

dichterbij NIEUWS

**Burger en journalist samen
voor een vrije en veilige pers**

Wetenschappelijk onderzoek rond nieuwswijsheid in beeld

Rapportage op basis van literatuurstudie en gesprekken met wetenschappers over nieuwswijsheid. Uitgevoerd in opdracht van Netwerk Mediawijsheid en Beeld & Geluid.

SCAN MIJ





Voorwoord

Nieuws is onmisbaar voor een gezonde democratie. Maar de samenleving verandert voortdurend – net als technologie en de manier waarop we informatie krijgen. Daar komen maatschappelijke spanningen en politieke verdeeldheid nog bij. Onzekerheid en manipulatie krijgen hierdoor makkelijker voet aan de grond. Nieuws en informatie krijgen pas waarde wanneer burgers deze kunnen vinden, beoordelen en vertrouwen. Een gezonde democratie kan alleen bestaan, met betrouwbare informatievoorziening en een kritische en betrokken samenleving.

In vrijwel ieder rapport over nieuwsgebruik, vertrouwen in media en de staat van de democratie wordt het belang van **nieuwswijsheid** onderstreept. En niet zonder reden. Nieuws en journalistiek spelen een onmisbare rol in de democratische rechtsstaat. Tegelijkertijd maken steeds minder mensen rechtstreeks gebruik van journalistieke bronnen.

Nieuwswijsheid is daarmee een sleutelbegrip geworden in het denken over een weerbare, democratische samenleving. Maar wat bedoelen we hier precies mee? Hoe wordt het in wetenschappelijk onderzoek benaderd en afgebakend? Waar liggen kennishiaten? En hoe kunnen we nieuwswijsgedrag stimuleren en beïnvloeden?

Dit rapport biedt een eerste verkenning van het kennisveld rond nieuwswijsheid, op basis van literatuurstudie en gesprekken met zes

wetenschappers uit Nederland en Vlaanderen die zich bezighouden met nieuwsgebruik, nieuwswijsheid en informatievaardigheden. De publicatie van dit rapport maakt deel uit van het project **DichterBijNieuws**. De veldscan is uitgevoerd door **Karin Schut**, in opdracht van **Netwerk Mediawijsheid en Beeld & Geluid**.

We benadrukken dat deze veldscan een eerste inventarisatie is. Het is dus geen compleet overzicht van alle lopende initiatieven, inzichten en onderzoeken rond nieuwswijsheid. Het document is bedoeld als startpunt voor het verder in kaart brengen van het onderzoekslandschap en de bestaande behoeften. We zien het als een uitnodiging tot samenwerking, kennisdeling en verdieping, met als doel nieuwswijsheid blijvend en onderbouwd te versterken en zo bij te dragen aan het maatschappelijke en wetenschappelijke debat over dit thema.

DICHTERBIJNIEUWS

DichterBijNieuws brengt nieuwswijsheid en persvrijheid samen. Tal van partners, van bibliotheken tot mediapartijen, werken mee om burgers bewust te maken van de uitdagingen rond persvrijheid en persveiligheid en hen te stimuleren actief bij te dragen aan positieve verandering. Het project richt zich op het versterken van de relatie tussen journalistiek en samenleving, onder meer via dialoog, educatie en publieksbetrokkenheid.

In dit kader heeft Beeld & Geluid, ondersteund vanuit DichterBijNieuws, ook het **Manifest Nieuwswijsheid** gepubliceerd. Dit manifest roept onderwijsinstellingen, journalisten, beleidsmakers, wetenschappers en techbedrijven op om samen

te werken aan een nieuwswijzer Nederland. Daarnaast wordt gewerkt aan een rapportage over 'het nieuwswijsheid ecosysteem in Nederland', die naar verwachting in het najaar van 2026 verschijnt. Op **de website** van DichterBijNieuws zijn ook andere publicaties en hulpmiddelen te vinden. Denk aan **praktische richtlijn voor redacties bij online haat**, een **handleiding voor redacties om burgerdialogen** te organiseren en een **toolkit nieuwswijsheid** voor onderwijsprofessionals en een **inspiratiegids voor bibliotheken**. Samen met dit rapport en het Manifest Nieuwswijsheid vormen deze publicaties een samenhangend geheel dat bijdraagt aan kennis, bewustwording en handelingsperspectief.

Inhoud	2	3.	Weerbaar tegen mis- en desinformatie	35
Voorwoord	3	3.1	Nepnieuws, misinformatie, desinformatie	35
Samenvatting	4	3.2	Strijd en weerbaarheid tegen misinformatie	36
Bevindingen	4	3.3	Toolbox vol bescherming tegen online misinformatie	37
Hiaten in kennis, theorie en onderzoek	6	3.4	Overwegend experimentele opzet	39
Vervolgstappen en verder onderzoek	7	3.5	Waarschuwing: negatieve bijwerkingen van aandacht voor misinformatie	41
1. Inleiding	9	3.6	Bevorderen van vertrouwen versus weerbaar maken tegen misinformatie	42
1.1 Achtergrond	9			
1.2 Doelstelling en onderzoeksvragen	9			
1.3 Aanpak	9			
1.4 Overzicht onderwerpen en leeswijzer	11	4.	(Onderzoek naar) nieuwsgebruik en nieuwswijsheid in Nederland	45
2. Nieuwswijsheid	13	4.1	Het Commissariaat voor de Media: relevante bevindingen	45
2.1 Nieuwswijsheid gedefinieerd	13	4.2	Vlaamse Nieuwsbarometer	47
2.2 Nieuwswijsheid vertaald naar onderzoek	16	4.3	DichterbijNieuws: nieuwswijsheid in de klas	50
2.2.1 5 C's vertaald naar onderzoeksvragen	17			
2.2.2 Uitwerking vaardigheden	19	5.	Kennishiaten en vervolgonderzoek	53
2.2.3 Van nieuwswijs naar nieuwswijs gedrag	20	5.1	Conclusies	53
2.2.4 Nieuwsgebruik en sociale context van belang	21	5.2	Aanbevelingen voor vervolgonderzoek	54
2.2.5 Nieuwsgebruik en sociale context van belang	22			
2.3. Aandacht voor jonge adolescenten	24			
2.4. Nieuwswijsheid in educatieve programma's	25			
2.5. Journalistiek in relatie tot nieuwswijsheid: wat kunnen journalisten doen?	28			
2.6. Reflectie: aandacht nodig hedendaags mediagebruik	29			
			Literatuurlijst	57



Samenvatting

Rapporten over nieuwsgebruik en vertrouwen in het nieuws benadrukken stevast het belang van nieuwswijsheid. Nieuws en journalistiek hebben een belangrijke functie in een democratie, maar steeds minder mensen maken rechtstreeks gebruik van nieuwsmedia. En veel Nederlanders, waaronder veel jongeren, halen hun nieuws van sociale media, waar nieuwsberichten vermengd worden in een stroom van allerlei content.

Maar hoe wordt nieuwswijsheid benaderd en gedefinieerd in wetenschappelijk onderzoek en wat weten we hierover? Dit zijn vragen waarop dit rapport antwoord geeft aan de hand van een eerste algemene literatuurstudie ¹ en gesprekken met zes wetenschappers die zich bezighouden met onderzoek naar nieuwsgebruik en/of nieuwswijsheid in Nederland of Vlaanderen.

Voor deze veldscan zijn meer dan 130 relevante publicaties geraadpleegd. In dit rapport komt een aantal hiervan terug in de literatuurverwijzingen in de tekst en literatuurlijst.

Bevindingen

Nieuwswijsheid als begrip nog niet uitgekristalliseerd

Theorie en onderzoek rond nieuwswijsheid zijn nog volop in ontwikkeling. Nieuwswijsheid komt veel terug in de context van zorgen over nieuws, over omgaan met misinformatie of desinformatie, clickbait, bias en framing. De aandacht voor misinformatie is sinds een aantal jaren sterk toegenomen, zowel onder wetenschappers als journalisten, waarmee het ook veel media-aandacht krijgt.

Hoewel het begrip nieuwswijsheid nogal breed is en niet scherp gedefinieerd, benoemen wetenschappers in zowel de gesprekken als publicaties dat nieuwswijsheid draait om kennis en vaardigheden gericht op het begrijpen en

beheersen van de processen waarmee nieuws wordt geproduceerd, verspreid en geconsumeerd. Zie hiervoor bijvoorbeeld Vraga, Tully en Bode (2021), Tully, Maksl, Ashley, Vraga en Craft (2021) en Tamboer (2023). In deze publicaties worden onderzoeken beschreven waaruit blijkt dat dit type kennis en vaardigheden vaak samengaat met onder andere meer nieuwsgebruik, volgen van meer nieuwsbronnen op sociale media en een meer kritische houding ten aanzien van informatie op sociale media.

Door de gekozen onderzoeksopzet is er helaas geen uitspraak mogelijk over oorzaak- en gevolgrelaties. Ook geven de wetenschappers zelf aan dat het lastig is om bevindingen uit verschillende studies met elkaar te vergelijken, omdat de definitie van welke kennis en vaardigheden bij nieuwswijsheid hoort uiteenlopen.

Wetenschappers zoals de Nederlandse Sanne Tamboer (2023) en Amerikaanse onderzoekers Emily Vraga en Melissa Tully (meerdere publicaties tussen 2015 en 2025) spannen zich in om theorieën en modellen te vormen om het begrip nieuwswijsheid in te kaderen en te begrijpen. In dit werk klinkt de centrale gedachte vanuit de Media Literacy Theory van Potter (2004, 2019) door: dat media vaak een vertekende weergave van de werkelijkheid toont en we ons daarvan bewust moeten zijn als we media gebruiken. Dit leidt ertoe dat eerdere onderzoeken naar nieuwswijsheid tot voor kort vooral kennistoetsen gebruiken. Met bijvoorbeeld vragen over processen over hoe nieuws tot stand komt, in welke context journalisten werken en of mensen bekend zijn met zaken als bias en framing bij de totstandkoming van nieuws.

Veranderend mediagedrag vraagt om een brede benadering van nieuwswijsheid

Onderzoek naar mediagedrag en nieuwsgebruik laat zien dat voor een steeds grotere groep mensen, waaronder ook veel jongeren, sociale media een belangrijke informatiebron voor nieuws vormen. Het gebruik van traditionele nieuwsbronnen

waar nieuws in een afgebakende en gecontroleerde omgeving wordt getoond is daarentegen juist sterk afgenomen (Commissariaat voor de Media, 2025).

Op sociale media zijn nieuwsberichten minder herkenbaar als losstaande categorie en mengt nieuws zich met entertainment, meningen en persoonlijke verhalen van bijvoorbeeld influencers. In de gesprekken met de Nederlandse en Vlaamse wetenschappers komt naar voren dat het actief kunnen herkennen en selecteren van betrouwbaar nieuws, in de praktijk, en vooral op sociale media, best lastig kan zijn. Nieuwsgebruik via sociale media vergt andere vaardigheden dan nieuwsgebruik via afgebakende nieuwsmedia.

Dit vraagt om een brede, contextgevoelige benadering van nieuwswijsheid. Nieuwswijsheid niet als vaststaand fenomeen met één definitie, maar eerder een dynamisch en contextafhankelijk begrip. Eén waarin nieuwswijsheid mensen in staat stelt nieuws te vinden, en op waarde te kunnen schatten. Betrouwbare bronnen te herkennen en nieuwsberichten vervolgens kritisch, bewust en constructief te gebruiken voor meningsvorming. Deze vaardigheden zijn niet alleen afhankelijk van kennis, maar ook van houding, context en de sociale omgeving waarin informatie wordt ontvangen en gedeeld.

Nederland en België: focus op jongeren

Veel van de publicaties beschrijven onderzoek dat is uitgevoerd onder volwassenen of studenten in de Verenigde Staten, dat vanwege het politieke en gepolariseerde klimaat een interessant onderzoeksgebied is.

In Nederland en België is er juist ook aandacht voor jonge adolescenten. Dit is de leeftijd waarop nieuwsgewoonten en interesses zich ontwikkelen. Interventies op deze leeftijd kunnen gewoonten en motivatie vormgeven voordat ze volledig verankerd zijn.

Zo onderzochten zowel Tamboer (2022) als Geers, Boukes en Moeller (2020) de effectiviteit van een (zelf ontwikkeld) kortdurend onderwijsprogramma gericht op onder andere het vergroten van nieuwswijsheid onder jonge adolescenten en

MBO-studenten. De effecten van deze onderzochte interventies bleven beperkt, maar beide studies leverden een waardevolle bijdrage aan de kennis hierover en aanbevelingen voor aanpak en vervolgonderzoek. Voor dit soort onderzoek is samenwerking met scholen nodig en dat blijkt nog niet zo gemakkelijk in de praktijk.

In België brengen onderzoekers van de Arteveldthogeschool de nieuwswijsheid onder de Vlaamse jongeren sinds 2021 structureel in kaart met de tweejaarlijkse Vlaamse Nieuwsbarometer, die onder andere een kennistest en een nepnieuwstest bevat.

Weerbaar tegen misinformatie

Nieuwswijsheid komt als begrip ook veel terug in de context van (weerbaar maken tegen) misinformatie², waaraan (bepaalde vormen van) nieuwswijsheid een bijdrage zouden kunnen leveren. Weerbaarheid tegen misinformatie komt tot uiting in het (kunnen) beoordelen van koppen of berichten op juistheid, geloofwaardigheid en betrouwbaarheid en het kunnen herkennen van nepnieuws aan vorm en toon, etc. De bevindingen liggen in lijn met de theorie van psychologische inenting - Inoculation Theory (Rozenbeek et al., 2022) - volgens welke gedoseerde en gecontroleerde blootstelling aan misinformatie, met daarbij informatie over welke technieken de makers gebruiken helpt mensen misinformatie beter te herkennen. De 'inenting' vindt daarbij bijvoorbeeld via games of campagnes plaats.

Onderzoek naar de effectiviteit van dit soort interventies laat positieve resultaten zien op in ieder geval korte termijn, maar over de langetermijneffecten ervan is nog weinig bekend.

Negatieve bij-effecten van waarschuwen tegen misinformatie: pleidooi voor vertrouwen

Misinformatie krijgt als onderwerp relatief veel aandacht in de media. Maar er kleven risico's aan te veel aandacht, omdat dit kan leiden tot *minder* vertrouwen in betrouwbare informatie of tot een meer sceptische houding tegenover informatie in het algemeen. Dit negatieve *spillover*-effect komt naar voren in onderzoek naar effectiviteit van waarschuwingen tegen misinformatie onder

¹ We gebruiken het woord 'veldscan', omdat dit rapport een eerste beeld geeft van het beschikbare wetenschappelijke onderzoek rondom nieuwswijsheid. De term 'nieuwswijsheid' of vertalingen daarvan komt in de meeste publicaties als een van de centrale begrippen terug of is door de auteurs als keyword toegevoegd.

Amerikaanse volwassenen (o.a. Van der Meer et al., 2023), maar wordt ook benoemd in de Vlaamse Nieuwsbarometer uit 2025. Uit de nepnieuwstest blijkt dat ondervraagde jongeren net zoveel twijfelen aan de betrouwbaarheid van betrouwbare nieuwsberichten als aan onbetrouwbare socialemediaberichten.

In 2020 publiceerden de Vlaamse wetenschappers Damme, van Leuven en van Hove ‘Nieuwswijsheid: een pleidooi voor vertrouwen’, dat onder meer te vinden is op de website van Mediawijs in België. Dit pleidooi is, ook gezien het recente wetenschappelijke onderzoek, nog steeds heel actueel. Het pleit ervoor dat nieuwswijsheidsprogramma's bovenal zouden moeten werken aan het stimuleren van vertrouwen in het nieuws. Natuurlijk is kritisch stilstaan bij de kwaliteit, herkenbaarheid of geloofwaardigheid van nieuws ook nodig, maar het bouwen van een duurzame relatie met nieuws is het allerbelangrijkste.

