

Ruim 8 miljoen volwassen Nederlanders zijn onvoldoende mediawijs *Kennis en vaardigheden blijven achter in snel veranderend medialandschap*

Hilversum, 26 oktober 2023 - 58% van de volwassen Nederlanders boven de 18 jaar is niet voldoende mediawijs. Dat betreft maar liefst 8,4 miljoen volwassenen. Onder jongeren tussen de 12 en 18 jaar is dit aantal 0,7 miljoen. In totaal gaat het om bijna 9,1 miljoen Nederlanders. Dit blijkt uit onderzoek van Kantar Public naar mediawijsheid onder Nederlanders in opdracht van Netwerk Mediawijsheid. Hoewel er sinds 2018 enige verbetering is waargenomen in de mediawijsheid van Nederlanders, wordt deze vooruitgang overschaduwd door de snelle ontwikkeling van de media, zoals de opkomst van technologieën als ChatGPT. Mary Berkhout-Nio, programmadirecteur bij Netwerk Mediawijsheid: *“We zien dat mensen weliswaar mediawijzer zijn geworden, mede door de coronapandemie, maar het is lastig bij te blijven omdat het digitale medialandschap zo snel verandert. Dit geldt voor alle lagen van de samenleving. Mediawijsheid is belangrijker dan ooit en gaat verder dan alleen digitale vaardigheden; het gaat om grip hebben op complexe zaken die om je heen gebeuren, om bij te blijven en mee te kunnen komen. Het is cruciaal dat er geen kloof ontstaat, dat we elkaar blijven begrijpen. Dat vergt een leven lang leren, kritisch denken en actieve betrokkenheid met media.”*

Digitale media zijn onmisbaar in ons dagelijks leven en brengen veel plezier en profijt. Ze ondersteunen ons bij werk, school, sport, hobby's, vriendschappen en relaties. Het heeft echter ook een keerzijde en dat brengt uitdagingen met zich mee. Het onderzoek van Kantar Public toont aan dat veel Nederlanders worstelen met digitale balans en te weinig kennis hebben over desinformatie en online veiligheid.

Zo is het opvallend dat 70% van de Nederlanders niet nadenkt over de kleuring van het nieuws en 77% denkt niet na over verdienmodellen van internetbedrijven, zoals bijvoorbeeld de advertentie-inkomsten via zoekmachines. *“Het is cruciaal om kritisch te zijn over wat ons online wordt voorgeschoteld, omdat er bijna altijd een commercieel of politiek belang achter schuilgaat. Ons onderzoek laat zien dat bijna de helft van de Nederlanders geneigd is om op de eerste zoekresultaten van bijvoorbeeld Google te klikken. Ze realiseren zich echter niet dat hier een verdienmodel aan verbonden is en dat het niks zegt over de betrouwbaarheid van de resultaten. Vaak realiseren mensen zich niet dat ze ongemerkt worden gebruikt door commerciële organisaties.”* Aldus Mary Berkhout-Nio.

Ruim vier op de tien jongeren minder productief door mediagebruik

Onder mediawijsheid valt ook een gezonde digitale balans, wat essentieel is voor het welzijn. Daarbij is het belangrijk om te kijken naar verschillende aspecten, zoals slaap, lichaamsbeweging, ontspanning, tijd voor onszelf en ons sociale leven.

Uit het onderzoek blijkt dat 43% van de jongeren zichzelf door hun mediagebruik minder productief vindt in het dagelijks leven dan zij zouden willen. Dat is een fors verschil met volwassenen, waar dat percentage slechts 18% is. Ook worstelen jongeren met het aanpassen van hun gedrag wanneer mediagebruik te ongezond wordt. Daarbij geeft 53% aan hier niet toe in staat te zijn, tegenover 41% van de volwassenen.

