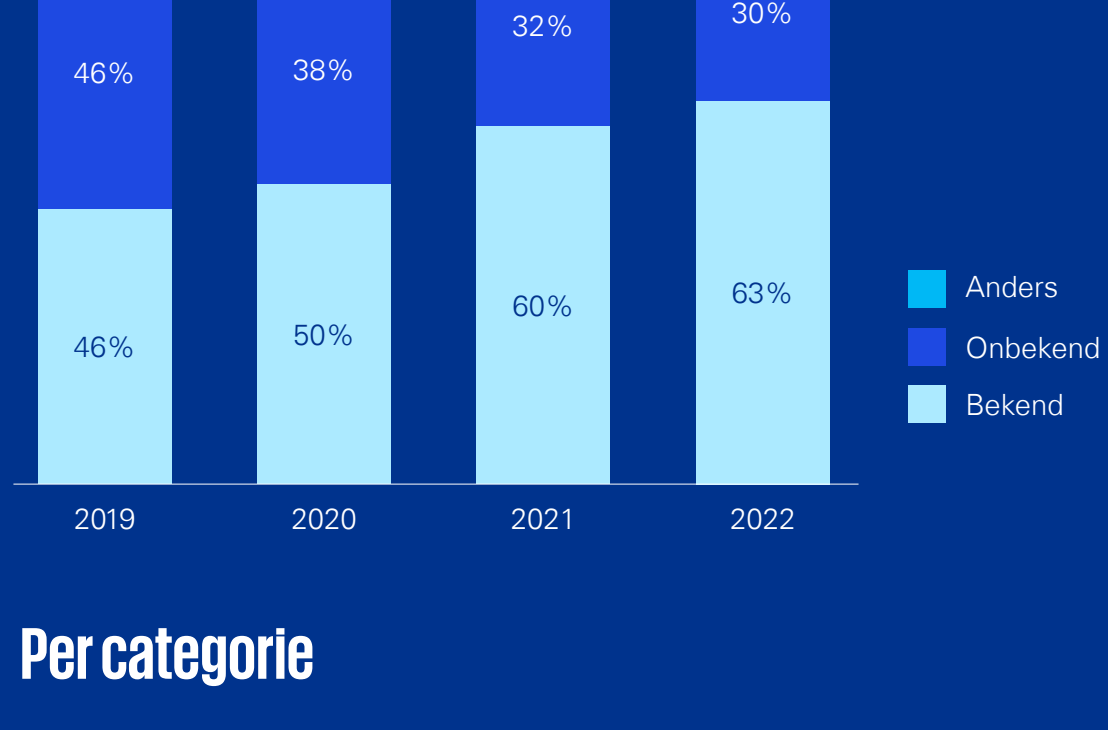
Bekendheid met algoritmes

Toenemende bekendheid

Sinds het eerste onderzoek omtrent vertrouwen in algoritmes in 2019 is vast te stellen dat er een duidelijke trend aanwezig is, waarbij de bekendheid met algoritmes jaar op jaar is gestegen.

De stijging valt potentieel te relateren aan het feit dat algoritmes in toenemende mate worden gebruikt en in mediaverslaggeving worden benoemd.

In de periode 2020-2021 is de bekendheid met algoritmes met 10% gestegen. Hiervoor zou een mogelijke verklaring de toeslagenaffaire kunnen zijn, die eind 2020-begint 2021 leidde tot het aftreden van het toen regerende kabinet. Dit leidde tot veel media-aandacht over hoe het gebruik van algoritmes negatieve gevolgen met zich mee kan brengen.