“Nieuwswijsheidsprogramma's willen dat mensen een gezonde relatie krijgen met nieuws, maar door meermaals te benadrukken dat nieuws mogelijk onjuist is, dreigt er een gevoel van cynisme te ontstaan ten opzichte van nieuws in het algemeen. Met andere woorden: in plaats van leerlingen wegwijs te maken in het nieuwslandschap en de basis te leggen voor een gezonde relatie met nieuws (wat het grotere doel van nieuwswijsheid zou moeten zijn), daalt het vertrouwen in nieuws”

Citaat uit ‘Nieuwswijsheid: pleidooi voor vertrouwen’.

Conclusie: hiaten in kennis, theorie en onderzoek

Het ontbreken van een heldere en tegelijkertijd brede, contextgevoelige definitie van nieuwswijsheid belemmert de ontwikkeling van effectieve programma's en interventies en instrumenten die de impact hiervan meten op motivatie, vertrouwen en gebruik van nieuws.

Het meeste onderzoek is gedaan naar nieuwswijsheid in termen van kennis. Vaardigheden en vooral de toepassing van nieuwswijs gedrag in de praktijk onderzoeken is lastiger en krijgt minder aandacht. Die aandacht is echter wel nodig, omdat de toepassing van nieuwswijze vaardigheden op de momenten en plekken dat het ertoe doet nodig is en we moeten willen leren hoe dat verder gestimuleerd kan worden. De huidige theorievorming en de huidige onderzoekspraktijk schiet op dit punt nog tekort. De praktijk is dat nieuwswijs gedrag ook moet plaatsvinden terwijl we ons al scrollend vermaken op sociale media.

In Nederland ontbreekt structureel onderzoek naar hoe het gesteld is met de nieuwswijsheid onder Nederlanders in het algemeen en jongeren in het bijzonder. Ook ontbreekt structureel onderzoek naar de effectiviteit van programma's die gericht zijn op het ontwikkelen van nieuwswijsheid, al dan niet als onderdeel van bredere burgerschaps- of mediawijsheidsprogramma's.

Media- en nieuwswijsheid zijn niet alleen de verantwoordelijkheid van burgers: ook journalistieke instellingen en het bredere mediasysteem dragen verantwoordelijkheid voor een informatieomgeving die vertrouwen waard is.

Op welke manier kunnen journalisten zelf bijdragen aan het nieuwswijzer maken van het publiek? In de praktijk gaat al wel aandacht uit naar hoe journalisten en nieuwsmedia zelf kunnen bijdragen



aan vertrouwen in het nieuws. Echter blijft onderbelicht hoe journalisten zelf bij kunnen dragen aan het nieuwswijzer maken van het publiek.

Vervolgstappen en verder onderzoek

Vanuit de gesignaleerde hiaten volgt een aantal aanbevelingen voor vervolgstappen en/of -onderzoek. De belangrijkste zijn in deze samenvatting opgenomen.

Ontwikkelen van een gezamenlijke visie op wat nieuwswijsheid inhoudt.

Ontwikkel een gezamenlijke visie op wat nieuwswijs zijn en nieuwswijs handelen inhoudt. Doe dit vanuit een brede invalshoek: inclusief begrip van

het belang van nieuws en journalistiek in onze samenleving en de motivatie en vaardigheden om nieuws uit betrouwbare bronnen te vinden, te herkennen en te gebruiken voor meningsvorming. De focus moet komen te liggen op stimuleren van vertrouwen in betrouwbaar nieuws, uit betrouwbare bronnen en het kunnen herkennen van betrouwbare informatie binnen de context van het dagelijkse mediagebruik.

Een gezamenlijke visie kan tot stand komen door samenwerking met wetenschappers en experts uit verschillende disciplines zoals journalistiek, communicatie en onderwijs. Ook kwalitatief onderzoek waarin het gesprek met burgers en nieuwsgebruikers wordt aangegaan kan relevante inzichten bieden. De visie dient vertaald te worden naar concrete kennis-, houdings- en gedragselementen die inspiratie bieden voor en richting geven aan (onderwijs-)programma's en onderzoeken.

² In deze samenvatting gebruiken we de term misinformatie als paraplueterm voor ongefundeerde claims, ongeacht intentie van de verzender, omdat het onderscheid tussen bedoeld (nepnieuws en desinformatie) en onbedoelde intentie (misinformatie) niet altijd te maken is. Zie ook paragraaf 3.1 voor een toelichting.

1. Inleiding

Start met (structureel) onderzoek naar nieuwswijsheid in Nederland, vanuit deze centrale visie en definitie.

Hou hierbij ook rekening met andere factoren die van invloed zijn. Zoals sociale norm, motivatie en vertrouwen in eigen kunnen. Denk hierbij aan grootschalig vragenlijstonderzoek onder een representatieve steekproef van 12 jaar en ouder. Hoe is het gesteld met nieuwswijsheid in Nederland? Welke groepen behoeven specifieke aandacht? Met jaarlijkse of tweejaarlijkse rapportages kunnen ontwikkelingen worden gevolgd en kan er ook media-aandacht worden gegenereerd, zoals de Vlaamse Nieuwsbarometer laat zien.

Inventariseer hoe nieuwswijsheid momenteel aandacht krijgt op scholen en hoe scholen hierin verschillen. Wat zijn ervaringen van leerkrachten en docenten?

Dit zou kunnen worden uitgevraagd met een (online) enquête onder docenten of door gesprekken te voeren met een brede selectie van scholen. Voeg daarin vragen toe naar in welke lessen of programma's er aandacht is voor nieuwswijsheid en in welke mate. In hoeverre zijn bestaande programma's bekend bij scholen en in hoeverre worden ze gebruikt? Wat zijn de ervaringen van leerkrachten, docenten en anderen die met jongeren werken over nieuwswijsheid en lessen hierover? Welke aandachtspunten signaleren zij en zijn er eventuele ondersteuningsmaatregelen nodig?

Bij lessen over nieuws en nieuwswijsheid is het belangrijk dat leerkrachten en docenten zelf goed in staat zijn om de lessen te geven, door zelf ook nieuwswijs te zijn. De programma's die zij gebruiken moeten goed aansluiten bij de behoeftes. In een vragenlijst of gesprek kan hier ook verder op worden ingegaan. Zoek naar andere methoden om de toepassing van nieuwswijs gedrag te stimuleren en te onderzoeken.

Op universiteiten of hogescholen is wellicht ruimte om instrumenten te ontwikkelen of testen die de toepassing van nieuwswijs gedrag in de praktijk onder de loep nemen. Hoe vaak, wanneer en bij welke soort berichten gaan socialemediagebruikers

op zoek naar meer informatie? Het inzetten van methodes als eye-tracking en data-donatie biedt hiervoor misschien kansen.

Inventariseer relevante kennis en inzichten door samen te werken met andere expertises.

Hoe stimuleren we dat kritisch omgaan met informatie, met name op sociale media, routine wordt? Het vraagstuk rond ontwikkelen van routines en van bewust naar onbewust gedrag speelt ook op andere terreinen. Bijvoorbeeld bij ontwikkelen van een gezonde levensstijl of andere gezondheidsvraagstukken. Welke learnings kunnen hieruit worden toegepast op nieuwswijsheid? Op het gebied van ontwikkeling van bekendheid en vertrouwen in nieuwsmerken zijn er wellicht raakvlakken met andere terreinen van merkcommunicatie.

Wil je meer weten of heb je vragen klik of scan de qr-code voor onze site!



1.1 Achtergrond

“Stimuleer dat gebruikers verantwoordelijkheid nemen voor hun rol en positie in het nieuwe mediasysteem” adviseerde het WRR in haar rapport ‘Aandacht voor media. Naar nieuwe waarborgen voor hun democratische functies’.

“Stimuleer nieuwswijsheid van jongeren, met extra aandacht voor jongeren met een praktijkgerichte opleiding” was een van de aanbevelingen van het Commissariaat voor de Media in het in 2024 verschenen rapport ‘Jongeren, nieuws en sociale media: een blik op de toekomst van het nieuws’.

In vrijwel ieder rapport dat verschijnt over nieuwsgebruik en vertrouwen in het nieuws in relatie tot democratie wordt het belang van nieuwswijsheid benadrukt. En niet voor niets. Nieuws en journalistiek hebben een belangrijke functie in een democratie.

Met betrouwbare informatie, achtergronden en opinies bepalen nieuwsmedia mede de agenda van het publieke debat, waaraan we in een democratie grote waarde hechten. Nieuwsmedia kunnen deze functie alleen vervullen als er voldoende vertrouwen is in de journalistiek en als ze voldoende gebruikt worden. Het spreekt voor zich dat nieuwsmedia en journalisten dit vertrouwen ook moeten verdienen.

Het is belangrijk dat burgers de rol van journalistiek in onze democratie kennen en deze op waarde schatten. Het is belangrijk dat ze hun mening kunnen vormen op basis van robuuste nieuwsvoorziening: een divers aanbod dat aan journalistieke normen en waarden voldoet, dat zichtbaar en vindbaar is en gebruikt wordt.

Het is van belang dat we weten hoe professionele journalistiek zich qua betrouwbaarheid en waarheidsvinding onderscheidt van andere vormen van berichtgeving. En dat we in staat en gemotiveerd zijn om betrouwbaar nieuws te vinden en te gebruiken als basis voor meningsvorming en participatie als burger.

Maar wat bedoelen we eigenlijk precies met nieuwswijsheid en wat weten we over

nieuwswijsheid vanuit wetenschap en praktijk? Dit zijn vragen waarop deze veldscan antwoord geeft.

1.2 Doelstelling en onderzoeksvragen

Deze veldscan heeft tot doel een overzicht te geven van kennis en onderzoek vanuit wetenschap en praktijk rondom nieuwswijsheid. Hoe wordt nieuwswijsheid zoal gedefinieerd en hoe wordt dit onderzocht?

Dit is gedaan aan de hand van de volgende onderzoeksvragen:

1. Hoe wordt nieuwswijsheid gedefinieerd en geoperationaliseerd in wetenschappelijk onderzoek en publicaties?
2. Welke (theoretische) modellen worden gebruikt om nieuwswijsheid te begrijpen en te onderzoeken?
3. Welke invalshoeken krijgen in (wetenschappelijke) publicaties de meeste aandacht?
4. Welke factoren bevorderen nieuwswijsheid? Welke factoren beïnvloeden de toepassing van nieuwswijsheid?
5. Hoe vindt onderzoek naar het niveau van nieuwswijsheid plaats en hoe wordt de effectiviteit van nieuwswijsheidsinterventies gemeten?
6. Welke hiaten in kennis, theorie en onderzoek kunnen wordenesignaleerd? En tot welke aanbevelingen voor de toekomst leiden deze?

1.3 Aanpak

We maakten voor dit rapport gebruik van deskresearch en spraken met wetenschappers die zich bezighouden met onderzoek naar nieuwsgebruik en/ of nieuwswijsheid in Nederland of Vlaanderen.

Literatuur

De literatuurstudie startte bij ons eigen archief en

netwerk. Dit leverde onder andere rapporten op van het Commissariaat voor de Media, het Rathenau Instituut, de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (WRR) en artikelen gepubliceerd door of via Netwerk Mediawijsheid, Mediawijs (België) en bijvoorbeeld Benedmo (Vlaams-Nederlandse samenwerking tegen desinformatie).

Voor toegang tot publicaties van wetenschappers is de selectie uitgebreid met zoekopdrachten via, in de eerste plaats, Google Scholar. Dit is een aparte zoekmachine die zich vooral richt op internationale wetenschappelijke publicaties en die een breed scala aan online publicaties indexeert, waaronder tijdschriftartikelen, boeken, proefschriften, rapporten en meer.

‘News literacy’ en ‘News media literacy’ zijn hierbij gebruikt als belangrijkste zoekterm. De literatuurlijsten en verwijzingen in de gevonden wetenschappelijke publicaties zijn vervolgens weer gebruikt om de lijst verder aan te vullen (snowballing).

Daarnaast is de inventarisatie ook uitgevoerd met behulp van Researchrabbit³, een gratis online platform dat gebruikmaakt van kunstmatige intelligentie om netwerken van auteurs, papers en publicaties te creëren vanuit wetenschappelijke bronnen. Uit deze netwerken ontstonden weer nieuwe aanbevelingen voor wetenschappelijke publicaties die we aan de oorspronkelijke lijst hebben toegevoegd.

In totaal leverden deze acties meer dan 130 artikelen en rapporten op. Meer dan de helft is van een vrij recente datum en verscheen na 2019. Voor opname in dit rapport gaven we de voorkeur aan wetenschappelijke publicaties waar veel naar wordt verwezen in andere (veelal Engelstalige) wetenschappelijke artikelen, overzichtsartikelen en publicaties van Nederlandse bodem. Daarnaast gebruiken we een aantal rapporten om context of achtergrondinformatie te geven over bijvoorbeeld

nieuwsgebruik in het algemeen of specifiek onder jongeren of beleidsdocumenten⁴.

Interviews

We spraken voor dit rapport ook met wetenschappers uit Nederland en België, die actief zijn in het domein van nieuws en nieuwswijsheid en hierover ook publiceren. In de (informele) gesprekken die ongeveer een uur duurden, vroegen we hen naar hun eigen onderzoeksplannen, -ervaringen en bevindingen op het gebied van nieuwswijsheid, welke kennishiaten zij zelf zien en wie of wat in ieder geval niet zou mogen ontbreken in deze veldscan.

De gesprekken vonden plaats tussen mei en juli van 2025 met de volgende personen:

- ➔ Dr. M. Boukes (Mark) – Universiteit van Amsterdam
- ➔ Dr. J. Boesman (Jan) – Arteveldehogeschool Gent
- ➔ Prof. dr. M. Kleemans (Mariska) – Radboud Universiteit Nijmegen
- ➔ Dr. T. van der Meer (Toni) – Universiteit van Amsterdam
- ➔ Dr. J.A.C. Swart (Joëlle) – Rijksuniversiteit Groningen
- ➔ Dr. S. L. Tamboer (Sanne) – Wageningen University & Research

De informatie uit deze gesprekken wordt in het rapport gebruikt om bevindingen uit de literatuurstudie aan te vullen of daarop te reflecteren. Ook komen in het rapport her en der citaten uit de gesprekken terug.

Bijlage 2 bevat korte profielschetsen van de wetenschappers.

1.4 Overzicht onderwerpen en leeswijzer

De voorlaatste paragraaf van het inleidende hoofdstuk geeft een algemeen overzicht van de onderwerpen die zoal aan bod komen in de verzamelde artikelen en andere publicaties, met een verwijzing naar de paragrafen waar we ze verder zullen uitdiepen.

Nieuwswijsheid komt veel terug in de context van zorgen over nieuws, over omgaan met misinformatie of desinformatie, clickbait, misinformatie, bias en framing. De aandacht voor misinformatie is sinds een aantal jaren sterk toegenomen, zowel onder wetenschappers als journalisten, waarmee het ook veel media-aandacht krijgt.

In een deel van de publicaties staat nieuwswijsheid als breder concept centraal en komen definities en theorievorming uitgebreid aan bod. In een ander deel van de gevonden publicaties wordt nieuwswijsheid gebruikt als keyword in de beschrijving, maar ligt de focus op weerbaarheid tegen misinformatie.

Om verwarring te voorkomen wordt in 1.5 een toelichting gegeven op de begrippen misinformatie, desinformatie en nepnieuws.

In Hoofdstuk 2 van dit rapport staat nieuwswijsheid als breder begrip centraal. We bespreken de vrij brede definitie van nieuwswijsheid, leggen de link met mediawijsheid, digitale geletterdheid en informatiewijsheid en bespreken de invulling van onderzoek naar nieuwswijsheid. In paragraaf 2.6 wordt een reflectie gegeven op deze definitie en invulling van nieuwswijsheid en bespreken we wat er nodig is om dit beter te laten aansluiten bij het nieuwsgebruik van vandaag. Hierbij komen ook de wetenschappers die we hebben gesproken voor dit rapport uitgebreid aan het woord.

Nieuwswijsheid komt als term ook veelvuldig terug in onderzoek en publicaties die ingaan op specifiek weerbaarheid tegen mis- en desinformatie, waarbij ook ‘psychologisch inenten’ en ‘immunititeit’

regelmatig terugkomen. Deze invalshoek staat centraal in Hoofdstuk 3. De belangstelling hiervoor is gegroeid sinds 2016, vanuit de Amerikaanse verkiezingen, en rond de coronapandemie. Dit hoofdstuk bevat tevens een toelichting op veel gebruikte begrippen misinformatie, desinformatie en nepnieuws en de verschillen daartussen.

