

Rapportage

Mediawijsheid

November 2016

In opdracht van: De Issuemakers
Project number: 2016465
Auteur: Tim Faassen





Achtergrond van het onderzoek

Doel onderzoek

Van 18 tot en met 25 november 2016 wordt er een 'Week van de Mediawijsheid' georganiseerd. Het thema luidt: 'Feit, Fake of Filter: Hoe word jij beïnvloed?'.

Het is steeds lastiger geworden om het onderscheid tussen feit en fake te kunnen maken. De Issuemakers heeft laten onderzoeken hoe groot dit probleem is, wat de rol van de media is, of men in staat is waarheden van onwaarheden te onderscheiden, hoe ze dat doen en wat het effect op hen is.

Met de resultaten van het onderzoek kan er extra aandacht gegenereerd worden in de media voor het evenement.

Veldwerkperiode

4 november 2016 - 14 november 2016

Doelgroep

De doelgroep voor dit onderzoek bestaat uit Nederlandse consumenten vanaf 18 jaar, representatief voor de Nederlandse bevolking.

Methode

Het veldwerk heeft online plaatsgevonden via het onderzoeksinstrument van DirectResearch.

De vragenlijst bestaat uit 15 vragen.



Respons

Een netto steekproef van n=1000 waarbij doelgroep representatief is voor de Nederlandse bevolking.

De verhouding is afkomstig uit de Gouden Standaard (de daadwerkelijke leeftijdsverhouding in Nederland op basis van CBS data).

- › Nederlanders 18+
- › Bruto steekproef: 2385
- › Netto steekproef: 1050 (44%)





Inhoudsopgave

Rol van de Media

1. Achtergrond van onderzoek
2. Conclusie
3. Voornaamste nieuwsbronnen
4. Redenen gebruik nieuwsbronnen

Slide

2

4

5

6

Invloed van de media

5. Betrouwbaarheid nieuwsbronnen
6. Betrouwbaarste nieuwsmakers
7. Social media
8. Nieuws en gedrag

7

8

9

10

Media en opvoeding

9. Mediagedrag kinderen
10. Media opvoeding
11. *Bijlages*

11

12

14



Conclusie

1. Rol van de media

Ouderen richten zich meer op de traditionele nieuwsbronnen als het Tv-journaal of papieren dagbladen, terwijl jongeren zich meer richten op de online nieuwsbronnen als Online nieuwssites of social media. Journalisten worden als meest betrouwbaar ervaren, maar naarmate de bevolking ouder wordt, worden zij sceptischer over de betrouwbaarheid van nieuwsmakers en van met name de autoriteiten.

2. Invloed van media

Men heeft moeite met het inschatten van wat wel en niet klopt van wat er in de media komt. Jongeren vertrouwen, in vergelijking met ouderen, het nieuws uit de krant of het journaal meer dan nieuws dat ze online vinden. Het is de taak van professionals om het nieuws op betrouwbaarheid te checken aangezien men zelf moeite heeft met herkennen van feit en fake. De respondenten denken dat het voor kinderen extra moeilijk is om betrouwbaarheid van nieuws in te schatten door onder meer social media.