In de samenleving

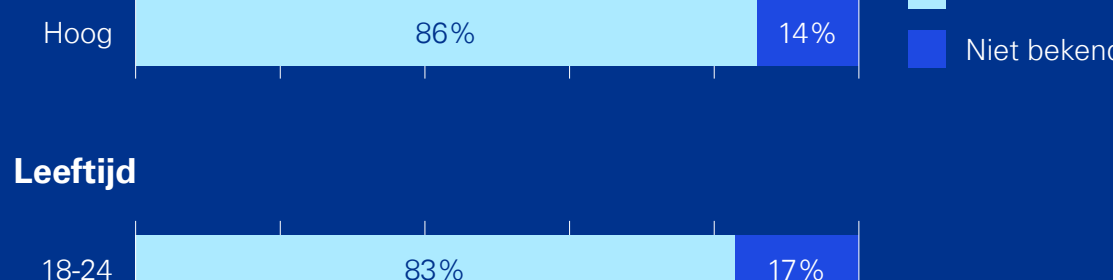
Tweedeling in de maatschappij

Er is sprake van grote verschillen in bekendheid over het begrip "algoritmes" in de samenleving. In 2022 valt op dat de meerderheid bekend is met het begrip. Grofweg is het zo dat jonge midden- tot hoogopgeleide mensen veel meer bekend zijn met de toepassing van algoritmes. Dat is vooral relevant omdat het gezegde 'Onbekend maakt onbemind' hier ook van toepassing blijkt te zijn.

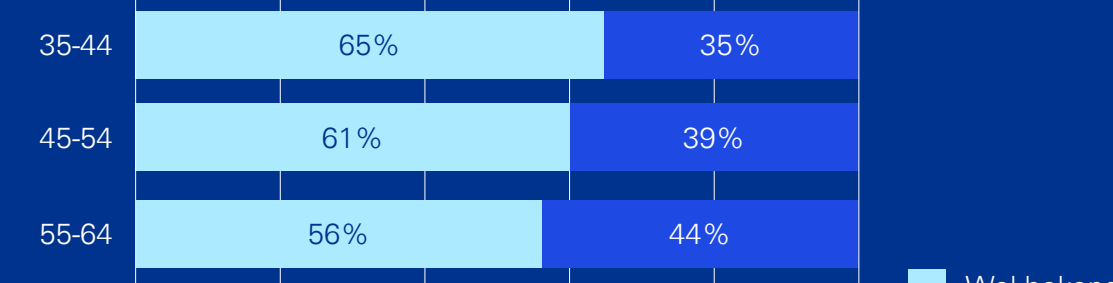


Per categorie

Opleiding

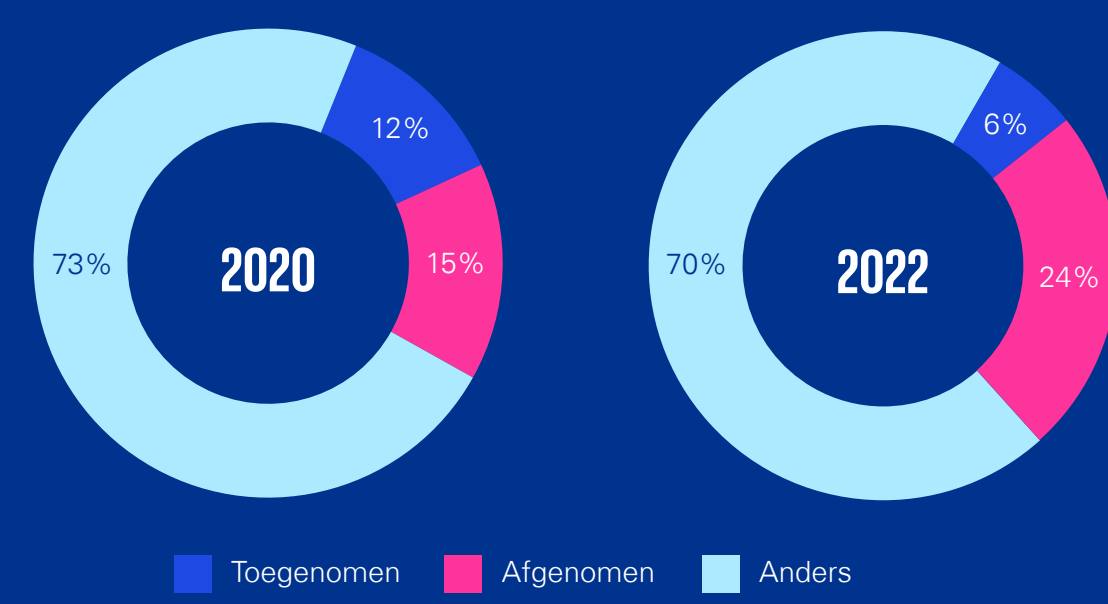


Leeftijd



Vertrouwen in algoritmes

Terwijl de bekendheid van algoritmes onder de Nederlanders is gestegen, valt op dat daartegenover het vertrouwen in algoritmes in 2022 juist meer is afgenomen, met 24% vergeleken met 12% in 2020. Ook is het vertrouwen in mindere mate toegenomen met 6% in 2022 vergeleken met 15% in 2020. Het is aanmerkelijk dat toenemende media-aandacht voor meer bekendheid met algoritmes zorgt, maar ook voor minder vertrouwen, aangezien deze berichtgeving vaak van negatieve aard is.