Dat aandacht voor misinformatie niet helemaal zonder risico is op ongewenste bij-effecten, bespreken we in paragraaf 3.3 en verder. Daarbij wordt ook de vraag besproken wat de meeste impact zou kunnen hebben: vergroten van weerbaarheid tegen misinformatie of van vertrouwen in betrouwbaar nieuws (met bijvoorbeeld nieuwswijsheidsprogramma’s).

In het vierde hoofdstuk bespreken we het (ontbreken van) structureel onderzoek naar nieuwswijsheid en hoe dat met de Vlaamse Nieuwsbarometer anders is in België. En in hoofdstuk 5 wordt afgesloten met de belangrijkste conclusies ten aanzien van kennishiaten en aanbevelingen voor aanpak van vervolgonderzoek.

³ <https://researchrabbitapp.com/home>

⁴ Om een eerste beeld te krijgen zijn circa de helft van de documenten (volledige publicaties) toegevoegd aan de online tool Chatdoc. Dit is online omgeving waarin GPT modellen die zijn getraind op wetenschappelijke publicaties veel documenten tegelijk kunnen doorzoeken. Deze tool is ter ondersteuning gebruikt.

2. Nieuwswijsheid

In een deel van de publicaties komt nieuwswijsheid als breder begrip terug en worden definities en theorie besproken. In de andere groep artikelen ligt de nadruk meer op weerbaarheid tegen misinformatie en komt nieuwswijsheid tegen die achtergrond aan bod (zie hoofdstuk 3).

De theorie en modellen die gebruikt worden om nieuwswijsheid als breder begrip te beschrijven en te onderzoeken zijn gebaseerd op klassiekers zoals de Media Literacy Theory van Potter (2019, 2004). Mensen moeten beschikken over de kennis, vaardigheden en motivatie om media-informatie kritisch te beoordelen, biases te herkennen om weloverwogen beslissingen te nemen in een gedigitaliseerde wereld. Potter benadrukt dat we ons in ieder geval bewust moeten zijn van hoe media ons kunnen beïnvloeden, vooral als we ‘op de automatische piloot’ varen.

Veel van het definiëren en kaderen van nieuwswijsheid komt samen in (veel geciteerde) publicaties van Amerikaanse wetenschappers van Emily Vraga en Melissa Tully. Zij spannen zich in voor het leggen van een theoretische basis rond nieuwswijsheid en benadrukken inmiddels ook het belang van een onderscheid tussen nieuwswijsheid in kennis en vaardigheden, en toepassing van nieuwswijs gedrag.

Ook het werk van de meeste wetenschappers die we hebben gesproken voor dit rapport behoort tot deze categorie.

2.1 Nieuwswijsheid gedefinieerd

Volgens veel wetenschappers wordt nieuwswijsheid vaak als een te breed begrip gezien, met uiteenlopende en soms tegenstrijdige interpretaties in zowel onderzoek als praktijk. Dit gebrek aan duidelijkheid belemmert het ontwikkelen van effectieve interventies en het meten van resultaten van interventies (Vraga et al., 2020, Maksl et al., 2025, Tully et al., 2022, Jones-Jang et al., 2021).

Hoewel de vraag om een sluitende definitie van het begrip nieuwswijsheid tot discussie leidt, zijn er wel degelijk gemeenschappelijke thema's en nuances.

Nieuwswijsheid draait om kennis en vaardigheden gericht op het begrijpen en beheersen van de processen waarmee nieuws wordt geproduceerd, verspreid en geconsumeerd (Vraga, Tully en Bode (2021), Tully, Maksl, Ashley, Vraga en Craft (2021), Tamboer (2023)).

Iets concreter omvat de definitie:

1. Kennis over de persoonlijke en sociale processen achter nieuwsproductie, distributie en consumptie.
2. Vaardigheden om controle uit te oefenen over deze processen, zoals het kritisch evalueren van nieuwsbronnen, het herkennen van desinformatie, en het begrijpen van (persoonlijke) vooroordelen.

“News literacy is knowledge around the personal and social processes by which news is produced, distributed and consumed, and skills that allow users some control over these processes”

(Tully et al., 2021, p. 5).

De wetenschappers die we spraken voor dit project gebruiken deze of vergelijkbare definities van nieuwswijsheid zelf ook. Ze benoemen echter ook de beperkingen ervan, omdat de belangrijke component van de toepassing van nieuwswijsheid (kennis en vaardigheden) in de praktijk meer aandacht zou moeten krijgen. Weten en kunnen is niet hetzelfde als doen op het moment dat het er toe doet.



“In een onderzoek dat ik met Marcel Broersma heb gedaan rondom hoe jongeren betrouwbaarheid van politiek nieuws beoordelen een tijdje geleden, kwam ook naar voren dat jongeren weten dat het goed is om bepaalde feiten dan ook te checken bij andere bronnen, dus cross verificatie technieken te hanteren. Dat krijgen ze ook aangeleerd op school en ze kunnen prima vertellen dat ze dat zo en zo zouden moeten doen.

Maar in de alledaagse praktijk krijgen ze in hun social media feed natuurlijk zoveel informatie op zich af en is er ook helemaal niet de tijd om alles te checken. Dus is er sprake van een discrepantie tussen aan de ene kant die kennis hebben, en aan de andere kant waar je tegenaan loopt als nieuwsgebruiker.”

Interview – Joëlle Swart

OVEREENKOMSTEN EN VERSCHILLEN TUSSEN INFORMATIEVAARDIGHEDEN, MEDIAWIJSHEID EN DIGITALE GELETTERDHEID:

Informatievaardigheden

Informatievaardigheden zijn vaardigheden die helpen bij het zoeken, vinden, beoordelen en verwerken van informatie, zowel offline als online. Met goede informatievaardigheden ben je weerbaarder tegen desinformatie, misinformatie en bijvoorbeeld nepnieuws. Én weet je hoe je jouw vraag beantwoord krijgt.

Digitale geletterdheid

Digitale geletterdheid betekent kennis hebben van digitale technologie en digitale media en beschikken over vaardigheden om deze te gebruiken. Het heeft ook betrekking op de wisselwerking tussen digitale technologie, digitale media, de mens en de samenleving. En het gaat ook over het vermogen om je als individu aan te passen aan de gedigitaliseerde wereld en controle hierover te hebben.

Mediawijsheid

Mediawijsheid is breder en omvat alle media-gerelateerde vaardigheden, zoals het begrijpen van mediaboodschappen, creatief gebruik van media, en bewust omgaan met sociale media. Informatie- en digitale vaardigheden zijn onderdeel van het model, maar mediawijsheid voegt hier andere aspecten aan toe vanuit

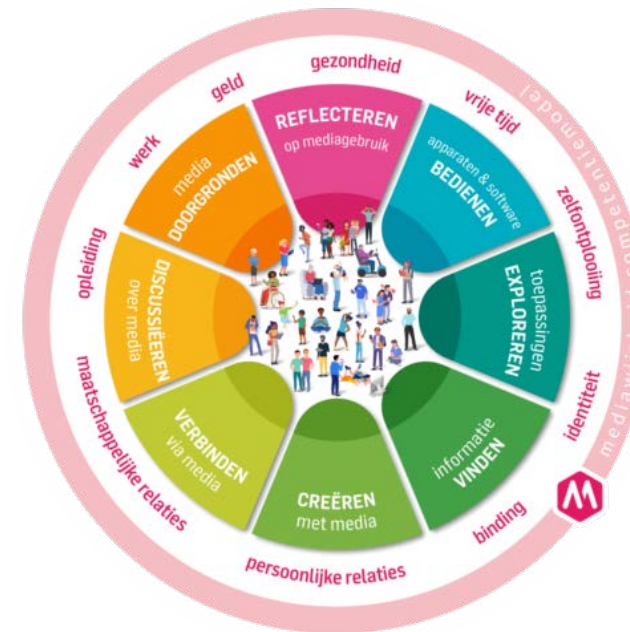
de sociaal wetenschappelijke invalshoek, zoals ook beschreven in het Mediawijsheid Competentiemodel (2021). Naast media kunnen gebruiken, is het nodig dat mensen eventuele kleuring van mediaboodschappen kunnen herkennen, inzicht hebben in de technologieën en technieken die mediaproducten gebruiken en onderliggende verdienmodellen kunnen doorgronden. Mediawijsheid vereist ook reflectie op het eigen mediagebruik.

Bij Mediawijsheid, informatievaardigheden en digitale geletterdheid ligt de focus op het ontwikkelen van vaardigheden en kennis om informatie te kunnen vinden en gebruiken en te begrijpen welke processen de totstandkoming ervan beïnvloeden. Ze zijn van toepassing op in feite alle soorten informatie die men nodig kan hebben.

Nieuwswijsheid combineert kennis van journalistieke processen (bijv. “Hoe wordt nieuws gemaakt?”) met gedragsmatige vaardigheden (bijv. vinden van bronnen, verificatie) die bij de andere geletterdheden terugkomen.

De focus op nieuws als specifiek domein maakt nieuwswijsheid uniek, omdat nieuws een bijzondere rol heeft en functie in de maatschappij.

Figuur 1: De 8 mediawijsheid competenties



Van mediawijsheid naar nieuwswijsheid

Denkend aan de Media Literacy Theory van Potter (2019) is mediawijsheid nodig om ons beter bestand te maken tegen de invloed van media, door ons alert te maken en kritisch te laten denken over wat er zoal voorbij komt via media. Het centrale idee is dat media niet de werkelijkheid zelf tonen, maar een weergave daarvan.

Kennis en begrip van de processen die een rol spelen bij creatie, verspreiding en verwerking van mediaboodschappen is nodig om dit op waarde te kunnen schatten. Dit geldt voor alle informatie die via media tot ons komt.

Het Mediawijsheid Competentiemodel van Netwerk Mediawijsheid benadert het wat positiever en beoogt de competenties en vaardigheden te benoemen die nodig zijn om media te kunnen gebruiken voor verschillende doeleinden; mediawijsheid stelt in staat om media te gebruiken.

Bij nieuwswijsheid komen kennis en vaardigheden uit de verschillende wijsheden samen in een toepassing op een specifieke soort informatie, namelijk nieuws. Een combinatie van informatie-, digitale en mediavaardigheden is nodig om nieuws te kunnen vinden en te gebruiken. Kennis over journalistieke waarden, het proces waarmee en

de context waarbinnen nieuws tot stand komt, zijn nodig om het op waarde te kunnen schatten. Zowel om de betrouwbaarheid ervan te kunnen beoordelen en vervolgens kritisch te kunnen beschouwen en gebruiken om een eigen mening te vormen.

Wat ‘nieuws’ bijzonder maakt en onderscheidt van andere vormen van informatie (zoals bijvoorbeeld ‘tips van influencers’) is dat van ‘nieuws’ verwacht wordt dat het bijdraagt aan de geïnformeerdeheid van burgers, zodat zij beter kunnen deelnemen in de maatschappij. De selectie van onderwerpen, professionaliteit in het journalistieke proces waarmee het tot stand komt, gebaseerd op journalistieke waarden als waarheidsgetrouwheid, nauwkeurigheid en objectiviteit draagt daaraan bij.

Op de website van het Vlaams Kenniscentrum Digitale en Mediawijsheid Mediawijs wordt een definitie van nieuwswijsheid gegeven die aansluit bij het Mediawijsheids- Competentiemodel.

Nieuwswijsheid is de vaardigheid om nieuwsmedia te raadplegen, te evalueren en er zelf toe bij te dragen op verschillende manieren. Daarmee verschilt nieuwswijsheid dus niet zoveel van mediawijsheid, al is nieuws een bijzondere vorm van media-inhoud. Meer dan om persoonlijke of artistieke verhalen, draait nieuws om feiten.

In lijn met de definitie van mediawijsheid volgens het Mediawijs Competentiemodel, kan nieuwswijsheid als volgt worden gedefinieerd:

- het geheel aan kennis, vaardigheden en attitudes;
- om actief en creatief nieuws en informatie te gebruiken;
- en bewust en kritisch te begrijpen;
- om te participeren aan onze complexe, veranderende en gemediatiseerde maatschappij.

Momenteel staan nieuwsgebruik, interesse en vertrouwen in nieuws onder druk. Dit blijkt uit verschillende studies vanuit het Commissariaat (Mediamonitor 2024, Digital News Report Nederland 2025) en Stichting Nationaal Media Onderzoek (NMO). Wat opvalt is dat het stimuleren van interesse, vertrouwen en gebruik niet expliciet

terugkomt in de definities die in onderzoek en literatuur besproken worden.

2.2 Nieuwswijsheid
geoperationaliseerd
in onderzoek

Het onderzoek op het gebied van nieuwswijsheid lijkt nogal gefragmenteerd en veel onderzoekers pleiten in hun publicaties zelf ook voor een scherpere afbakening van begrippen zoals kennis en vaardigheden. Momenteel worden daar vaak nog verschillende invullingen aan gegeven, hetgeen vergelijken van onderzoeksbevindingen en daarop voortbouwen lastig maakt.

In 2015 verschijnt een publicatie van Amerikaanse onderzoekers met als titel ‘Measuring News Media Literacy’ (Maksl, Ashley en Craft, 2015), waarin zij een flinke aanzet doen om tot een concrete invulling te komen van kennisaspecten die onder nieuwswijsheid zouden moeten vallen. Deze worden vervolgens vertaald naar vraagstellingen die worden toegepast in vragenlijstonderzoek. Het werk van deze onderzoekers wordt in andere wetenschappelijke artikelen veel geciteerd en als basis gebruikt voor verder onderzoek. Ook Nederlandstalig onderzoek, zoals de Vlaamse Nieuwsbarometer (2025) en onderzoek van Tamboer (2022), liet zich hierdoor inspireren.

Maksl, Ashley en Craft gebruiken de Media Literacy Theory van Potter als theoretisch kader en vertalen twee van de drie centrale begrippen uit

Tabel 1: News Literacy Knowledge - Maksl, Ashley en Craft uit 2015

1. Most media outlets in the United States are: a.) For-profit business (correct); b.) Owned by the government; c.) Non-profit businesses; d.) Don't know
2. If you wanted to get a job as a news reporter in the US, you would need to get a license from... a.) The Federal Communications Commission; b.) The Federal Trade Commission; c.) Society of Professional Journalists; d.) News reporters are not required to be licensed (correct); e.) Don't know
3. In 1983, around 50 companies owned most of the media outlets Americans consumed. How many companies own most of the media we consume today? a.) 100; b.) 50; c.) 25; d.) 5 (correct); e.) Don't know
4. Which of the following cable news networks is generally thought to have a politically conservative bias? a.) CNN; b.) Fox News (correct); c.) MSNBC; d.) MTV News; e.)Don't know
5. Which of the following news outlets does NOT depend primarily on advertising for financial support? a.) CNN; b.) PBS (correct); c.) The New York Times; d.) Newsweek magazine; e.) Don't know
6. When it comes to reporting the news, the main difference between a website like Google News and a website like CNN.com is that: a.) Google does not have reporters who gather information, while CNN does (correct); b.) Google focuses on national news, while CNN focuses on local news; c.) Google has more editors than CNN does; d.) Google charges more money for news than CNN does; e.) Don't know
7. Who has the most influence on what gets aired on the local TV news? a.) Individual reporters; b.) The anchor, the person reading the news; c.) The cameraman; d.) The producer/editor (correct); e.) Don't know
8. The amount of racial/ethnic minority coverage in the news: a.) Accurately reflects the proportion of minorities in the U.S. population; b.) Under-represents reflects the proportion of minorities in the U.S. population (correct); c.) Over-represents reflects the proportion of minorities in the U.S. population; d.) Don't know

deze theorie naar News Media Literacy:

- Vaardigheden (skills) – kritisch denkvermogen als paraplu voor een aantal specifieke vaardigheden die ons helpen om te gaan met informatie. Denk aan analyseren, evalueren, groeperen, abstraheren, etc.
- Kennisstructuren – informatie die we verwerken leggen we vast in bepaalde structuren, die ons helpt patronen te herkennen.
- Persoonlijke factoren die de mate waarin we gemotiveerd zijn om informatie te verwerken en kennisstructuren aan te leggen rondom nieuws. Met aan de ene kant of we het leuk vinden om na te denken over zaken (‘need for cognition’) en aan de andere kant of we zelf inschatten dat we invloed hebben op wat we zien via media (‘self efficacy’).