3. Media en opvoeding

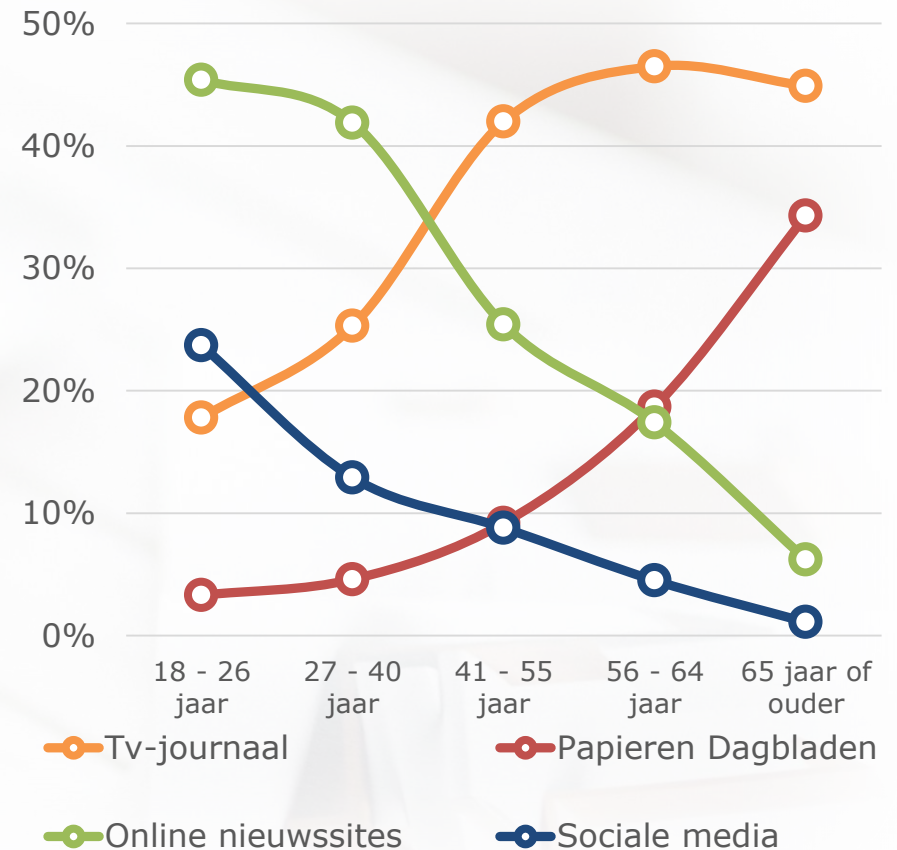
Ouders zijn van mening dat er meer aandacht voor het herkennen van feit en fake zou moeten zijn in het onderwijs. Echter vinden zij niet allemaal dat de school de belangrijkste plek is. Door met name social media, weten ouders niet altijd waar kinderen hun nieuws vandaan halen. Thuis is tevens een belangrijke plek om mediawijsheid bij te brengen, maar ouders hebben moeite met het faciliteren hiervan.