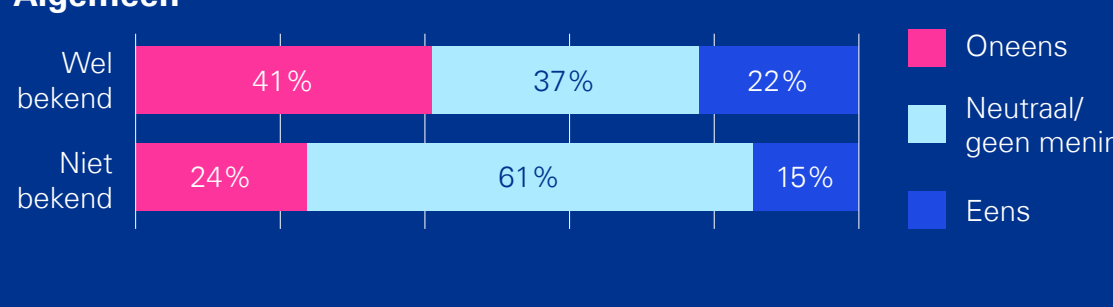


Perceptie toegevoegde waarde van algoritmes

Toegevoegde waarde wordt verschillend gepercipieerd

Nederlanders die bekend zijn met de term 'algoritme' zien in grotere mate de toegevoegde waarde van algoritmes dan Nederlanders die niet bekend zijn met de term. Die toegevoegde waarde zit met name in de bijdrage aan de technologische vooruitgang, of wanneer economische groei tot stand dient te komen.

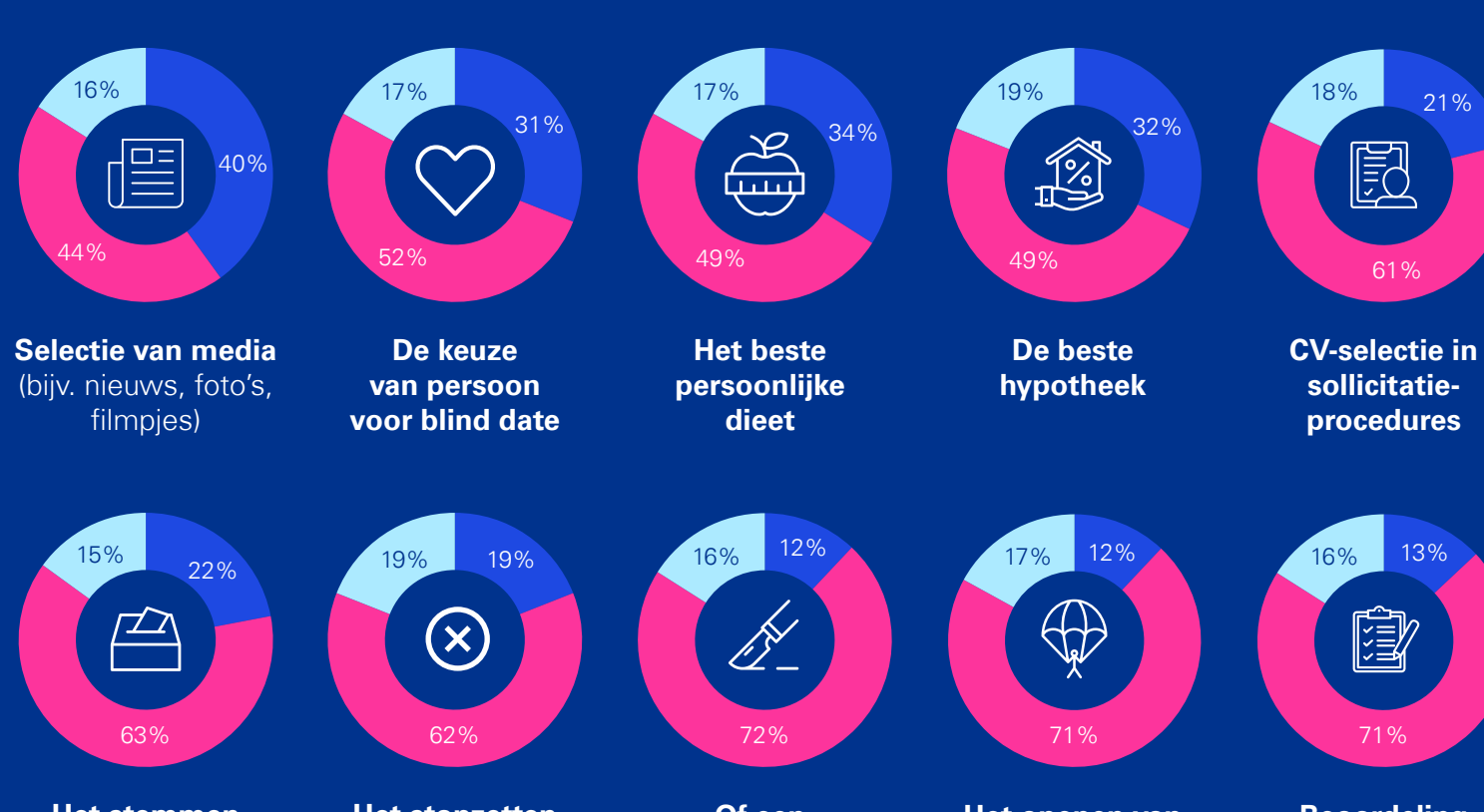
Slechts 19% van de Nederlanders vindt dat algoritmes bijdragen aan een eerlijke en rechtvaardige wereld. Verder zien wij dat deelnemers die bekend zijn met algoritmes het in grotere mate eens en oneens zijn over de stellingen, hetgeen impliceert dat mensen die niet bekend zijn met algoritmes hierover vaker geen mening hebben gevormd. Deze personen kunnen hierdoor in mindere mate participeren in de dialoog over algoritmebeleid, terwijl het wel invloed heeft op hun dagelijks leven.