Maksl, Ashley en Craft laten de bouwsteen ‘vaardigheden’ op dat moment nog buiten beschouwing, omdat het toepassen van dit soort vaardigheden lastig te onderzoeken is in vragenlijstonderzoek.

In de publicatie uit 2015 beschrijven Maksl, Ashley en Craft onderzoek op basis van een set schaalvragen (zie hieronder) die ze ontwikkeld hebben om het kennisaspect van nieuwswijsheid te meten.

2.2.1 Kennisdomeinen: 5 C's

In 2021 publiceren onder andere Vraga en Tully samen met een aantal andere Amerikaanse wetenschappers een verdere concretiseringsslag van de kennisstructuren die voor nieuws belangrijk

9. Coverage of election campaigns in the news usually centers on: a.) Who's winning (correct); b.) In-depth analysis of where candidates stand on the issues; c.) The candidates' educational backgrounds; d.) Don't know
10. One common criticism of the news is that it is not objective. What do people who make that criticism typically mean by it? a.) The reporter gives only the facts about the story; b.) The reporter puts his or her opinion in the story (correct); c.) The reporter's story relies too much on the opinions of people who are neutral; d.) The reporter doesn't make the purpose of the story clear; e.) Don't know
11. Writing a press release is typically the job of: a.) A reporter for CNN.com; b.) A spokesperson for Coca- Cola (correct); c.) A lawyer for Yahoo!; d.) A producer for NBC Nightly News; e.) Don't know
12. Most people think the news has: a.) A greater effect on themselves than other people; b.) A greater effect on other people than themselves (correct); c.) The same effect on themselves as others; d.) Does not have any effects on anyone; e.) Don't know
13. People who watch a lot of television news often tend to think the world is: a.) More violent and dangerous than it actually is (correct); b.) Less violent and dangerous than it actually is; c.) Just as violent and dangerous as it actually is; d.) Don't know
14. If a topic gets a lot of coverage in the news, people who pay attention to the news are: a.) More likely to think the topic is important (correct); b.) Less likely to think the topic is important; c.) Neither more nor less likely to think the topic is important; d.) Don't know
15. Most news outlets depend on advertising to make money. What is a possible effect of this? a.) News could encourage people to buy things they don't need; b.) News could emphasize things that aren't really important; c.) All of the above (correct); d.) None of the above. There are no effects; e.) Don't know

Tabel 2: Overzicht 5 domeinen en invulling naar kennis en vaardigheden (Vraga et al, 2021)

	Context	Creatie	Content	Distributie (Circulation)	Gebruik (Consumptie)
	De sociale, juridische en economische omstandigheden waarin nieuws wordt geproduceerd Gate keeping theory, hierarchy influence model	Het journalistieke proces waarmee nieuws tot stand komt Gate keeping theory, hierarchy influence model	Kwalitatieve karakteristieken van een nieuwsbericht die het onderscheid vormen van andere typen content Research naar definitie van nieuws en de invloed van kenmerken op perceptie en gedrag van nieuwsgebruikers	Proces waarmee nieuws wordt verspreid richting verschillende publieks-groepen en de invloed van verschillende actoren hierop, zoals organisaties, individuen en machines of algoritmes Gate keeping, agenda setting, News network research	Persoonlijke factoren die gebruik (blootstelling aan, aandacht voor en evaluatie van) nieuws beïnvloeden Selectieve aandacht en vermijding, aandachtsonderzoek, invloed van persoonlijke biases en vooringenomenheid
Kennis	Organisatiestructuur Eigendomverhoudingen Verdienmodellen en bedrijfsdoelstellingen Verhouding tot overheid en andere marktpartijen; Relatie tussen nieuws, PR en voorlichting	Journalistieke proces Waarden Rol journalistiek in maatschappij In staat om nieuws-waarde vast te stellen, Creëren van berichten, posts voor social media	Kennis van de journalistieke waarden Kenmerken van nieuws zoals bron-gebruik en verificatie-methoden Herkennen dominante vormen van nieuws	Erkenning dat de verspreiding van nieuws een proces is dat beïnvloed wordt door meerdere (f) actoren in een sociaal systeem. Begrip van bestaan en effect van algoritmes	Begrip van invloed van persoonsgebonden factoren en invloed hiervan op nieuwsgebruik
Vaardigheden	In staat om algemene voorwaarden en dergelijke te checken en gebruikers instellingen aan te passen om controle te hebben over bescherming en rechten		Herkennen soorten nieuwscontent Onderscheid tussen nieuws en opinie Evalueren betrouwbaarheid en kwaliteit	Herkenning van algoritmische aanbevelingen en effect van personalisatie in search en social feeds. Het uitoefenen van controle hierop.	Reflectief vermogen op eigen nieuwsgebruik en exposure. Samenstellen van een eigen nieuwsmenu met verschillende bronnen om aan informatiebehoefte te voldoen

zijn. Hiermee brengen ze weer wat meer structuur aan in het denken over kennis waarover mensen zouden moeten beschikken in het kader van nieuwswijsheid.

Ze benoemen hiervoor vijf domeinen, ook wel aangeduid met de vijf C's (o.a. Vraga et al. 2021):

1. Creatie: het journalistieke proces waarmee nieuws tot stand komt
2. Context: de maatschappelijke situatie en de organisatiestructuren waarin dit proces plaatsvindt
3. Content: wat maakt nieuws 'nieuws', de onderscheidende kenmerken

4. Circulation (verspreiding): wie heeft er toegang en hoe wordt nieuws verspreid
5. Consumptie: nieuwsgebruik en de factoren die dit beïnvloeden

De vijf domeinen zijn vrij generiek en stabiel. De invulling ervan kan echter veranderen met de tijd en in verschillende omstandigheden variëren. Denk aan verschillen tussen de rol van nieuws in een democratie (vrije journalistiek) versus een dictatuur (sterke controle) of hoe sociale media invloed hebben op de verspreiding van nieuws of informatie.

Bij iedere 'C' of domein zijn er bepaalde aspecten die in theorie en onderzoek specifiek aandacht krijgen. Daarnaast volgen er vanuit iedere C weer bepaalde kennis en vaardigheden. Met deze concretiseringsslag wordt het weer makkelijker

om de doorvertaling naar vraagstellingen voor onderzoek te maken. En, als meerdere onderzoekers dit vervolgens toepassen, wordt het makkelijker om bevindingen met elkaar te vergelijken.

2.2.2 5 C's vertaald naar onderzoeksvragen

In 2024 verschijnt opnieuw een publicatie van de hand van Maksl, Ashley en Craft ditmaal samen met Vraga en Tully, waarin een nieuwe of aangescherpte set (kennis-)vragen wordt gepresenteerd waarin de 5 C's zijn doorvertaald naar onderzoeksvragen. De nieuwe vragenset komt, na verschillende testrondes te hebben doorlopen, tegemoet aan de behoefte om het onderzoek meer vergelijkbaar te maken over bijvoorbeeld landen heen. Zo worden

Tabel 3: Overzicht 'News Literacy Knowledge'- Maksl, Boedeker, Vraga, Craft, Tully en Ashley 2024.

1	Public media such as PBS and NPR depend primarily on advertising for financial support	(Context 1; False)
2	Social media companies make money by collecting user data and selling targeted advertising	(Context 2; True)
3	To operate in the US, news reporters must be licensed by the Society of Professional Journalists	(Context 3; False)
4	News coverage of election campaigns rarely centers on in-depth analysis of where candidates stand on the issues	(Content 1; True)
5	Having lots of "likes," "shares," or comments means a news story is credible	(Content 2; False)
6	Only verified stories appear on Google News	(Content 3; False)
7	A local journalist is more likely to write a story about a city council election than an election in a foreign country	(Creation 1; True)
8	Journalists are rarely given deadline extensions if they can't reach the best possible sources	(Creation 2; True)
9	Employees at social media companies verify all news before it shows up on their platform	(Creation 3; False)
10	The most prominent story on a news site is always the most important one	(Circulation 1; False)
11	Most cities in the United States have fewer daily newspapers now than they did in the 1990s	(Circulation 2; True)
12	Ad revenue from online news is not enough to compensate for drops in print newspaper advertising	(Circulation 3; True)
13	Some people are more influenced by news than others	(Consumption 1; True)
14	When the news presents politics as a game with winners or losers, people tend to trust politicians more	(Consumption 2; False)
15	Most people feel comfortable when they hold two beliefs that are in conflict	(Consumption 3; False)

er nu geen meerkeuzevragen meer gebruikt maar 'goed/fout' statements, zodat er minder vertaling nodig is voor gebruik in andere landen.

Ook zijn er vragen opgenomen over andere vormen van informatie, waarmee er ook kennis over de context van informatie uit andere bronnen meegenomen wordt, die door sommige mensen ook gezien wordt als 'nieuws'. Dit past weer beter bij het hedendaagse mediagebruik. Zo zijn er nu ook vragen over sociale media en nieuws-aggregatoren opgenomen (Maksl, Boedeker, Vraga, Craft, Tully en Ashley, 2024).

2.2.3 Uitwerking vaardigheden

Het kennisaspect van nieuwswijsheid krijgt in onderzoek meer aandacht dan de uitwerking van de vaardigheden die bij nieuwswijsheid horen. Vaardigheden en de toepassing ervan zijn veel lastiger te onderzoeken, vooral in vragenlijstonderzoek. In deze paragraaf geven we een overzicht van beschikbare invullingen die wel zijn gevonden en toegepast. Tamboer et al. (2022) gebruiken schaalvragen

die gebaseerd zijn op het werk van Amerikaanse onderzoekers en waarin gevraagd wordt naar 'self efficacy' – in hoeverre voelt iemand zich in staat om bepaald gedrag toe te passen. Dit vertrouwen in eigen kunnen zou een goede voorspeller zijn van toepassing van vaardigheden in de praktijk.

De onderzoekers laten 12-15 jarigen vragen beantwoorden over of ze zichzelf in staat achten om betrouwbaar nieuws te vinden. Daarbij wordt gevraagd naar de volgende vaardigheden: in hoeverre ben je zelf in staat om...

- nieuws te begrijpen
- kritisch naar nieuws te kijken
- na te denken over waarom de ene bron het op een bepaalde manier brengt en een andere bron weer anders
- te bepalen of een nieuwsbericht betrouwbaar is en om
- te bepalen of een nieuwsbericht klopt

Het onderzoek van Tamboer komt uitgebreider aan bod in paragraaf 2.2.5. Swart en Broersma (2021) voerden gesprekken met jongeren om te onderzoeken hoe zij bepalen

of nieuws betrouwbaar is en kwamen met een overzicht van 9 tactieken, variërend van tactieken die gericht zijn op kennis zoals 'ik denk aan wat ik al weet over het onderwerp' en 'ik kijk naar andere bronnen' tot 'ik let op hoe het eruit ziet' en 'ik ga op mijn gevoel af'.

Het Commissariaat nam deze 9 tactieken als basis voor een vragenlijst die werd afgenomen onder een grote steekproef van jongeren (en volwassenen) en onderzocht zo in welke mate zij deze tactieken toepassen in de praktijk.

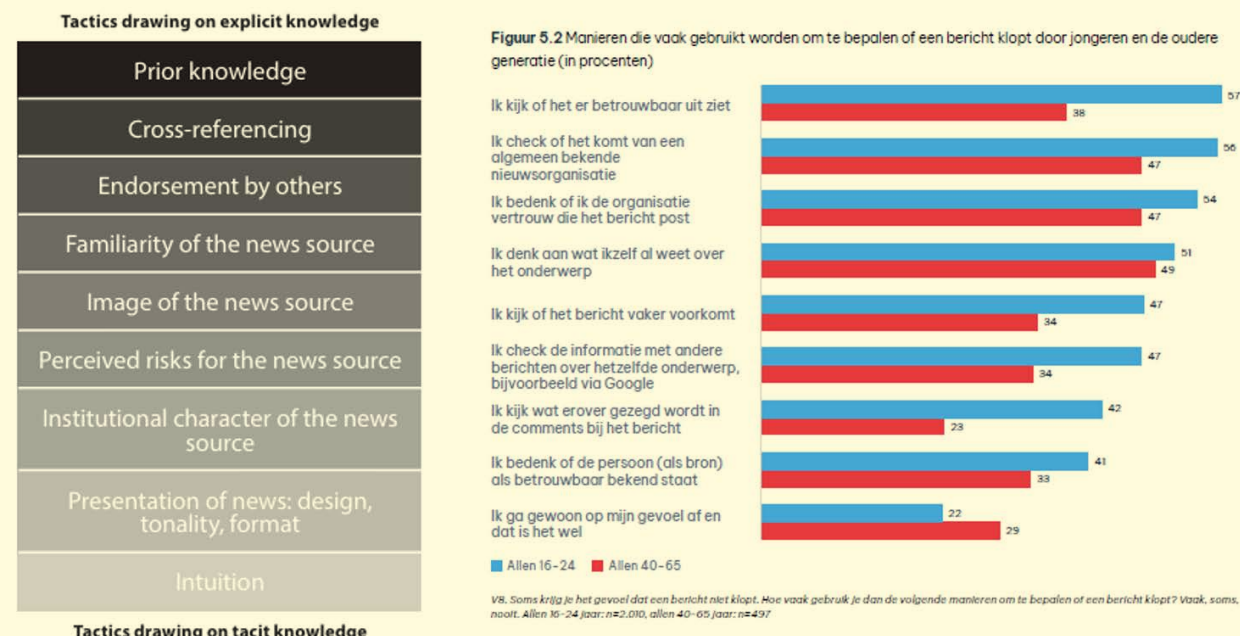
Hieruit bleek dat jongeren een breder palet aan verificatietactieken vaker gebruiken dan 40-65 jarigen. Het meest gebruikt worden de wat lichtere checks – of iets er betrouwbaar uitziet en of de bron betrouwbaar lijkt. Dat jongeren meer tactieken vaker zeggen te gebruiken kan worden verklaard doordat ze sociale media vaker als belangrijkste nieuwsbron hebben dan de oudere groep en daar ook vaker informatie tegenkomen uit andere bronnen dan nieuwsmedia.

2.2.4 Van nieuwswijs zijn, naar nieuwswijs doen

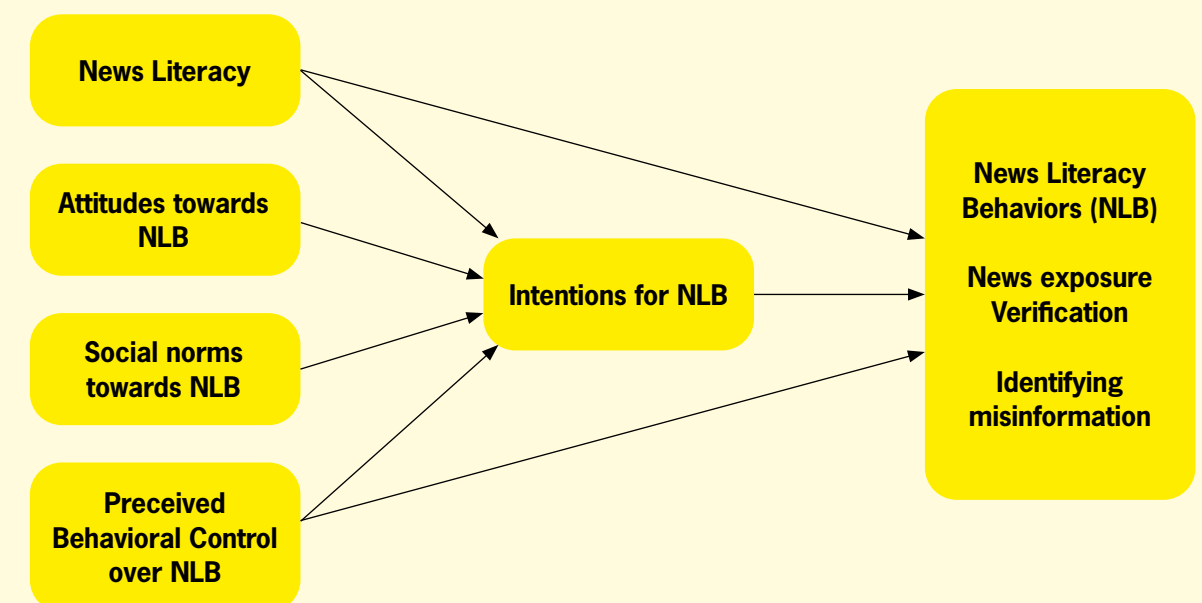
Zowel in de gesprekken die we voerden met wetenschappers als in de gevonden publicaties wordt gepleit voor een onderscheid tussen nieuwswijsheid (beschikken over kennis en vaardigheden) enerzijds en de toepassing ervan in de praktijk. Dat onderscheid is van belang, omdat het beschikken over kennis en -vaardigheden nog geen garantie is dat nieuwswijs gedrag ook echt tot uiting komt. Denk hierbij bijvoorbeeld aan nieuwsconsumptie, herkennen van misinformatie, het afwijzen van complottheorieën en burgerlijke betrokkenheid (Vraga et al. 2020).