Tv-journaal en Online nieuwssites zijn voornaamste nieuwsbronnen

Voornaamste nieuwsbronnen

- Naarmate Nederlanders ouder worden, verandert de belangrijkste nieuwsbron.
- Hoe jonger de Nederlander, hoe meer 'online' zij hun nieuws vergaren.
- Ouderen richten zich meer op de traditionele nieuwsbronnen als het Tv-journaal of papieren dagbladen.





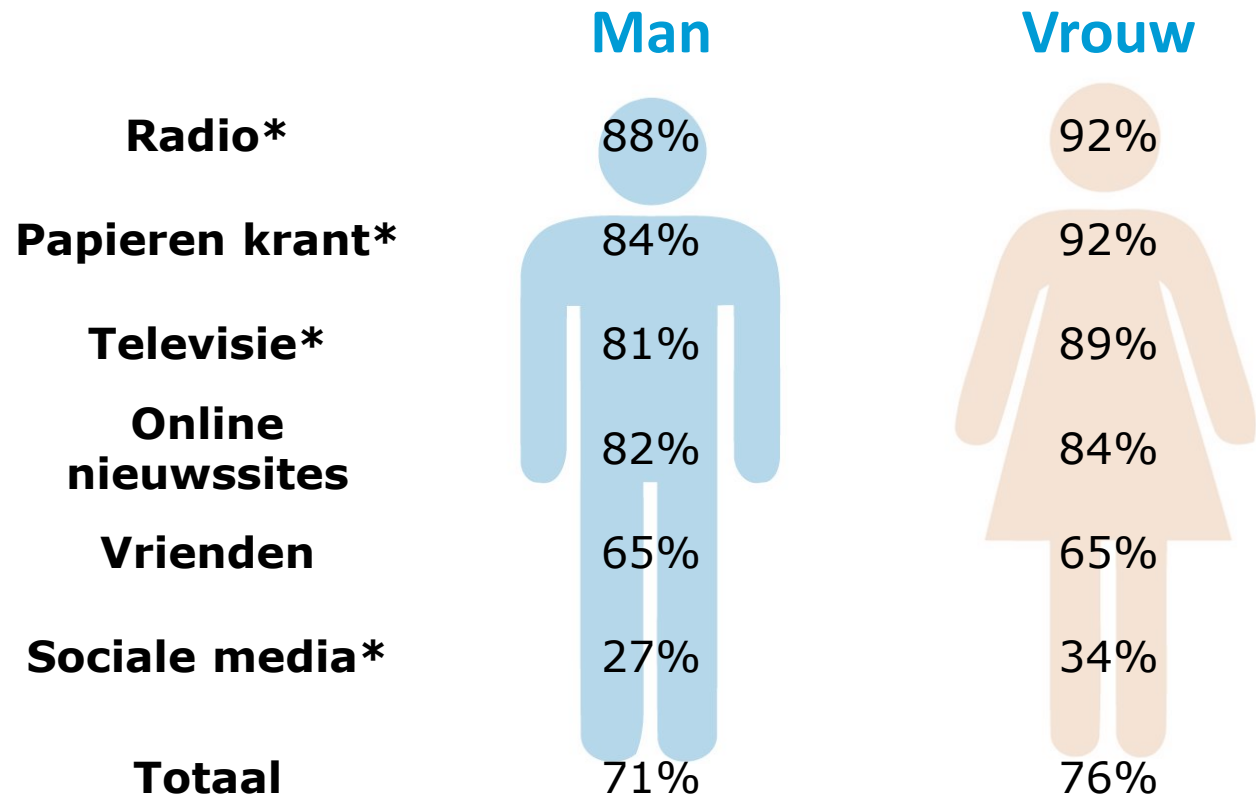
Online nieuwsbronnen worden minder vaak als betrouwbaar ervaren dan de traditionele media als dagbladen en het Tv-journaal