Toevertrouwen van beslissingen aan algoritmes

Afhankelijk van de situatie

Nederlanders zijn een stuk terughoudender met het toevertrouwen van beslissingen aan algoritmes wanneer het gaat om besluiten die grotere impact op hen lijken te hebben, zoals bijvoorbeeld het openen van een parachute (hoge, directe impact) versus de selectie van media (lagere, indirecte impact).



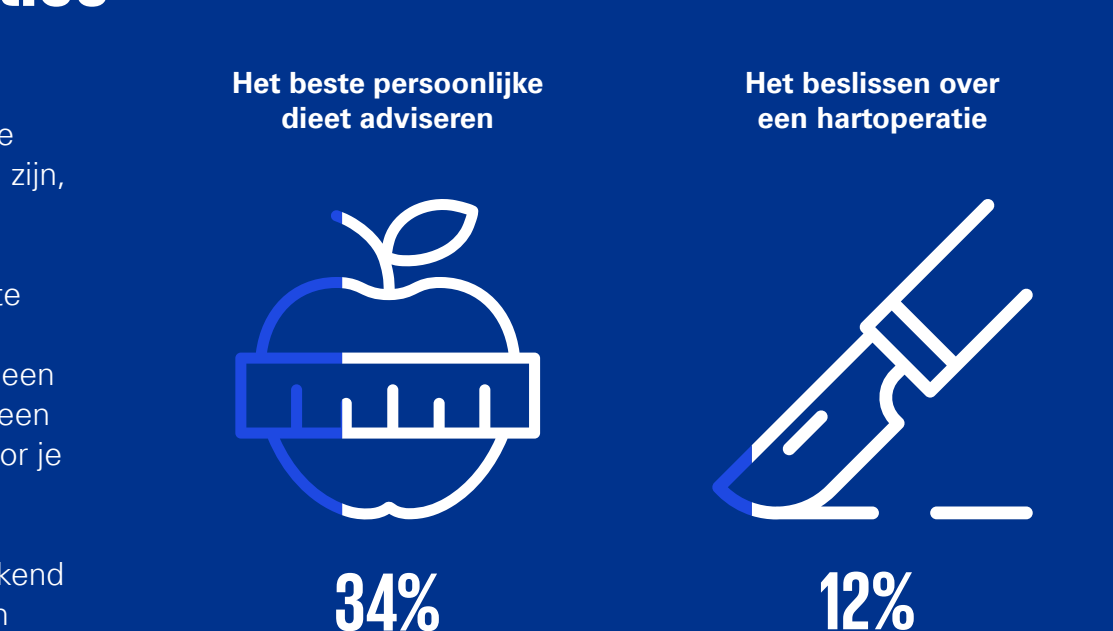
Vertrouwen in specifieke situaties

Omkeerbaar versus onomkeerbaar

Een algoritme neemt beslissingen (deels) over van mensen. Hoe definitiever (omkeerbaar versus onomkeerbaar) die beslissingen zijn, hoe minder vertrouwen mensen erin durven te stellen.

Maar heel weinig mensen zouden het aandurven de parachute te laten openen door een algoritme, want de potentiële negatieve gevolgen zijn onomkeerbaar. Datzelfde geldt voor een robot die een open hartoperatie uitvoert. Dat ligt heel anders ten aanzien van een algoritme dat op basis van data het beste dieet of hypotheek voor je selecteert, een beslissing zonder definitieve gevolgen.

Daarnaast is het onderscheid tussen mensen die wel of niet bekend zijn met algoritmes, en jongeren en ouderen ook interessant om waar te nemen.



Wat helpt het vertrouwen in algoritmes te verhogen?

Transparantie meest belangrijk

De Nederlandse bevolking geeft aan dat transparantie over het gebruik van algoritmes met 42% veruit het meest belangrijkste middel zou zijn om het vertrouwen in algoritmes te verhogen.

Transparantie zou onder andere (deels) geborgd kunnen worden door middel van publieke algoritmeregisters, met als doel dat voor iedereen overzichtelijk is welke algoritmes worden gebruikt binnen een bepaalde organisatie.