Jongeren ervaren niet alleen een afname in productiviteit door mediagebruik, maar er wordt ook weinig over gesproken. Meer dan de helft van de jongeren denkt niet na over de digitale omgangsvormen (56%), en ongeveer drie op de vijf jongeren (62%) bespreekt dit probleem niet met anderen. Professor Dr. Jeroen Jansz, voorzitter Wetenschappelijke Raad Mediawijsheid en hoogleraar aan de Erasmus Universiteit Rotterdam, vindt dit zorgwekkend, gezien de recente toename in depressiviteit en eenzaamheid onder jongeren. *“Recente onderzoeken tonen aan dat bijna de helft van de jongeren worstelt met hun zelfbeeld als gevolg van mediagebruik. Mediawijsheid speelt hier een cruciale rol, en met de juiste kennis en vaardigheden kan een betere digitale balans worden gevonden, samen met een gezondere omgang met media.”*

Nederlanders onvoldoende bewust van online veiligheid en desinformatie

Een gebrek aan mediawijsheid is niet alleen een risico voor de gezondheid, het maakt je ook kwetsbaarder. Zo is cybercriminaliteit, inclusief phishing, in de afgelopen jaren enorm toegenomen, met een verdrievoudiging sinds 2018. Desondanks geeft ruim vier op de tien volwassenen nog steeds geen prioriteit aan online veiligheid of cybercriminaliteit. Bovendien lijkt meer dan de helft van de volwassenen niet bezorgd te zijn over nepnieuws en desinformatie, een percentage dat nog hoger is onder jongeren. Meer dan 60% van de jongeren denkt niet na over internetveiligheid, cybercriminaliteit, nepnieuws of desinformatie. Daarnaast geeft iets minder dan de helft (45%) van de volwassenen aan dat ze niet weten hoe ze moeten controleren of iets nepnieuws is. Professor Dr. Jeroen Jansz onderstreept het toenemende gevaar van nepnieuws: *“Deze bevindingen tonen een verontrustende realiteit waarin mensen steeds kwetsbaarder worden in het digitale tijdperk. De exponentiële verspreiding van nepnieuws laat zien hoe essentieel het is om mediawijs te zijn. Het gaat niet alleen om bijblijven, maar eerder om overleven in de moderne wereld.”*

Over het onderzoek van Kantar Public

Het onderzoek is uitgevoerd middels een online kwantitatieve survey onder 1.057 volwassen Nederlanders van 18 jaar en ouder en 813 jongeren tussen de 13 en 17 jaar oud. Het veldwerk heeft plaatsgevonden tussen 9 en 15 februari 2023. Dit onderzoek naar mediawijsheid in 2023 is uitgevoerd door Kantar Public in opdracht van Netwerk Mediawijsheid.

Over Netwerk Mediawijsheid

Netwerk Mediawijsheid bestaat uit meer dan duizend organisaties die zich inzetten op het gebied van mediawijsheid en maakt zich hard voor een Nederland waarin iedereen mediawijs is - of bezig is dat te worden. Want mensen die mediawijs zijn, kunnen zich gemakkelijker en zekerder bewegen in een samenleving waarin (online) media een steeds grotere rol spelen. Het bevorderen van mediawijsheid is een voortdurend proces, dat onderdeel is van een groter geheel en dat alleen gezamenlijk door overheden, onderwijs, kennisinstellingen, media, bedrijfsleven en maatschappelijke organisaties succesvol kan worden opgepakt. Netwerk Mediawijsheid heeft in 2023 een meerjarenplan opgesteld voor de periode 2024-2028, waarmee het netwerk zich gaat inzetten voor meer grip, plezier en profijt in de mediasamenleving voor iedereen en uitdagingen rondom desinformatie, digitale balans en sociale omgangsvormen gaat aanpakken. Netwerk Mediawijsheid wordt

aangestuurd door vijf kernpartners: Beeld & Geluid, ECP | Platform voor de
InformatieSamenleving, Omroep HUMAN, Kennisnet en KB, de nationale bibliotheek.