	Tv-journaal	Papieren dagbladen	Online nieuwssites	Sociale media	Totaal
...altijd beschikbaar is	34%	33%	75%	61%	49%
...weinig tijd vraagt	25%	11%	53%	46%	34%
...overzichtelijk is	38%	39%	45%	16%	33%
...gebruiksvriendelijk is	23%	32%	42%	38%	31%
...betrouwbaar is	47%	29%	18%	2%	29%

- Online nieuwsbronnen worden gekozen omdat deze altijd beschikbaar zijn, weinig tijd vragen en gebruiksvriendelijk zijn. Deze worden minder vaak (18% en 2%) gebruikt om de betrouwbaarheid.
- Traditionele media, en dan met name het journaal, worden gebruikt vanwege de betrouwbaarheid.



Vrouwen vinden nieuwsbronnen betrouwbaarder dan mannen



**significant verschil*

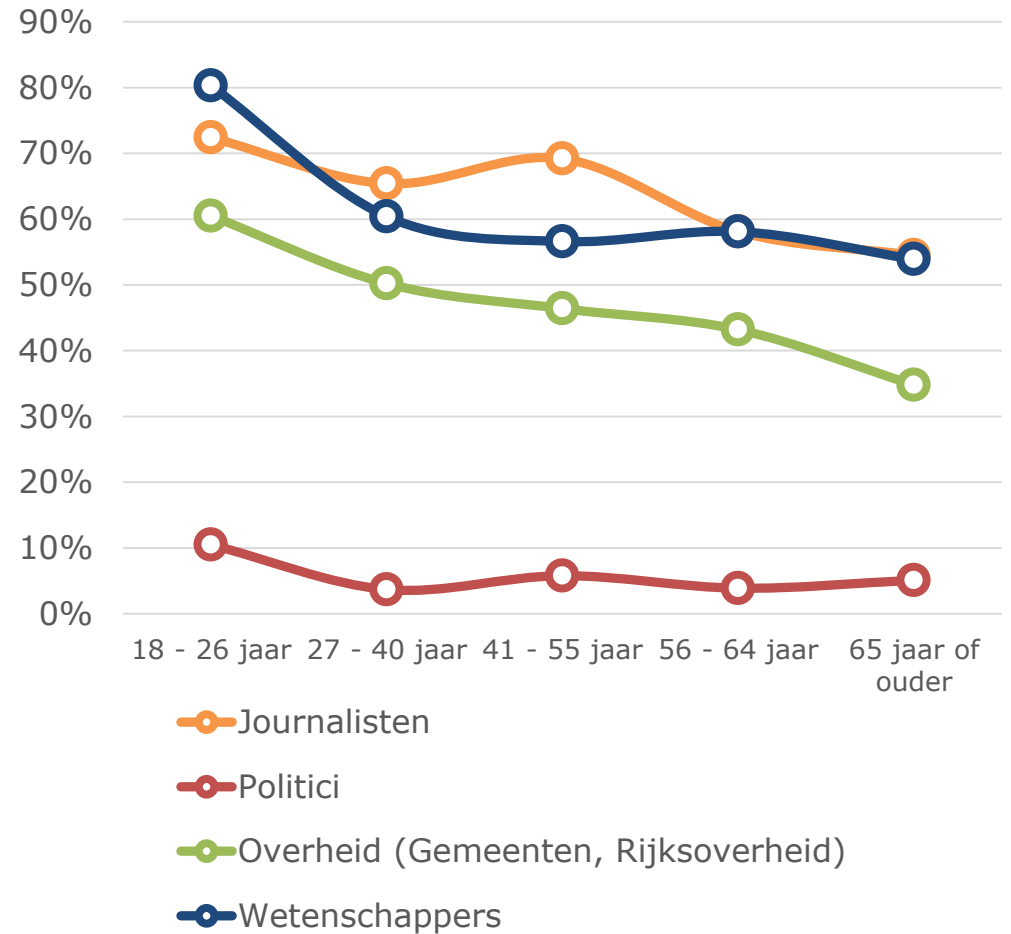
- Vrouwen vinden nieuwsbronnen betrouwbaarder dan mannen. Met name radio, kranten en televisie worden als betrouwbaar ervaren.
- Social Media wordt het minst als betrouwbaar aangegeven.