In de publicaties die ingaan op nieuwswijs gedrag wordt vooral gerefereerd aan de theorie van gepland gedrag van Ajzen en Fishbein. Dit is een van de meest gebruikte theorieën in de communicatiewetenschap, maar is nog niet veel toegepast in de context van nieuwsgebruik. In deze theorie staat de gedragsintentie centraal. Deze gedragsintentie voorspelt het werkelijke gedrag. Er is veel onderzoek dat een robuuste relatie tussen intentie en daadwerkelijk gedrag heeft bevestigd (Vraga et al., 2020).

Figuur 2: links tactieken uit Swart en Broersma (2022). Rechts: Hoe vaak gebruik je een van de volgende manieren om te bepalen of een bericht klopt? Schut et.al (2024) voor het Commissariaat (p. 64).



Figuur 3: Model for news Literacy Behaviours Theorizing News Literacy Behaviours, E.K. Vraga et al.



De gedragsintentie wordt, in het oorspronkelijke model, beïnvloed door de houding ten aanzien van het specifieke gedrag (bijvoorbeeld het verifiëren van informatie uit een ontvangen bericht), de gepercipieerde sociale norm (wat vinden relevante anderen ervan en hoe belangrijk is dit voor mij) en de waargenomen eigen effectiviteit (acht ik mezelf in staat om het onderscheid goed te maken?). Vraga et al. voegen nieuwswijsheid (kennis en vaardigheden gerelateerd aan nieuws productie, distributie en gebruik) toe om tot een model voor nieuwswijs gedrag te komen. Zie hiervoor onderstaande afbeelding van het model. Nieuwswijsheid heeft in dit model indirect invloed op nieuwswijs gedrag via de gedragsintentie. Maar de onderzoekers sluiten ook een directe invloed vanuit nieuwswijsheid in kennis en vaardigheden op nieuwswijs gedrag niet uit.

Beschikken over kennis en vaardigheden van nieuwswijsheid kan daarmee ook direct leiden tot het uitoefenen van nieuwswijs gedrag, bewust of onbewust.

2.2.5 Nieuwsgebruik en sociale context van belang

Tamboer (2023) combineert elementen uit dit gedachtegoed met elementen uit het Informatie – Motivatie – Gedragsmodel van Fisher en Fisher (o.a. in 2023) en geeft nieuwsgebruik een expliciete rol in het model dat zij hanteert voor haar onderzoek. Zie de figuur op de volgende pagina voor een overzicht van het model en alle factoren. Tamboer onderzoekt met vragenlijstonderzoek onder 492 vroege adolescenten (12-17 jarigen) hoe de factoren nieuwsgebruik, kennis over het productieproces, waarde die gehecht wordt aan nieuwswijsheid, motivatie, vaardigheden en sociale norm met elkaar samenhangen en bijdragen aan de toepassing van nieuwswijze vaardigheden.

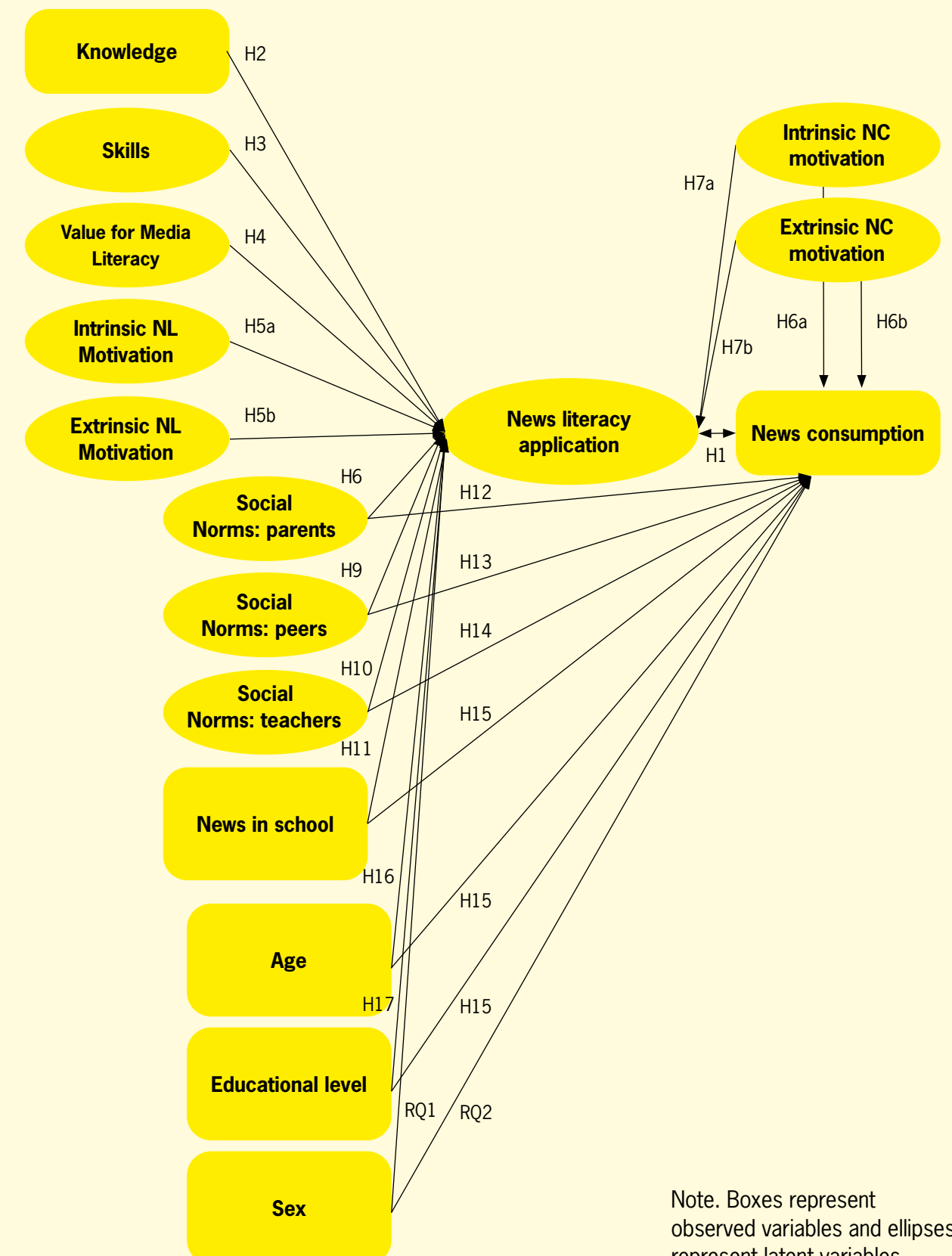
Het onderzoek levert een aantal interessante bevindingen op, omdat het meer factoren in ogenschouw neemt dan veel andere studies en omdat het Nederlandse data betreft. De resultaten wijzen allereerst op een sterke samenhang tussen de toepassing van nieuwswijsheid en nieuwsgebruik. Het laat zien dat jonge adolescenten hun vaardigheden weinig toepassen als ze weinig nieuws gebruiken. Het laat ook zien dat nieuwsgebruik vaak nog beperkt is op deze jonge leeftijd. Dit zou er dan voor pleiten om in programma's eerst te werken aan de intrinsieke motivatie bij jongeren om nieuws te gebruiken (waarom zou nieuws belangrijk voor je zijn). In de tweede plaats is het belang dat gehecht wordt aan nieuwswijsheid een relevante factor. Adolescenten die nieuwswijsheid belangrijk vinden, zeggen de vaardigheden vaker toe te passen. Het is dan ook aan te bevelen dit te benadrukken in de programma's.

De derde bevinding die in het oog springt is dat de sociale context veel belangrijker is voor de toepassing van nieuwswijze vaardigheden dan het kennisaspect. Met name de meningen van ouders en vrienden over of het belangrijk is om het nieuws (kritisch) te volgen doen ertoe. Het gesprek over nieuws in de klas kan bevorderend werken, maar de norm van leraren kan ook negatief uitpakken⁵.

⁵ In de recent verschenen masterthesis 'Kritische leerkrachten, kritische leerlingen:

de rol van nieuwswijsheid in burgerschapsonderwijs' beschrijft Dewi van der Kuip (2025) dat er sprake lijkt van discrepantie tussen de inschatting van hun eigen nieuwswijsheid door leerkrachten enerzijds (hoog) en hun mediaconsumptie en toepassing van kritische denkvaardigheden in de praktijk (laag). Nina van de Poll 'De nieuwswijze Jongerenwerker', eveneens uit 2025, deed voor haar masterthesis onderzoek onder jongerenwerkers en concludeert dat zij vooral praktische handvatten missen om desinformatie bespreekbaar te maken en jongeren te ondersteunen in het kritisch beoordelen van nieuws. Jongerenwerkers ervaren soms handelingsverlegenheid.

Figuur 4: Hypothesized Model of News Literacy Application in Early Adolescent (Tamboer, 2023, p.67.)



Note. Boxes represent observed variables and ellipses represent latent variables.

2.3 Aandacht voor jonge adolescenten

Nieuwswijsheid is nodig op alle leeftijden. Maar wanneer kan dit nu het beste worden ontwikkeld?

Het blijkt dat we onze mediagewoontes al vrij vroeg ontwikkelen. De mediaroutines vormen zich al tijdens de vroege adolescentie en blijven onze mediavoorkeuren voor de rest van ons leven vormen.

“Een generatie wordt in hoge mate getekend door de formatieve periode ofwel de tijd waarin de luiken in je hersenen helemaal open staan voor nieuwe ervaringen. Tussen het zevende en elfde levensjaar groeit de intelligentie van een mens spectaculair. Dan wordt onnoemelijk veel informatie opgeslagen. Helaas blijft dat niet zo. Tegen je 25ste is het spelenderwijs formatteren van je harde schijf wel afgerond en wordt bijvoorbeeld leren moeilijker.”

Professor Hans Becker in Brabants Dagblad, 2017⁶

Ook voor het ontwikkelen van gewoontes of routines op het gebied van nieuws, interesse in nieuws en politiek is de vroege adolescentie een belangrijke fase. Jongeren zijn vóór de leeftijd van 15 tot 16 jaar ook het meest ontvankelijk voor ontwikkelen van interesses op politiek en sociaal gebied (Russo and Sattin, 2017). Deze interesses gaan vaak samen met nieuwsinteresse en nieuwsgebruik.

In deze levensfase zijn veel jongeren nog geen actieve nieuwsgebruikers, maar komen ze het nieuws wel tegen op sociale media. Motivatie en vaardigheden om kritisch om te gaan met wat ze tegenkomen ontbreken veelal nog. Stimuleren van nieuwsgebruik en nieuwswijsheid via onderwijsprogramma's of interventies in de vroege

adolescentiefase kunnen positief bijdragen aan nieuwsgebruik op latere leeftijd.

In de publicaties die gevonden zijn voor deze veldscan, vinden we veel buitenlands onderzoek met steekproeven die bestaan uit 18-plussers: vaak studenten, 18-34 jarigen of een brede steekproef van volwassenen. Dit is vaak onderzoek naar effectiviteit van bepaalde (korte) interventies, gericht op weerbaar maken tegen misinformatie, uitgevoerd in de Verenigde Staten.

In Nederland en België is er juist meer aandacht voor jonge adolescenten en onderwijsprogramma's rond nieuwswijsheid in onderzoek. De meeste wetenschappers die we spraken besteden in hun werk juist expliciet aandacht aan die leeftijdsgroep: Sanne Tamboer deed onderzoek onder jongeren tussen 12 en 16 jaar; Jan Boesman coördineert de Vlaamse Nieuwsbarometer (tweejaarlijks onderzoek), waarin het nieuwsgebruik en de nieuwswijsheid van 12 tot 26 jarigen centraal staat.

In de gesprekken staan zowel Mariska Kleemans als Joëlle Swart stil bij de beperkte aandacht voor nieuwsgebruik en nieuwswijsheid onder kinderen (8-12 jaar), terwijl zij steeds jonger in aanraking komen met nieuws via sociale media als TikTok en YouTube.

Jan Boesman heeft over dit onderwerp al eerder een blog geschreven voor EOS, een populairwetenschappelijk tijdschrift en website die nieuws, achtergronden en duiding brengt over wetenschap en technologie⁷. De blog verscheen onder meer naar aanleiding van het Vlaamse onderzoeksproject NieuwsWijsNeuzen, dat inzet op kinderen (8-12 jaar) en hen weerbaarder wil maken tegen desinformatie door in te zetten op nieuwswijsheid⁸.

Dat er verder nog weinig aandacht is voor deze nog jongere groep komt volgens Kleemans ook door praktische (scholen moeten willen

Figuur 5:



meewerken) en ethische obstakels (zoals toestemming van ouders).

Op de sites van Nieuwsindeklas.be en Mediawijs.be staan visie en richtlijnen voor hoe om te gaan met nieuws in de klas op verschillende leeftijden.

Onderstaande anekdote uit het gesprek met Swart illustreert hoe nieuws en nieuwsonderwerpen spontaan kunnen opduiken in het alledaagse spel en de interacties van kinderen onderling.

“We observeerden voor een project over hoe kinderen leren omgaan met digitale media op het schoolplein en bij buitenschoolse opvang en we zagen gewoon af en toe personages uit het nieuws of nieuwsonderwerpen naar voren komen in het spel. Bijvoorbeeld dat kinderen de vlag van Oekraïne namaakten in Minecraft of ze maakten grapjes met elkaar over Trump versus Poetin of ze lieten elkaar een filmpje zien over nieuwsonderwerpen van het jeugdjournaal”.

Joëlle Swart

2.4 Nieuwswijsheid in educatieve programma's

Stimuleren van nieuwsgebruik en nieuwswijsheid tijdens de vroege adolescentiefase kunnen positief bijdragen aan nieuwsgebruik op latere leeftijd. Hoe en of nieuwswijsheid terugkomt in onderwijsprogramma's is geen onderdeel van deze veldscan geweest en mogelijk interessant voor vervolgonderzoek.

Er zijn twee publicaties gevonden waarin specifieke nieuwswijsheidsprogramma's op scholen worden bestudeerd, beide uit Nederland. In deze gevallen bestond het programma uit meerdere lessen die door leerlingen op scholen zijn gevolgd en waarin het nieuwsproductieproces, kritische analyse van nieuws content en kennis en begrip van journalistieke procedures, begrip van bias en brongebruik aan bod kwamen.

Mark Boukes was betrokken bij een onderzoek rondom een programma, dat is ingezet op een MBO-school (Geers, Boukes en Moeller, 2020). Hij spreekt uit ervaring dat het niet altijd gemakkelijk is om scholen te vinden die willen meewerken aan experimenten. Zo moet er vaak door een individuele leerkracht zelf ruimte gemaakt worden in het toch al volle lesprogramma, is zijn of haar medewerking bij de uitvoering vaak ook cruciaal en is er toestemming nodig van alle ouders van leerlingen.