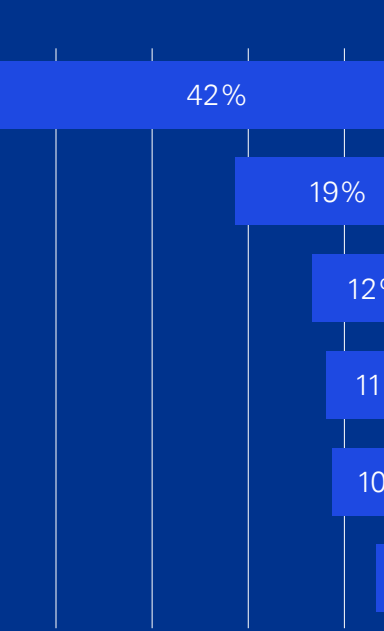


Noodzaak tot toezicht

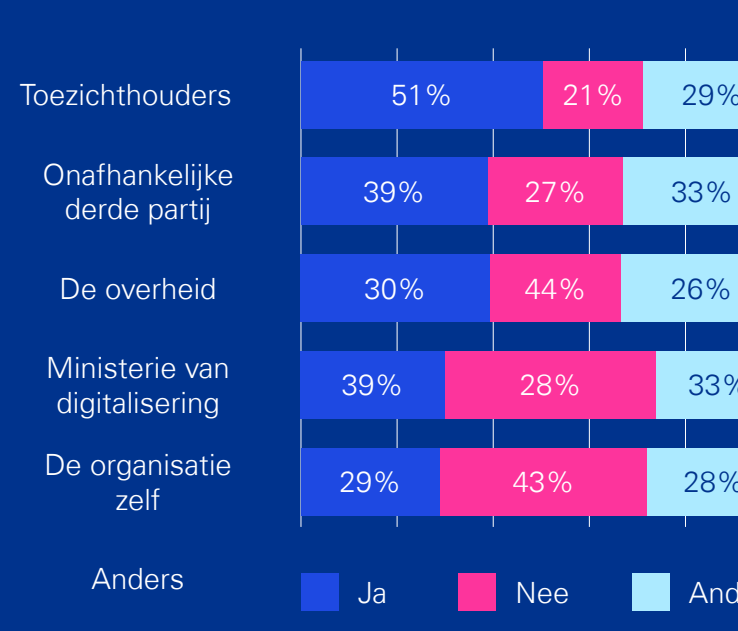


Een overgrote meerderheid van 80% vindt toezicht op algoritmes wenselijk. Deze taak moet volgens een groot deel van deze meerderheid in handen worden gelegd bij (onafhankelijke) derde partijen, zoals accountants en toezichthouders. Opvallend is dat in 2019 hier nog door 41% van de populatie werd aangegeven dat zij voorkeur zouden