Journalisten (65%) worden als meest betrouwbaar gezien



- Hoe ouder de bevolking is, hoe minder betrouwbaar ze de nieuwsmakers vinden. Met name bij wetenschappers, overheid en journalisten is de daling zichtbaar.
- Politici worden in alle leeftijdsgroepen het minst aangegeven als betrouwbaar.

Betrouwbaarste nieuwsmakers

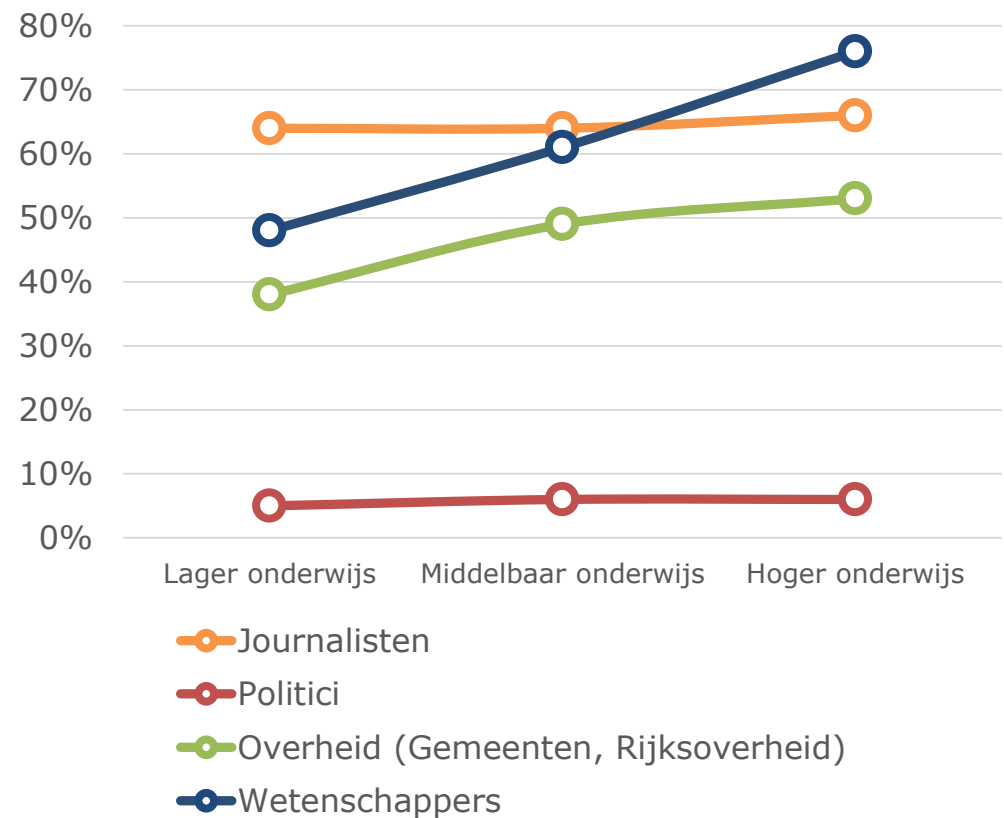




Hoger opgeleiden vinden wetenschappers het meest betrouwbaar



Betrouwbaarste nieuwsmakers naar opleiding



Q: Vink aan welke van onderstaande nieuwsmakers je betrouwbaar vindt? n=1050



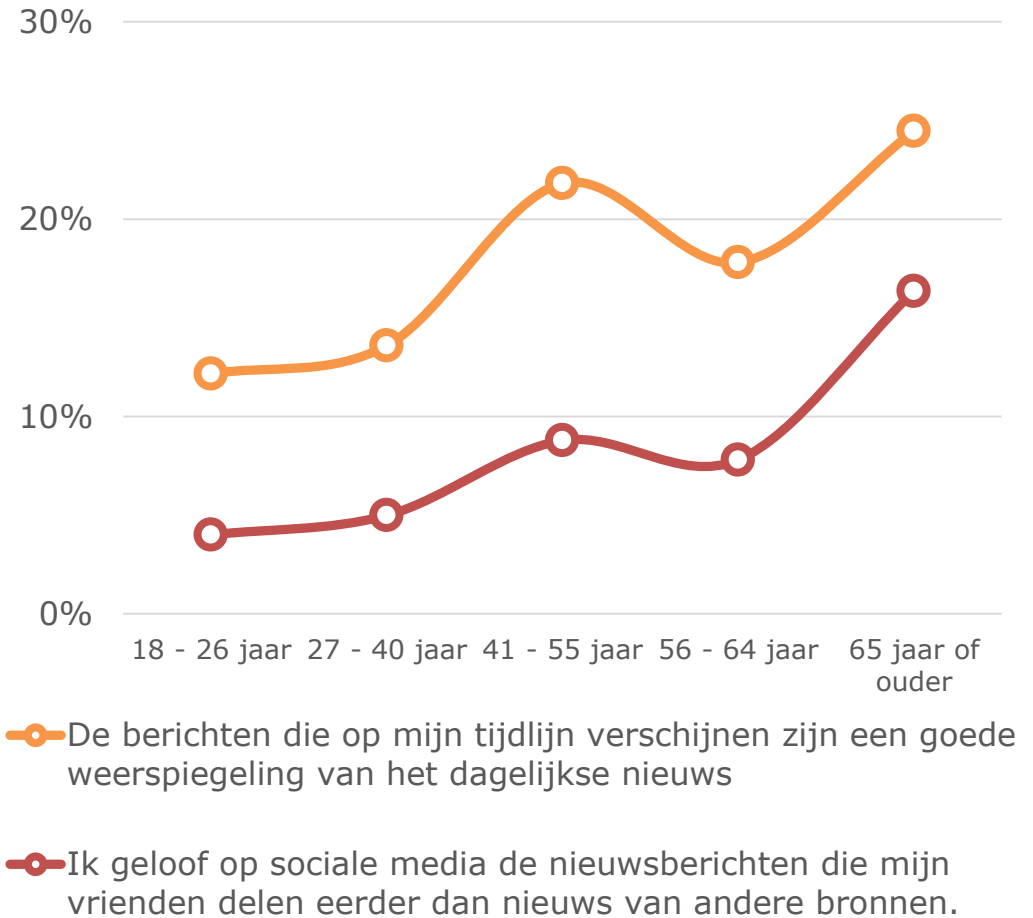
Jongeren zijn sceptisch over wat zij zien op social media



Hoewel ouderen sceptisch zijn t.o.v. nieuwsmakers vertrouwend zijn hun tijdlijn meer dan jongeren. Echter vindt slechts 1 op de 5 ouderen hun tijdlijn een goede weerspiegeling van het dagelijks nieuws.

- Hoe jonger de bevolking is, hoe minder zij hun vrienden als betrouwbaar ervaren op social media.