Sanne Tamboer heeft voor haar proefschrift een (les)programma (Bubble) gemaakt, dat is ingezet op vier scholen. Deze scholen meldden zich na een oproep voor medewerking aan haar onderzoek. In het kader op de volgende pagina wordt dit onderzoek wat verder toegelicht.

De resultaten van zowel de interventie op MBO-scholen, als de Bubble interventie zijn qua effect op nieuwswijsheid wellicht enigszins teleurstellend, maar aangezien er maar weinig onderzoek is naar de effectiviteit van nieuwswijsheidsinterventies levert dit onderzoek veel aanknopingspunten voor discussie en verdere verbetering op.

⁶ De man achter de generatietheorie. Brabants Dagblad 7 juli 2017

⁷ www.eoswetenschap.eu/psyche-brein/5-redenen-waarom-we-al-de-lagere-school-met-nieuwswijsheid-moeten-beginnen.

⁸ www.mediawijs.be/nl/mediawijze-projecten/nieuwswijsneuzen

HET BUBBLE EXPERIMENT

Het ‘Bubble’ experiment van Tamboer combineerde lessen over nieuwsproductie met activiteiten als zelf nieuws maken en factchecken. Hiervoor werd een online omgeving gecreëerd die door de jongeren gebruikt werd tijdens de lessen. Het ‘Bubble’ programma werd ontwikkeld op basis van 8 richtlijnen die door Tamboer zelf zijn opgesteld naar aanleiding van een eerdere studie. Dit bestond uit een kwalitatief onderzoek waarin gesprekken met 12-15 jarigen zijn gevoerd over hun nieuwsgebruik.

Als je rekening houdt met deze 8 richtlijnen bij de ontwikkeling van programma’s, zorgt dit voor een betere aansluiting bij voorkeuren en interesses van de doelgroep jongeren. Dit onderzoek en de richtlijnen zijn gepubliceerd in een aparte publicatie (Tamboer, et al (2022), Tamboer (2023)).

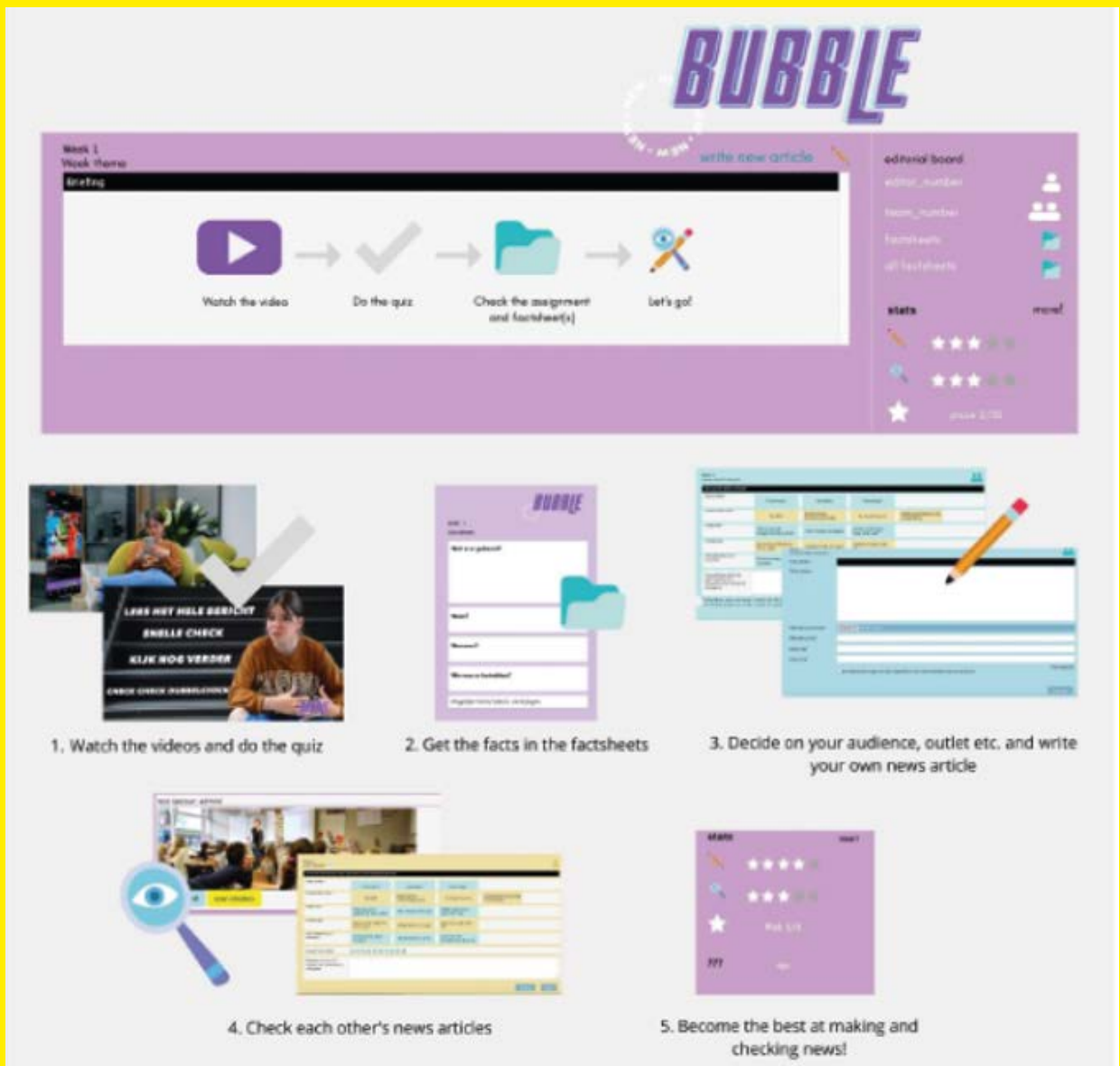
De kinderen die deelnamen aan het Bubble programma bekeken eerst video’s over het

productieproces en testen daarna hun kennis in een quiz. Vervolgens kregen ze de opdracht om in paren zelf nieuwsartikelen te schrijven, gebaseerd op een factsheet. De derde opdracht was een artikel te schrijven gebaseerd op feiten of juist een fake news story, nadat ze het doel (informer, amuseren, overtuigen of misleiden), de outlet (professionele nieuwsbron of sociale media post), doelgroep (zoals kinderen, tieners of volwassenen) en andere kenmerken (bronnen vermelden of juist niet) hadden bepaald. De vierde en laatste opdracht bestond uit het lezen van artikelen van andere deelnemers aan het programma en deze beoordelen op dezelfde kenmerken als waarover ze hadden nagedacht voor hun eigen artikel.

Leerlingen uit 15 klassen van 4 verschillende scholen deden mee aan het experiment. Twee scholen vormden de testgroep en twee andere scholen werden ingedeeld in de wachtlijstgroep

Figuur 6: Alignment between Intervention Guidelines en the Intervention

Guidelines for Developing News Literacy Interventions for Early Adolescents (Tamboer, Daalman, et al., 2022)		News Literacy Application Intervention
Guidelines	Example implementations	Implementation
1. Consider the specific target group	Consider early adolescents’ specific needs, media use, and preferences	The platform is social medium-like, designed based on early adolescents’ preferences
2. Find them where they are	Intervene in schools, use age-specific media platforms	In schools, using an online platform
3. Start from their interests, but keep it serious and varied	Include sports and make it fun, but also discuss serious topics	Alternation between more serious and fun topics
4. Make it (really) easy to apply news literacy	Offer checklists, clear steps	One checklist that they used for writing and checking
5. Don’t bore them	Create short and engaging videos, avoid long texts	Information is brought through videos
6. Make news literacy the norm	Use role models	Videos are presented by an older adolescent
7. Let’s get active	Include games and competition	Possibility to gain points, ranking in class
8. Keep them in the loop	Co-creation and evaluation	Evaluation with early adolescents and a teacher, and adaptation based on these evaluations



die als controlegroep diende. Alle klassen vulden een pre- en posttestvragenlijst in op verschillende momenten, maar alleen de leerlingen van scholen in de testgroep volgden daartussen het Bubble-programma.

Het resultaat van de Bubble-interventie op de ontwikkeling bij de jongeren bleek beperkt. Er zijn geen significante verschillen tussen de test en controlegroep gevonden op mediawijsheid,

motivatie, sociale norm vanuit vriendengroep ('mijn vrienden vinden het belangrijk om te weten wat er speelt in de wereld'), of sociale norm vanuit leraren geconstateerd. De leerlingen uit de testgroep geven na het volgen van het programma wel voor meer nieuwswijsheidsvaardigheden aan dat ze zichzelf in staat achten om deze toe te passen, dan de leerlingen uit de controlegroep.

Het uitblijven van effectiviteit van deze onderzochte programma's kan mogelijk verklaard worden uit het gegeven dat dit programma bestond uit een beperkt aantal opdrachten/ contactmomenten en een beperkte tijdsperiode besloeg. Uit een

meta-analyse over effectiviteit van een groot aantal mediawijsheidsinterventies tussen 1980 en 2010 (Jeong, Cho en Hwang, 2012) blijkt bijvoorbeeld dat de effectiviteit toeneemt als er meer contactmomenten zijn en meer tijd genomen

wordt. Als de programma's te veel onderwerpen of meer componenten in één keer proberen te vatten, zijn ze juist minder effectief. Dit pleit dan weer voor een structurele aanpak, gericht op nieuwswijsheid, geïntegreerd in het onderwijs.

2.5 Nieuwswijsheid: wat kunnen journalisten en nieuwsmedia doen?

Journalistiek heeft een cruciale rol in een democratie als de onze. Dat ook de sector zelf een rol heeft in het bevorderen van nieuwswijsheid lijkt dan ook evident. Helemaal als we nieuwswijsheid ook in brede zin beschouwen: waarbij we willen dat mensen beschikken over kennis over en waardering voor die rol en de bijzondere manier waarop nieuws tot stand komt op basis van journalistieke waarden. En ook nog eens weten in welke context dit plaatsvindt. Beschikken over de vaardigheden om nieuws te vinden, kritisch te beschouwen en gebruiken voor meningsvorming. Bovendien geïnteresseerd zijn en gemotiveerd zijn om nieuws te gebruiken. Hoe kunnen nieuwsmedia en journalisten hier zelf aan bijdragen?

“Het is niet alleen een kwestie van de burger die weerbaarder moet worden – het gaat ook over hoe we het hele systeem, inclusief journalistieke media, beter inrichten.” – Toni van der Meer

In de publicaties met als thema nieuwswijsheid die we voor deze literatuurstudie gevonden hebben komt deze vraag nog niet vaak en niet uitgebreid aan bod. Dit is op zichzelf al een relevante constatering. Wel komen enkele algemene aanbevelingen terug die hieronder worden besproken.

Werken aan vertrouwen: Transparantie en publieksgerichte werkwijze

Journalistiek bevordert geïnformeerd burgerschap allereerst door de kwaliteit en betrouwbaarheid van nieuws te blijven waarborgen. En te zorgen dat de manier waarop het nieuws gebracht wordt aansluit bij verschillende groepen in de samenleving. Zowel inhoudelijk als in vorm.

In het WRR working paper ‘Veranderend mediagebruik door jongeren’ doet Costera Meijer (2023) een aantal aanbevelingen voor nieuwsmedia. Een ervan is dat nieuwsmedia ‘publieksgevoeliger’ zouden moeten worden en meer zouden moeten laten zien hoe nieuwsgebruikers de waarden en de professionaliteit van nieuwsorganisaties en journalisten kunnen herkennen. Journalisten zouden zich daar ook meer op moeten willen laten aanspreken. Met name jonge nieuwsgebruikers hebben hier behoefte aan. Andere wetenschappers benadrukken dat dit ook geldt voor allerlei andere groepen, zoals nieuwe Nederlanders of nieuwsmijders bijvoorbeeld (de Haan, 2025). De Haan stelt in haar oratie, uitgesproken in begin van 2025, dat journalisten ook meer publiekswijs zouden moeten worden. De uitwerking van wat dit concreet betekent is nog niet gepubliceerd.

Professioneel handelen, met de journalistieke waarden hoog in het vaandel. En dit ook laten zien aan het publiek, zodat het vertrouwen in nieuws en journalistiek hoog blijft. Nieuwsmerken kunnen zich voor hulp op dit vlak bijvoorbeeld melden bij The Trust Project, dat nieuwsmedia helpt hun commitment aan de voor het publiek belangrijkste journalistieke waarden te versterken. The Trust Project zet de ‘global transparency standard’ zodat het publiek weet wie en wat de achtergrond vormen bij een nieuwsbericht: het gaat om eerlijkheid, rechtvaardigheid, waarheidsvinding, fouten toegeven, open over eigendomsverhoudingen, etcetera.

NRC is het eerste Nederlandse medium dat binnenkort hoogstwaarschijnlijk het Trust Project-logo bij de berichtgeving mag plaatsen. Plaatsvervangend hoofdredacteur Melle Garschagen vertelt op de website van het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek (SVDJ) waarom NRC The Trust Project omarmt. ‘In de afgelopen jaren deed NRC, net als veel andere kranten, zijn best om lezers te trekken die niet gewend zijn aan het lezen van een papieren krant’, vertelt hij. Deze doelgroep begrijpt vaak minder goed wat de ethische principes van de journalistiek inhouden en wat bijvoorbeeld het verschil is tussen een opiniestuk en een reportage. ‘We willen laten zien hoe we werken en hoe we onze keuzes

maken,’ zegt Garschagen. ‘De trust indicators helpen ons om explicieter te zijn over onze journalistieke werkwijze.’

Samenwerkingen met het onderwijsspecialisten met behoud van kritische distantie

Met alle aandacht voor misinformatie en zorgen omtrent teruglopend gebruik van nieuwsmedia, signaleren onderzoekers Yeoman en Morris (2024) in Engeland een toenemende mate van betrokkenheid van de nieuwsmedia en journalisten bij het onderwijs. Ook in Nederland kennen we een vergelijkbaar initiatief, zoals Journalist in de Klas van Nieuws in de Klas (NDP Media). Er zijn geen onafhankelijke onderzoeken naar de effectiviteit of waardering van deze programma's bekend.

In onze selectie komen twee wetenschappelijke publicaties terug waarin onderwijsprogramma's met betrokkenheid van journalisten of geïnitieerd door nieuwsmedia-organisaties expliciet worden besproken: Yeoman en Morris (2024) bestudeerden vijf initiatieven in de UK gericht op scholieren en geïnitieerd vanuit nieuwsmedia zelf (o.a. BBC, The Guardian, Economist); Fleming (2014) onderzocht het Stony Brook programma in de US gericht op studenten, waarvoor wordt samengewerkt met journalisten.

Yeoman en Morris zetten op basis van gesprekken met betrokkenen wel wat kanttekeningen bij de initiatieven die zij bestudeerd hebben. Niet iedereen is enthousiast over de initiatieven uit de sector, omdat de sector natuurlijk ook haar eigen belangen heeft. Het gevaar is dat het meer om reclame voor hun eigen merk draait, in plaats van echt kritisch leren omgaan met nieuws. In de onderzochte projecten werd bijvoorbeeld vooral geleerd om te vertrouwen op bekende, grote nieuwsmerken (zoals BBC of The Guardian), en werd minder aandacht besteed aan de fouten of beperkingen van journalistiek zelf. De studenten die deelnemen aan het Stony Brooksprogramma zijn zelf positief en geven aan er ook wat van te leren, maar ook Fleming waarschuwt dat er te veel nadruk kan komen te liggen op waardering voor nieuws en niet op kritische denkvaardigheden (2014).

Samenwerking met journalisten en het realistische inzicht in het vak kunnen een positieve bijdrage leveren. Maar als journalisten het lesmateriaal te veel domineren, is er het risico dat kritische distantie verloren gaat en studenten te veel leren ‘waarderen’ in plaats van kritisch te analyseren. Die spanning tussen waardering enerzijds en kritisch denken blijft een belangrijk discussiepunt.