hebben bij het geven van deze verantwoordelijk de overheid. Als het gaat om of de instantie in kwestie de juiste capaciteiten heeft om toezicht te houden op algoritmes, vindt men dat toezichthouders hier ook het beste in zou fungeren.

Wie moet toezicht houden



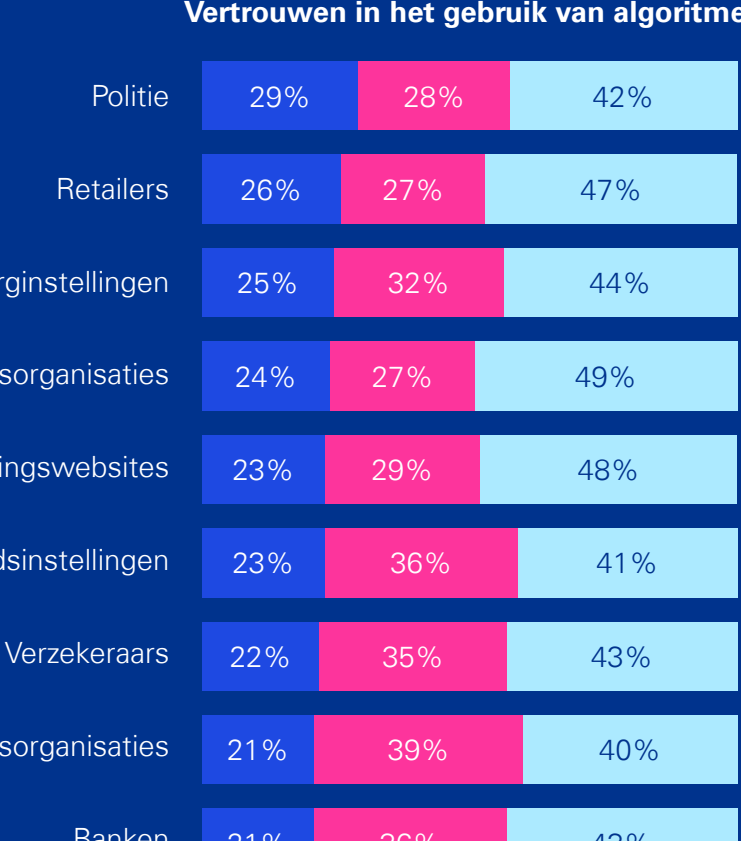
Wie heeft voldoende kennis



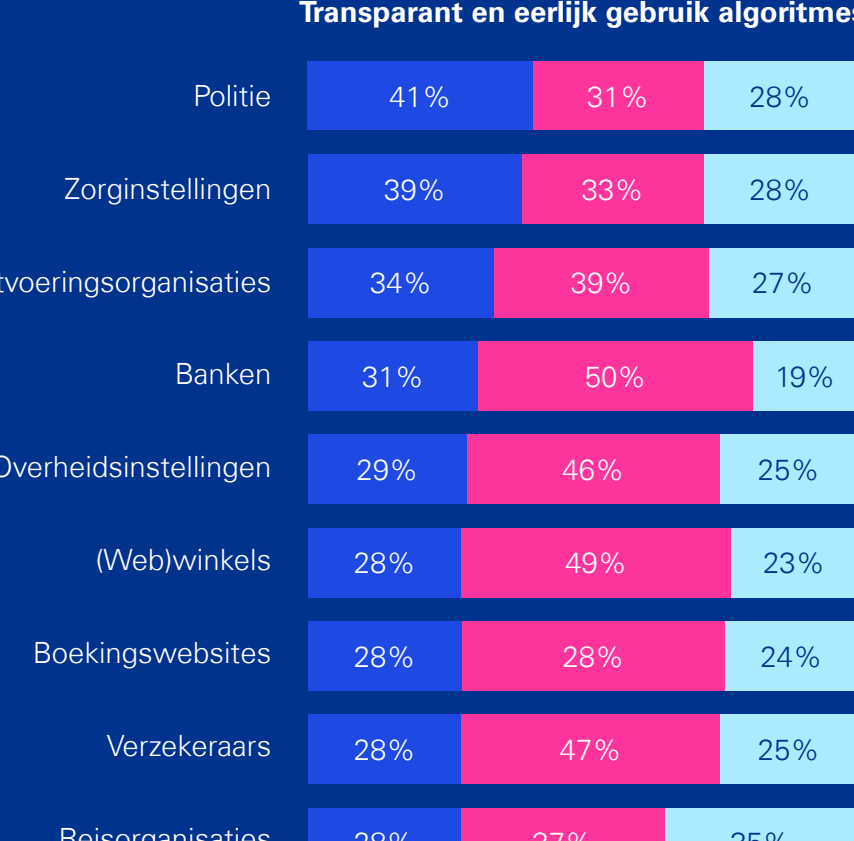
Vertrouwen en transparantie in het gebruik van algoritmes