Social Media

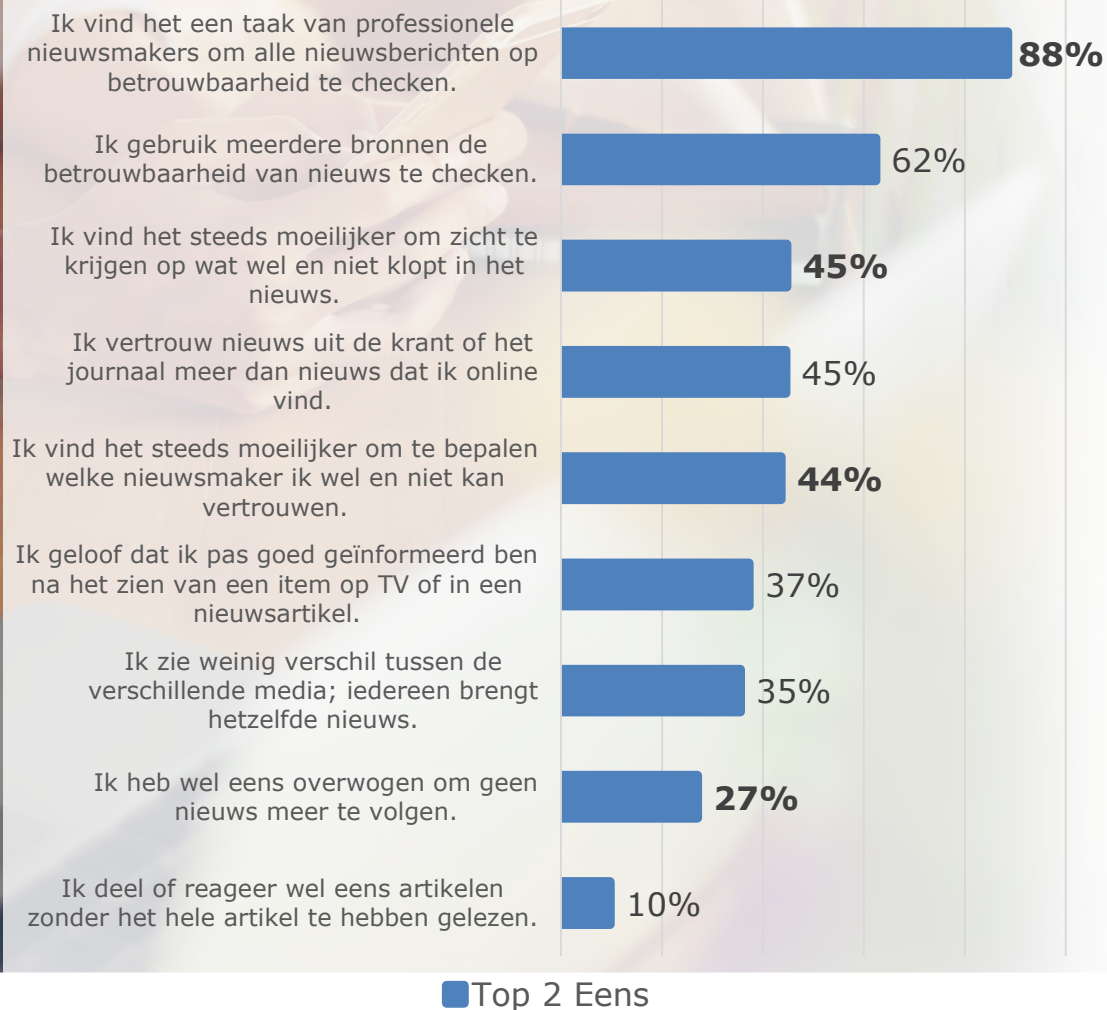




Men vindt het steeds moeilijker om zelf de betrouwbaarheid van nieuws te bepalen



Nieuws en gedrag



- 88% vindt dat professionals het nieuws op betrouwbaarheid moeten checken
- Jongeren vertrouwen, in vergelijking met ouderen, het nieuws uit de krant of het journaal meer dan dat ze online vinden (*zie bijlage voor uitsplitsing*)
- De groep 41-55 jaar is het over het algemeen minder eens met de stellingen dan de andere leeftijdsgroepen (*zie bijlage voor uitsplitsing*)
- 1 op de 4 Nederlanders heeft wel eens overwogen om geen nieuws meer te volgen