2.6 Reflectie: aandacht nodig hedendaags mediagebruik

Als we de publicaties die gebruikt zijn voor deze veldscan zo overzien, dan is het beeld dat boven komt drijven dat het denken over en onderzoeken van nieuwswijsheid nog volop in ontwikkeling is. En deze ontwikkeling is ook nodig om theorie en onderzoek beter te laten aansluiten bij hoe mensen en met name jongeren nieuws in de praktijk tegenkomen, gebruiken of ermee omgaan. In veel publicaties en onderzoeken klinkt de centrale gedachte vanuit de Media Literacy Theory door in het denken over News (media) Literacy of nieuwswijsheid: dat media een (mogelijk vertekende) weergave van de werkelijkheid toont en we ons daarvan bewust moeten zijn als we media gebruiken. Als we dit toepassen op nieuws gaat de aandacht met name uit naar begrippen als bias en framing en andere processen die van invloed zijn op de totstandkoming van nieuwsberichten. De vraag blijft of het belang van nieuws en juist de kwaliteit van nieuws voldoende aandacht krijgt. We zagen onderzoekers als het ware inzoomen op nieuws als specifieke vorm van mediacontent, terwijl de unieke kenmerken en het belang van nieuws beter gezien kunnen worden vanuit een breder kader – van allerlei soorten informatie die we in ons dagelijks leven tegenkomen. Dit zou de rol en kwaliteiten van nieuws beter tot zijn recht kunnen laten komen.

Aandacht voor het selectieproces

De WRR publiceerde in 2024 een working paper, geschreven door Hoogendoorn met als titel ‘Wat is wijsheid? De reikwijdte en

effectiviteit van mediawijsheidsbeleid'. Een van de conclusies die hierin naar voren komt, is dat mediawijsheidsinterventies het succesvolst zijn als ze mensen leren om betrouwbare informatie te selecteren en journalistieke processen inzichtelijk maken. Het WRR noemt dit een techniekgerichte benadering van mediawijsheid. Deze staat tegenover de issuegerichte interventies die vooral gaan over of een specifiek stukje informatie wel klopt. "In het algemeen blijken interventies waarbij aandacht wordt geschonken aan het leren selecteren van kwalitatief, hoogwaardige en juiste informatie, in welke context dan ook, beter te werken", aldus Hoogendoorn (2024).

Wetenschapper Mark Boukes merkt tijdens het interview op dat dit aspect van selecteren of komen tot nieuwsgebruik nog onderbelicht blijft.

"Het pad tot het blootstellen aan nieuws wordt vaak overgeslagen in de meeste onderzoek. Het begint meestal vanaf het moment als iemand het plaatje ziet of als je de tekst leest, hoe moet je dit dan beschouwen. Maar hoe kom je nou op het juiste pad om het goede nieuwsitem te vinden? Ik denk dat dit nieuwsselectieproces nog vaak wordt overgeslagen door de wetenschap."

Mark Boukes

Minder gebruik rechtstreekse journalistieke bronnen, meer sociale media

Uit onderzoek naar nieuwsgebruik in Nederland blijkt dat steeds minder mensen gebruikmaken van traditionele nieuwsbronnen zoals tv-journaals en dagbladen. Het gebruik van de online equivalenten, zoals nieuws-apps en -websites neemt weliswaar toe, maar deze toename kan het verlies in gebruik van de traditionele dragers niet compenseren. Het gevolg is dat steeds minder mensen de journalistieke bronnen rechtstreeks raadplegen voor hun nieuwsvoorziening (Commissariaat voor de Media, 2024). Ze maken dus ook minder gebruik van de gecontroleerde omgeving van nieuwsmedia waarbinnen nieuws komt vanuit journalisten en wordt onderscheiden van bijvoorbeeld opinie.

Voor bijna 80 procent van de jongeren tussen 16 en 25 jaar geldt dat zij vooral via sociale media op de hoogte blijven van wat er speelt in de wereld (Schut, Costera Meijer en Lauf, 2024/ Commissariaat voor de Media). Ook grote groepen andere mensen zien nieuws daar voorbijkomen, of ze er nu naar op zoek zijn of niet.

In onze selectie van artikelen gaat slechts één Amerikaans onderzoek expliciet in op nieuwswijsheid in de context van socialemediagebruik. Hieruit blijkt dat de respondenten (Amerikaanse volwassenen) die hoger scoren op nieuwswijsheidskennis kritischer zijn over wat ze op sociale media tegenkomen, meer (journalistieke) nieuwsbronnen gebruiken voor nieuws, minder nieuws en politieke informatie tegenkomen op sociale media en ook minder snel zo'n bericht verder zouden verspreiden (Vraga en Tully, 2017).

"Wat ik het meeste zie in onderzoek naar nieuwsgebruik, en ook in veel onderwijsprogramma's, is dat ze uitgaan van mensen die bewust het nieuws opzoeken. Ze kijken dan naar hoe mensen kranten lezen, of journaals bekijken, en veronderstellen een rationele keuze. Maar in de praktijk komen jongeren – en trouwens ook volwassenen – vooral via-via of per ongeluk nieuws tegen, bijvoorbeeld op sociale media. Het is veel meer routinematig, iets dat gebeurt terwijl je eigenlijk iets anders doet. Ik denk dat daar, zeker in Nederland, nog veel te weinig onderzoek naar is, naar dat toevallige nieuwsgebruik. Terwijl dat in het dagelijks leven juist heel dominant is."

Mark Boukes

Oog voor de definitie van 'nieuws' in de ogen van gebruikers

Verschillende publicaties laten zien dat met name jongeren een bredere definitie van nieuws hanteren dan wat gebruikelijk is in veel onderzoek. Swart en Broersma (2024) deden kwalitatief onderzoek naar wat voor jongeren aanvoelt als nieuws op Instagram. Met als ene uiterste de traditionele invulling van nieuws - iets wordt pas als nieuws beschouwd als het

gaat om serieuze thema's en gebracht wordt door traditionele nieuwsmedia - versus de brede opvatting - nieuws is 'nieuwe' informatie in brede zin en andere bronnen kunnen ook net zo goed belangrijk zijn.

In de Vlaamse Nieuwsbarometer 2025 wordt expliciet gevraagd aan jongeren wat zij vinden passen bij hun

associaties van nieuws op het niveau van onderwerp, bron en kanaal. Hieruit blijkt dat Vlaamse jongeren het nieuws nog steeds voornamelijk associëren met de grote maatschappelijke gebeurtenissen als onderwerp, maar niet meer met journalistieke bronnen en kanalen. Het is niet aannemelijk dat het beeld van Nederlandse jongeren substantieel afwijkt.

**Tabel 4: Nieuwsdefinitie volgens jongeren (N=3,433)
Tabel uit de Nieuwsbarometer 2025, p.17**

Traditionele definitie van nieuws		Brede defintie van nieuws	
Maatschappelijk belangrijke en recente gebeurtenissen	85%	15%	Alle berichten over zaken je nog niet wist (dus ook bijvoorbeeld dat je tante een nieuwe kat heeft
Waar journalisten verslag over uitbrengen	46%	54%	Waar meer dan alleen journalisten verslag over uitbrengen
Informatie die alleen in het tv-journaal en in (online) kranten verschijnen	17%	83%	Informatie die zowel in het tv-journaal en in (online kranten verschijnen als op sociale media

Sociale media: aandacht voor onderscheid in soorten bronnen noodzakelijk

"Nieuws is voor jongeren niet het monopolie van de journalistiek. Meer dan de helft van hen beschouwt nieuws als iets waar meer dan alleen journalisten over berichten. Voor 1 op de 5 jongeren zijn influencers een belangrijke bron van nieuws. Dit blijkt uit onze Vlaamse Nieuwsbarometer."

Jan Boesman

Op sociale media, waar veel jongeren in aanraking komen met nieuwsberichten, komt nieuws vanuit verschillende bronnen voorbij in één grote onafgebroken stroom van allerlei soorten content. Er is, zeker bij platformen zoals TikTok, minder controle

vanuit de gebruiker over wat zij wel of niet zien.

Het is dan ook belangrijk dat jongeren de waarde van journalistiek leren kennen en waarderen, journalistiek kunnen onderscheiden van allerlei andere soorten berichten en bronnen en ook het onderscheid leren waarderen.

"Studenten vinden het soms belangrijker wat een influencer zegt dan wat een nieuwsmedium meldt. Ze zien die influencer als betrouwbaar, omdat ze die volgen en zich ermee verbonden voelen, ook al ontbreekt er soms onderbouwing of wordt er geen bron genoemd. Het is een heel andere manier van omgaan met nieuws en informatie dan wij gewend zijn."

Mariska Kleemans

ALGEMENE AANBEVELINGEN VOOR NIEUWSWIJSHEIDSPROGRAMMA'S

Uit de studies die nieuws- en/of mediawijsheidsprogramma's in curricula van scholen hebben onderzocht, kunnen de volgende aanbevelingen voor programma's worden gedestilleerd.

- Neem de interesse van de doelgroep als uitgangspunt: programma's die verankerd zijn in actuele relevante onderwerpen betrekken scholieren en studenten effectiever en bevorderen intrinsieke motivatie die vaak ontbreekt bij passieve nieuwsconsumptie.
- Laat jongeren oefenen met vaardigheden als bijvoorbeeld het stellen van kritische vragen over de aangeboden nieuwsberichten en de auteurs, eventuele bias en bewijsvoering om zo het analytisch vermogen te stimuleren.
- Voeg interactieve en co-creatie elementen toe. Leg de connectie tussen de lessen en naar wat jongeren bezighoudt buiten het klaslokaal.
- Maak gebruik van gamificatie en simulaties voor een betere betrokkenheid om aan te sluiten bij de behoeften van de jongeren.
- Effectieve programma's leggen de verbinding tussen de journalistieke waarden zoals objectiviteit en accuraatheid enerzijds en hedendaagse uitdagingen rond commerciële bias en misinformatie anderzijds. Dit voorkomt het gevoel van 'propaganda' en voorkomt skepsis ten aanzien van journalistieke informatie.
- Maak gebruik van activiteiten waarbij het onderscheid gemaakt wordt tussen nieuws en opinie, identificeren van verschillende soorten biases en het herkennen van (visuele) elementen in berichten die kunnen helpen de betrouwbaarheid van een bericht te beoordelen.
- Moedig scholieren en studenten aan om ook zelf nieuws te produceren voor schoolkranten en blogs. Deze ervaring helpt hen meer diepgaande kennis en begrip te vormen over journalistieke processen en technieken.
- Aanbevolen wordt om structurele programma's te ontwikkelen voor nieuwswijsheid. Denk aan een gecentraliseerde aanpak, die consistentie en schaalbaarheid bevordert.
- Nieuwswijsheid-onderwijs is het meest effectief als het geïntegreerd in andere lessen wordt aangeboden en zo verbinding legt met bijvoorbeeld maatschappijleer, taalvaardigheid en digitale vaardigheden en meerdere sessies bestrijkt.
- Leraren en onderwijzers moeten zelf ook beschikken over digitale vaardigheid en informatievaardigheden die nodig zijn bij nieuwswijsheid.
- Waarborg toegang tot journalistieke informatie, die in de praktijk vaak geblokkeerd kan zijn door bijvoorbeeld betaalmuren.
- Volg de ontwikkeling van nieuwswijsheid en de effectiviteit van (onderwijs-) programma's of andere interventies met een gestructureerde onderzoeks aanpak.

Bronnen o.a. Hobbs (2010), Tamboer et al (2022), Jeong, S. et al (2012).

Sociale media: tijdverdrijf als motivatie voor gebruik vraagt om andere routines

Een tweede punt dat ook voortkomt uit gebruik van sociale media voor nieuws, is dat weten wat er speelt in de wereld voor de meesten van ons niet de belangrijkste reden is om sociale media

als Facebook, Instagram of TikTok te gebruiken. Hier draait het om vermaak, tijdverdrijf en sociale interactie, in tegenstelling tot bij nieuwsmedia waar de behoefte aan informatie prominenter is (Mediabelevingsonderzoek, 2020). De vraag is dan ook in hoeverre we bij gebruik van sociale media



wel in staat zijn of voldoende gemotiveerd zijn om nieuwswijs om te gaan met de informatie die ze daar tegenkomen.

Dit pleit ook weer voor meer aandacht voor nieuwsgebruik in deze context van min of meer 'toevallig' tegenkomen van nieuws en het ontwikkelen van passende routines daarbij – geïnformeerde gewoontevorming, vaardigheden als reflex in het dagelijkse mediagebruik.

“Er is een verschil tussen hoe we nadenken over nieuwswijsheid vanuit een vrij rationele benadering, terwijl de plekken of momenten waar we de toepassing in gedrag verwachten, daar niet voor uitnodigen. [Sociale media] zijn niet de plekken waar je aan het nadenken bent. Dan zeggen ze ‘ja, ik vind het heel belangrijk om kritisch naar nieuws te kijken. Maar dat hoeft niet voor het soort informatie dat ik daar zie’.”

Sanne Tamboer

Sociaal gebruik van nieuws mag meer aandacht krijgen

Joëlle Swart pleit in het gesprek voor meer aandacht voor de sociale kant van nieuwsgebruik bij nieuwswijsheid. Hoe praat je over nieuws, hoe deel je nieuws en hoe ga je om met verschillende meningen en ongefundeerde uitspraken in gesprekken met anderen?

“Ik denk dat we meer aandacht zouden moeten besteden aan de sociale kant van nieuwsgebruik. Niet alleen kijken naar hoe iemand individueel met nieuws omgaat, maar ook naar hoe je daar samen over praat, hoe je met elkaar omgaat als je het oneens bent over nieuws.”

Joëlle Swart

Kortom, in de huidige en gangbare definitie van nieuwswijsheid en de theoretische beschouwingen, wordt nog weinig expliciet rekening gehouden met de context van het alledaagse nieuwsgebruik, zoals dat veel plaatsvindt op en met sociale media. Juist vanuit deze context ontstaan nieuwe aandachtspunten.

Nieuwswijsheid is met de ontwikkelingen op het gebied van digitale media iets dat bovendien niet klaar is na een reeks lessen, maar een proces dat bij nieuwe technologieën en toepassingen weer nieuwe kennis en vaardigheden vereist zoals kennis over werking en effect van algoritmes en AI. Deze worden bovendien ook steeds belangrijker.

3. Weerbaar tegen mis- en desinformatie

Sinds Trumps eerste termijn als Amerikaanse President zijn begrippen als ‘fake news’ en ‘alternative facts’ geen onbekende termen meer in de media. En met de Corona-pandemie heeft vrijwel iedere Nederlander wel eens gehoord van misinformatie of nepnieuws in alle discussies rond wel of niet vaccineren. Tijdens verkiezingscampagnes wordt tegenwoordig actief gewaarschuwd voor manipulatie met misleidende (des-)informatie en Russische inmenging.

De literatuurstudie naar de stand van het onderzoek in wetenschap en praktijk laat zien dat dit ook wetenschappers niet onberoerd heeft gelaten. Er is de afgelopen jaren meer aandacht gekomen voor het belang van nieuwswijsheid in het algemeen, en nieuwswijsheid in de context van weerbaarheid tegen misinformatie in het bijzonder.

In dit hoofdstuk bespreken we enkele kenmerkende onderzoeken en meer algemene bevindingen rondom weerbaarheid tegen valse en misleidende

informatie, al dan niet geproduceerd en verspreid met opzet of kwade bedoelingen. Echter, we starten met een toelichting op drie veel voorkomende begrippen, die in de volksmond en in de media vaak door elkaar worden gebruikt. Voor wetenschappers is dat echter niet gebruikelijk.