Het vertrouwen in het gebruik van algoritmes door verschillende organisaties is over het algemeen slecht positief. De politie scoort hier het 'hoogst', met 29% positief. Het vertrouwen en eerlijk gebruik van algoritmes door verschillende organisaties is over het algemeen relatief positiever dan het algemeen gebruik van algoritmes door de onderstaande organisaties. Hier scoren techbedrijven het laagst en de politie het hoogst.

Vertrouwen in het gebruik van algoritmes

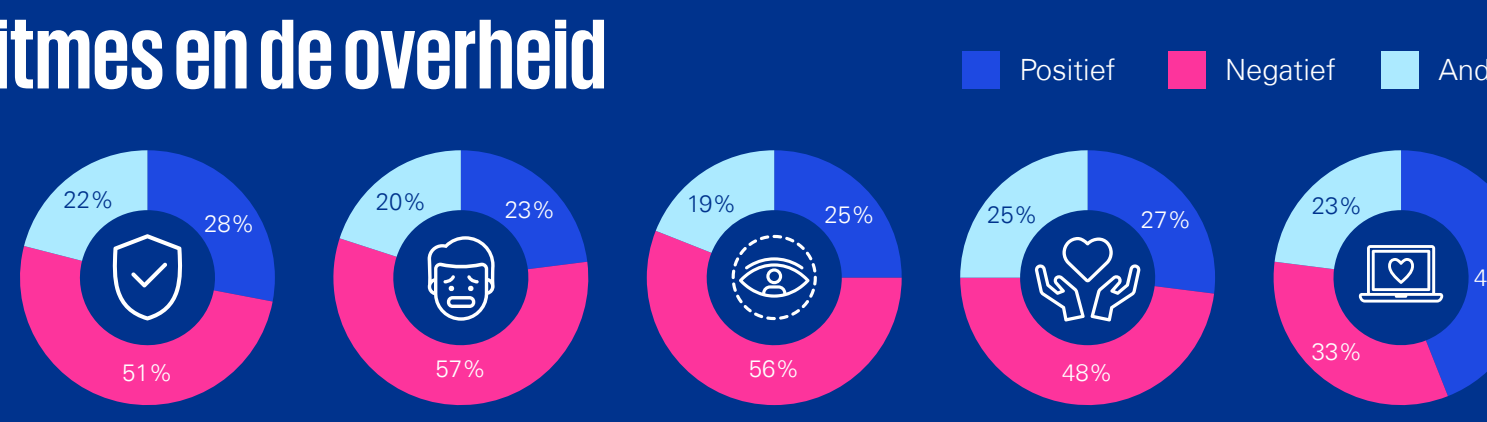


Transparant en eerlijk gebruik algoritmes



Associaties algoritmes en de overheid

Het gebruik van algoritmes door de overheid wordt door de populatie positief geassocieerd met "nuttig". Verder is het merendeel van de associaties negatief wanneer het aankomt op zaken als veiligheid, angstigheid, privacy en eerlijkheid.