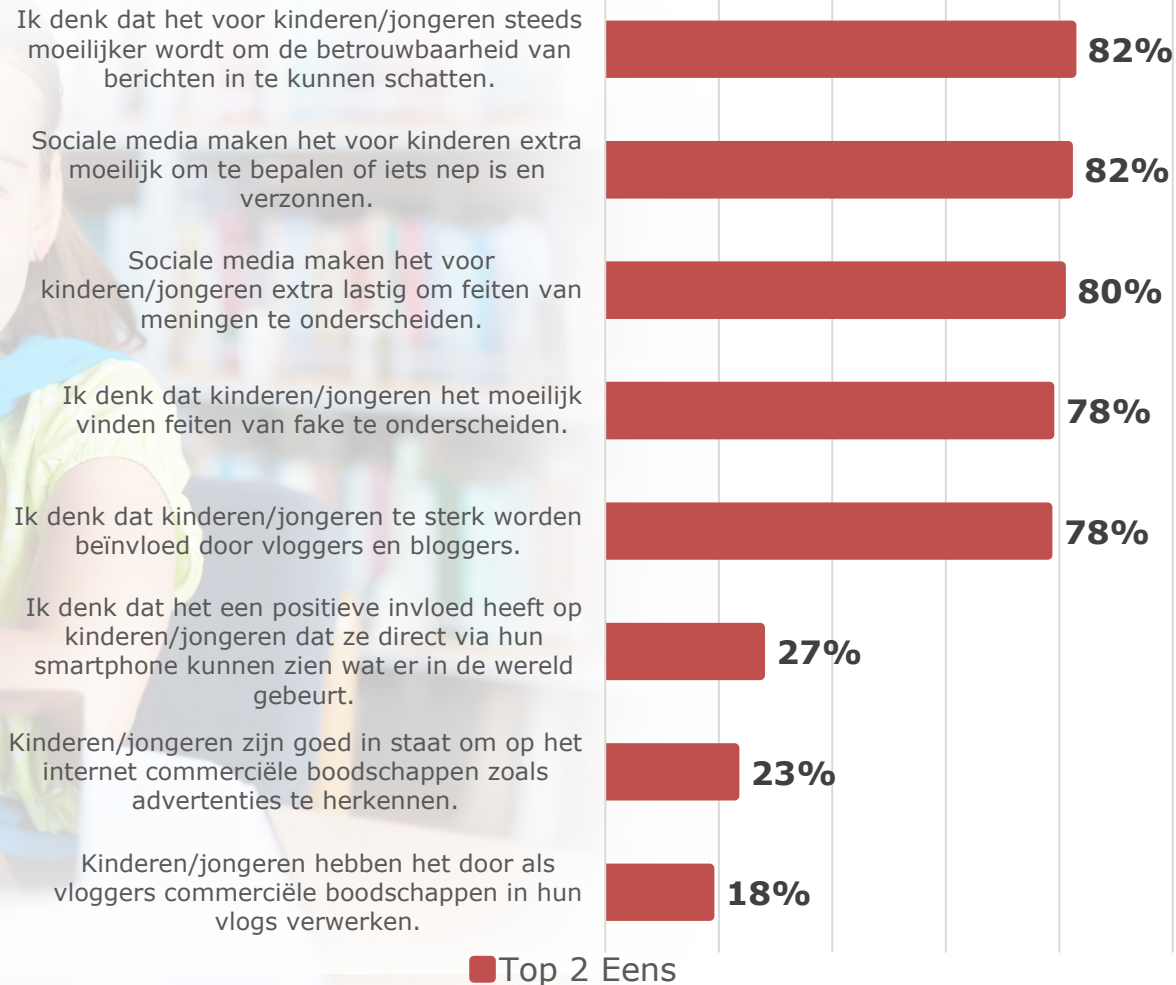
Q: Geef aan in hoeverre je het eens bent met de volgende stellingen: n=1050



Men denkt dat kinderen moeite hebben met uit elkaar houden van feit en fake



Mediagedrag kinderen



- Slechts 18% denkt dat kinderen commerciële boodschappen van vloggers herkennen
- Met name 55 plussers vinden dat kinderen/jongeren sterk worden beïnvloed door bloggers/vloggers (*zie bijlage voor uitsplitsing*)
- 80% denkt dat het voor kinderen extra moeilijk is om betrouwbaarheid van nieuws in te schatten. Sociale Media wordt als schuldige aangewezen.



Er zou meer aandacht voor mediawijsheid moeten zijn in het onderwijs. Ook thuis is een belangrijke plek om mediawijs te worden



Mediaopvoeding



- 3 van de 4 Nederlanders vindt dat er in het onderwijs meer aandacht moet komen voor de betrouwbaarheid van het nieuws. Echter vindt slechts 1 op de 3 dat de school de belangrijkste plek is.
- Een kwart weet niet waar hun kinderen hun nieuws vandaan haalt
- De helft vindt thuis de belangrijkste plek waar kinderen mediawijsheid moeten leren, maar ze hebben zelf moeite met het begeleiden van hun kinderen

Q: Geef aan in hoeverre je het eens bent met de volgende stellingen: n=178 (o.b.v. respondenten met kinderen tussen de 11 en 20 jaar)





Bijlage vraag 11

Vraag 11: Vink aan welke van onderstaande nieuwsmakers je betrouwbaar vindt:

	Lager onderwijs	Middelbaar onderwijs	Hoger onderwijs	18 - 26 jaar	27 - 40 jaar	41 - 55 jaar	56 - 64 jaar	65 jaar of ouder	Totaal
Journalisten	64%	64%	66%	72%	65%	69%	58%	55%	65%
Politici	5%	6%	6%	11%	4%	6%	4%	5%	6%
Vloggers	1%	1%	3%	1%	3%	1%	2%	1%	2%
Bloggers	2%	3%	2%	1%	5%	2%	2%	1%	2%
Columnisten	18%	16%	12%	13%	10%	13%	19%	26%	16%
Overheid (Gemeenten, Rijksoverheid)	38%	49%	53%	61%	50%	46%	43%	35%	47%
Wetenschappers	48%	61%	76%	80%	60%	57%	58%	54%	61%
Activisten (Greenpeace, Wikileaks)	14%	13%	10%	13%	13%	10%	19%	11%	13%
Onbekenden op sociale media (Twitter, Instagram, Facebook etc.)	3%	2%	3%	4%	2%	2%	3%	3%	2%
Vrienden op sociale media	11%	8%	7%	2%	8%	9%	12%	11%	9%
BN'ers	5%	0%	3%	1%	6%	1%	1%	1%	2%
Totaal	303	439	256	152	217	295	155	178	996



Bijlage vraag 13

Vraag 13: Stellingen nieuws Effect van media op gemoedstoestand / beïnvloeding

Geef aan in hoeverre je het eens bent met de volgende stellingen:

TOP 2 EENS+HELEMAAL EENS

	18 - 26 jaar	27 - 40 jaar	41 - 55 jaar	56 - 64 jaar	65 jaar of ouder	Totaal
Ik vind het steeds moeilijker om zicht te krijgen op wat wel en niet klopt in het nieuws.	49%	48%	35%	44%	53%	45%
Ik vind het steeds moeilijker om te bepalen welke nieuwsmaker ik wel en niet kan vertrouwen.	49%	45%	36%	44%	49%	44%
Ik geloof dat ik pas goed geïnformeerd ben na het zien van een item op TV of in een nieuwsartikel.	36%	30%	37%	43%	43%	37%
Ik zie weinig verschil tussen de verschillende media; iedereen brengt hetzelfde nieuws.	24%	34%	38%	35%	43%	35%
Ik vertrouw nieuws uit de krant of het journaal meer dan nieuws dat ik online vind.	59%	40%	39%	45%	45%	45%
Ik gebruik meerdere bronnen de betrouwbaarheid van nieuws te checken.	57%	64%	62%	66%	63%	62%
Ik deel of reageer wel eens artikelen zonder het hele artikel te hebben gelezen.	8%	8%	11%	9%	11%	10%
Ik vind het een taak van professionele nieuwsmakers om alle nieuwsberichten op betrouwbaarheid te checken.	91%	84%	86%	93%	91%	88%
	152	217	295	155	178	996



Bijlage vraag 14

Vraag 14: Stellingen Mediagedrag van kinderen

Geef aan in hoeverre je het eens bent met de volgende stellingen:

TOP 2 EENS+HELEMAAL EENS

	18 - 26 jaar	27 - 40 jaar	41 - 55 jaar	56 - 64 jaar	65 jaar of ouder	Totaal
Ik denk dat het voor kinderen/jongeren steeds moeilijker wordt om de betrouwbaarheid van berichten in te kunnen schatten.	88%	80%	79%	83%	84%	82%
Sociale media maken het voor kinderen extra moeilijk om te bepalen of iets nep is en verzonnen.	83%	77%	79%	89%	84%	82%
Ik denk dat kinderen/jongeren het moeilijk vinden feiten van fake te onderscheiden.	78%	78%	75%	82%	81%	78%
Ik denk dat het een positieve invloed heeft op kinderen/jongeren dat ze direct via hun smartphone kunnen zien wat er in de wereld gebeurt.	31%	25%	32%	19%	26%	27%
Ik denk dat kinderen/jongeren te sterk worden beïnvloed door vloggers en bloggers.	70%	78%	75%	85%	84%	78%
Kinderen/jongeren hebben het door als vloggers commerciële boodschappen in hun vlogs verwerken.	13%	15%	20%	16%	25%	18%
Kinderen/jongeren zijn goed in staat om op het internet commerciële boodschappen zoals advertenties te herkennen.	21%	17%	28%	18%	27%	23%
	152	217	286	150	176	980



Contact

Direct Research BV
Herengracht 454
1017 CA Amsterdam

020 770 75 79
info@directresearch.nl
www.directresearch.nl



Tim Faassen
Research manager
06 25 45 44 09
tim.faassen@directresearch.nl