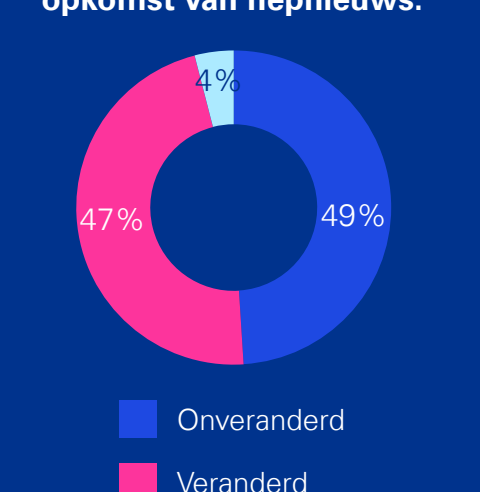
Nepnieuws

Mediagedrag

Bijna de helft van de populatie (47%) heeft aan dat diens mediagedrag is veranderd door de opkomst van nepnieuws.

Daarnaast wat de meningen verdeeld zijn betreffende welke partij verantwoordelijk zou moeten zijn voor het tegengaan van algoritmes die nepnieuws verspreiden. Er is geen consensus over welke partij hier de verantwoordelijkheid voor zou moeten nemen.

Verandering mediagedrag door opkomst van nepnieuws.



Welke partij moet verantwoordelijk zijn voor het tegengaan van algoritmes die nepnieuws verspreiden?



Sociale media en nepnieuws

Op sociale media worden algoritmes ingezet, bijvoorbeeld om bepaalde inhoud te laten zien aan mensen waarvan aannemelijk is dat zij deze inhoud interessant zouden vinden. Problematisch kan zijn dat bepaalde inhoud vaak wordt gedeeld, bijvoorbeeld omdat het schokkend of provocerend is. Dit zegt echter niets over de kwaliteit en waarheid van deze informatie. De verantwoordelijkheid ligt dus bij de informatieverbruiker om te bepalen of wat diegene consumeert kloppend is of niet. Onder de Nederlanders geeft 37% aan dat het onderscheid tussen nep en echt nieuws op sociale media hen duidelijk is, en is 59% ervan overtuigd dat diegene zelf goed in staat is om te beoordelen welke informatie waar en niet waar is.

Sociale media platformen moeten gebruikers van alle mogelijke perspectieven voorzien.



Het onderscheid tussen nep en echt nieuws op sociale media is duidelijk voor mij.



Ik ben zelf goed in staat om te beoordelen welke informatie waar en niet waar is.



Algemeen onderzoek naar vertrouwen

KPMG heeft in het voorjaar van 2022 een onderzoek uitgevoerd naar de bekendheid met algoritmes bij de gemiddelde Nederlandse burger, en het vertrouwen die zij hierin stelt te hebben. Het onderzoek is in samenwerking met Motivaction tot stand gekomen en uitgevoerd in de periode april-mei onder 1037 Nederlanders met de volgende kenmerken:

Geslacht	
Man	506
Vrouw	531
Opleidingsniveau	
Laag	279
Midden	541
Hoog	217
Leeftijd	
18 t/m 24	119
25 t/m 34	173
35 t/m 44	184
45 t/m 54	212
55 t/m 64	183
65 t/m 75	167
Inkomen	
Beneden modaal	338
Modaal	128
Boven modaal	270
Onbekend	302

Contact

Frank van Praat
 Director, Trusted Analytics
 KPMG Nederland
 M: 06 512 06 152
 E: vanpraat.frank@kpmg.nl

In dit document vervatte informatie is van algemene aard en is niet toegepast op de specifieke omstandigheden van een bepaalde persoon of entiteit.

Wij streven ernaar juiste en tijdige informatie te verstrekken. Wij kunnen echter geen garantie geven dat dergelijke informatie op de datum waarop zij wordt ontvangen nog juist is of in de toekomst blijft. Daarom adviseren wij u op grond van deze informatie geen beslissingen te nemen behoudens op grond van advies van deskundigen na een grondig onderzoek van de desbetreffende situatie.

©2022 KPMG Advisory N.V., een naamloze vennootschap en lid van het KPMG-netwerk van zelfstandige ondernemingen die verbonden zijn aan KPMG International Limited, een Engelse entiteit. Alle rechten voorbehouden.

De naam KPMG en het logo zijn geregistreerde merken die onder licentie worden gebruikt door de zelfstandige ondernemingen die lid zijn van de wereldwijde KPMG-organisatie.