3.1 Nepnieuws, misinformatie, desinformatie

Nepnieuws, misinformatie en desinformatie verschillen in betekenis van elkaar in intentie en doel (zie ook onderstaande tabel). Bij desinformatie is intentie cruciaal, bij misinformatie niet. In beleid en onderzoek wordt soms bewust alleen misinformatie als term gebruikt (zonder intentie-criterium) om censuur-risico's te vermijden. Het onderscheid tussen misinformatie en desinformatie is zo op het oog dan ook lastig te

Tabel 5: Misinformatie, desinformatie en nepnieuws

Term	Definitie	Intentie	Doel	Voorbeelden
Misinformatie	Grotendeels of geheel wetenschappelijk ongefundeerde claims.	Intentie van de verzender is niet relevant (kan onbedoeld verspreid zijn).	Kan uiteenlopen (bv. ideologische agenda, onwetendheid).	Onjuiste informatie over vaccins, klimaatverandering of hormonale anticonceptie.
Desinformatie	Bewust verspreide ongefundeerde claims waarbij de verzender weet dat ze onwaar zijn .	Opzettelijke misleiding voor politieke, financiële of maatschappelijke doelen.	Verstoren van democratische processen, winstbejag, of maatschappelijke ontwrichting.	Buitenlandse inmenging in verkiezingen via valse socialemedia-accounts.
Nepnieuws	Term met brede en beladen interpretaties; vaak gebruikt om nieuwsmedia te discrediteren.	Vaak politiek gemotiveerd, maar definitie is subjectief en contextafhankelijk.	Polariseren, aandacht genereren, of vertrouwen in media ondermijnen.	Politici die legitieme nieuwsbronnen als “fake news” bestempelen.



maken en daarnaast niet altijd relevant, omdat de maatschappelijke impact vergelijkbaar kan zijn. De voorbeelden over des- en misinformatie komen vaak uit de hoek van gezondheidsinformatie, maar beperken zich niet tot die hoek. Tegenwoordig wordt het vaak ingezet om tegenstanders te delegitimeren, waardoor het een retorisch wapen wordt.

In dit rapport gebruiken we vooral de term ‘misinformatie’, waarmee we ‘ongefundeerde claims’ bedoelen, ongeacht intentie van de verzender. Het onderscheid tussen bedoeld en onbedoelde intentie is immers niet altijd te maken. In onderstaande tabel is een overzicht gegeven van de kenmerken van de drie termen, op basis van het rapport van het Rathenau Instituut over misinformatie en impact op vertrouwen in de wetenschap (2025).

3.2 Strijd en weerbaarheid tegen misinformatie

Valse en misleidende informatie kan een bedreiging vormen voor het functioneren van de democratie en moet dan ook gezien worden als een maatschappelijk probleem, volgens veel wetenschappers.

De Europese Digital Services Act (DSA) legt sociale-mediaplatforms in de EU duidelijke verantwoordelijkheden op om misinformatie aan te pakken. Ze moeten illegale content verwijderen, structureel risico's van misinformatie bestrijden (vooral grote platforms), volledig transparant zijn over hun moderatie, rekenen op meldingen van experts, campagnes op gevoelige data beperken en stevig toezicht accepteren.

Ondanks deze regelgeving heeft Meta, eigenaar van de grootste socialemediaplatformen Facebook, Instagram en Whatsapp, aangegeven te willen en zullen stoppen met fact-checking programma's⁹¹⁰. Het is nog onduidelijk welke gevolgen dit gaat hebben, maar het belooft niet veel goeds voor de inzet vanuit de platformen om verspreiding van misleidende informatie te helpen voorkomen.

Wetenschappers vanuit de sociale en gedragswetenschappen richten zich veelal op de vraag hoe de invloed van misinformatie op de ontvanger (nieuwsgebruiker) beperkt kan worden. Daarnaast ligt er ook bij de ontvanger een rol voor het (niet) verder verspreiden van de misinformatie. Zoals al eerder werd opgemerkt is er in het laatste decennium en met name sinds de COVID-19 pandemie een toenemende belangstelling voor onderzoek naar de bestrijding van misinformatie en met name naar interventies gericht op het



Meta-baas Mark Zuckerberg in januari 2024. AFP

de Volkskrant

NIEUWS

Zuckerberg schrappt factcheckers op Instagram en Facebook, hekelt 'politieke censuur'

Meta, het moederbedrijf van Instagram en Facebook, beëindigt de samenwerking met onafhankelijke factcheckers. Ook schrappt het regels voor taalgebruik omtrent onder meer immigratie en gender. Meta-baas Mark Zuckerberg zegt de 'uit de hand gelopen politieke censuur' op sociale media te willen tegengaan.

Frank Rensen

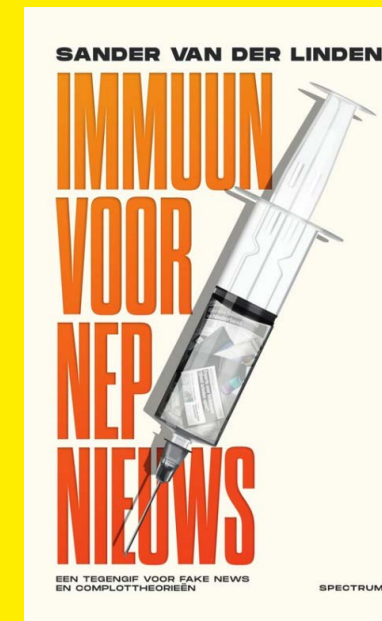
is nieuwsverslaggever van de Volkskrant, met tech als specialisme.

7 januari 2025, 15:38

⁹ Meta stopt met modereren van Facebook, Zuckerberg wil 'vrijheid van meningsuiting bieden'. BNR.nl, 7 januari 2025

¹⁰ Zuckerberg schrappt factcheckers op Instagram en Facebook, hekelt 'politieke censuur'. Volkskrant, 7 januari 2025

IMMUUN VOOR MISINFORMATIE EN NEPNIEUWS



Een van de wetenschappers die veel wordt aangehaald en geciteerd is bijvoorbeeld Sander van der Linden, hoogleraar sociale psychologie en directeur van het Cambridge Social Decision Making Lab aan de Universiteit van Cambridge.

Hij publiceerde in 2023 het boek dat ook in het Nederlands verscheen onder de titel 'Immuun voor Nepnieuws: een tegengif voor fake news en complottheorieën'.

In dit werk staat de theorie van psychologisch inenten centraal, vanuit de gedachte dat voorkomen beter is dan genezen. Door mensen bloot te stellen aan een verdunde dosis van nepnieuws en dat vervolgens overtuigend te ontkrachten, werk je als het ware aan de immuniteit. Net zoals vaccinaties werken tegen bepaalde ziektes. Dit werkt alleen als mensen ook de tools en mentale wapens aangereikt krijgen waarmee ze toekomstige valse of misleidende claims zelf kunnen herkennen en ontkrachten.

weerbaar maken tegen misinformatie. Gelukkig is veel van dit onderzoek inmiddels samengevat in overzichtsartikelen, waar dankbaar gebruik van is gemaakt voor dit rapport.

3.3 Toolbox vol bescherming tegen online misinformatie

Een grote groep internationale wetenschappers (Kozyreva et al. 2024) heeft zich ingespannen om een overzicht te geven van negen typen interventies gericht op beschermen tegen misinformatie, gebaseerd op 81 wetenschappelijke artikelen. Dit heeft geresulteerd in een wetenschappelijke publicatie 'Toolbox of Interventions Against Online Misinformation' en een online omgeving waarin de toolbox toegankelijk is gemaakt, inclusief beschrijving en voorbeelden.

In de toolbox komen negen typen interventies terug die mensen helpen om beter om te gaan

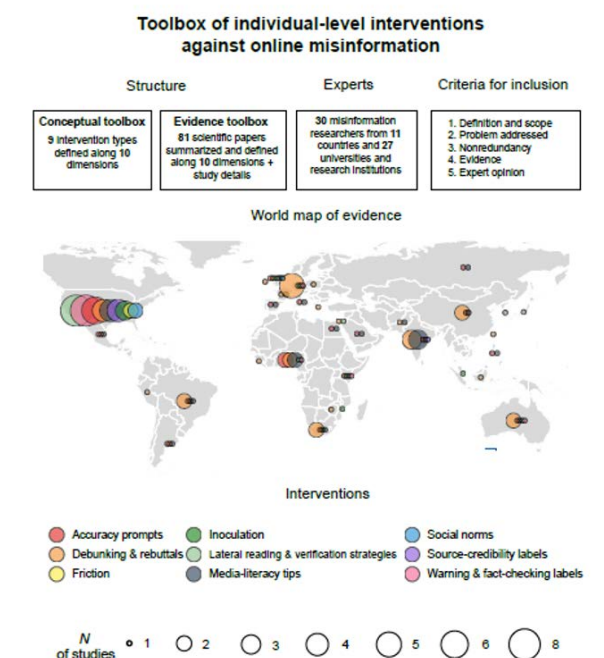


Fig. 1 Structure of the toolbox and map of evidence. The upper part of the figure summarizes the structure and composition of the toolbox, which is available at <https://interventiontoolbox.mpib-berlin.mpg.de>. The world map of evidence shows studies from the evidence toolbox by country in which they were conducted and by intervention type. Circle size denotes the number of studies. For the interactive version of the map, see https://interventiontoolbox.mpib-berlin.mpg.de/toolbox_map.html.

met misinformatie. Ze worden hieronder kort beschreven, met voorbeelden:

¹¹ interventiontoolbox.mpib-berlin.mpg.de/table_concept.html

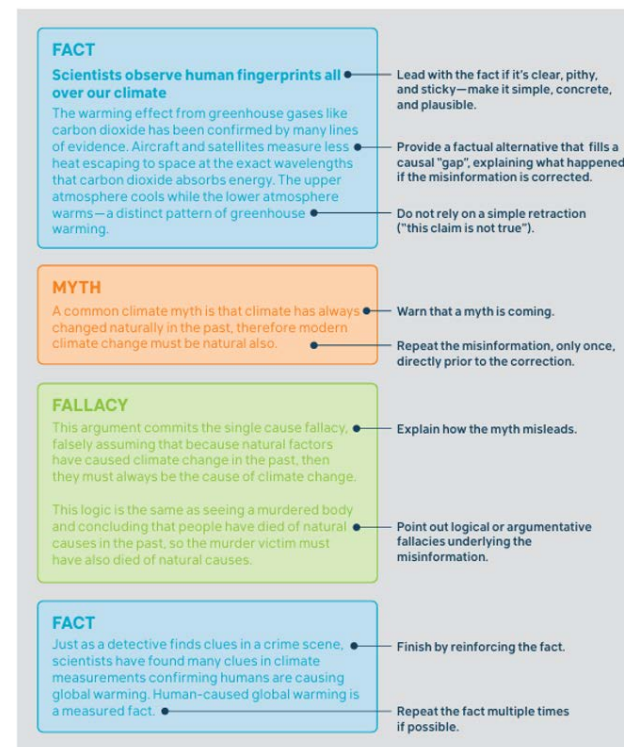
Psychologische inenting ('inoculation theory') valt in deze categorie. Door mensen te leren over de strategieën en tactieken die gebruikt worden door verspreiders van desinformatie (met intentie te misleiden), zijn ze beter in staat deze te herkennen en dit verhoogt hun weerstand. De term pre-bunking wordt ook wel gebruikt – om aan te geven dat dit vooraf gebeurt. Er zijn verschillende manieren om psychologisch in te enten. In het kader op de volgende pagina wordt de Bad News Game besproken, ontwikkeld door Rozenbeek en Van der Linden.

Debunking en weerleggen: Bij debunking wordt een bericht juist achteraf gecorrigeerd. Bijvoorbeeld door corrigerende informatie bij misvattingen en onjuiste feiten of beweringen te weerleggen. Ook kan debunking de aandacht vestigen op retorische tactieken die gebruikt worden om bijvoorbeeld wetenschappelijke bevindingen in een kwaad daglicht te stellen. Er is een heel handboek beschikbaar voor succesvolle toepassing van debunking, want er zijn aandachtspunten¹². Debunking is het meest succesvol wanneer een bepaalde volgorde wordt aangehouden in de boodschap (zie figuur hiernaast). Herhaling is nodig, om te zorgen dat de nieuwe boodschap als het ware beter blijft 'plakken' dan de misinformatie.

'Nudges' of 'duwtjes' verwijzen naar subtiele manieren om mensen onbewust naar een bepaalde keuze of gewenst gedrag te leiden, zonder dat ze zich gedwongen voelen¹³.

Denk bij voorbeelden van 'nudges' aan bijvoorbeeld **accuraatheidsprompts** waarmee gevraagd wordt of men zeker is dat een bericht dat men graag wil verspreiden ook accuraat is. Of **vertragers** in de vorm een vraag die mensen even laat pauzeren en nadenken voordat men een bericht verder verspreidt. Ook aanspreken op **sociale norm** kan helpen om peer pressure (groepsdruk) te activeren. Andere interventies zijn gericht op het versterken van competenties of ontwikkeling van nieuwe vaardigheden om beter om te gaan met bepaalde informatie. Denk hierbij aan het stimuleren van

Example of a Refutation



media- en nieuwswijsheid en bijbehorende kennis en vaardigheden of het leren van bepaalde (digitale) vaardigheden zoals lateraal lezen, zoeken op afbeeldingen of bron verificatie met bepaalde zoekopdrachten. Deze kunnen worden aangeboden in onderwijsprogramma's of online games. Nieuwswijsheid komt in de toolbox ook terug als interventie in de vorm van een boodschap, die getoond wordt tijdens het scrollen of lezen van informatie. Vaak iets als een meer algemene waarschuwing.

Tenslotte wordt het gebruik van waarschuwingen en (fact-checking) labels genoemd als mogelijkheid om mensen te attenderen dat bepaalde bronnen of informatie betrouwbaar zijn. Te denken valt bijvoorbeeld aan keurmerken voor nieuwsbronnen of kwaliteitsstempels.

Voor een volledig overzicht van interventies en uitgebreidere beschrijvingen is de online toolbox een echte aanrader. https://interventiontoolbox.mpib-berlin.mpg.de/table_concept.html

VOORBEELD INTERVENTIE MET ONLINE GAME



Een voorbeeld van een interventie die op basis van het model van Psychologische Inenting is ontwikkeld, is de Bad News Game (Basol, Roozenbeek & Van der Linden, 2020)¹⁴. De Bad News Game is een online spel, waarin zes veelgebruikte misinformatietechnieken terugkomen, die spelers moeten toepassen in hun rol als nepnieuwsproducent. Het doel van een speler is om zoveel mogelijk volgers te krijgen met het maken van mediacontent, zonder dat de speler zelf aan geloofwaardigheid inboet.

De effectiviteit van het spel als interventie werd vastgesteld door de testgroep en controlegroep 18 twitter posts met onjuiste informatie te laten beoordelen op geloofwaardigheid (variërend van heel erg ongeloofwaardig tot heel erg



geloofwaardig). Daarbij werd ook gevraagd naar hoe zeker men was van dit antwoord (variërend van helemaal niet zeker tot heel erg zeker) en naar politieke ideologie (variërend van zeer conservatief tot zeer liberaal). De testgroep met spelers van het spel en de controlegroep (speelden het spel niet) werden gevraagd om de posts te beoordelen op twee momenten.

De testgroep gaf na afloop veel minder hoge betrouwbaarheid scores voor de voorgelegde berichten dan de controlegroep. Ook de zekerheidsscores namen meer toe in de testgroep dan in de controlegroep, maar alleen bij degenen die hun betrouwbaarheidsscores naar beneden hadden bijgesteld.

Zoals Basol et al. (2020) zelf aangeven zijn de resultaten van deze online game op zichzelf positief, omdat ze de inschatting van de (on) geloofwaardigheid van misleidende posts verbeteren. Echter, de onderzoekers kunnen geen vergelijking maken met de mate effectiviteit van een regulier lesprogramma. Ook zijn er geen resultaten bekend voor effect op langere termijn.

3.4 Overwegend experimentele opzet

Voor onderzoek naar de effectiviteit van relatief 'kleine' of kortdurende interventies met relatief eenvoudige boodschappen zoals debunking met factchecks, inzet van een algemene nieuwswijsheidsboodschap of een 'nudge'

¹² The Debunking Handbook 2020...

¹³ Denk aan de vlieg op het urinoir-effect.

¹⁴ De game is ook vertaald in het Nederlands en er is een junior versie game beschikbaar voor jongere doelgroepen. www.getbadnews.com/nl#intro

wordt regelmatig gebruik gemaakt van online vragenlijstonderzoek met de opzet van een experiment. Die zijn relatief eenvoudig van opzet en gemakkelijk uitvoerbaar.

De respondenten die deelnemen aan dit type onderzoek worden uitgenodigd voor vragenlijstonderzoek. De vragenlijst start vaak met een aantal algemene vragen over hun achtergrond en soms ook mening over bepaalde onderwerpen. Vervolgens krijgen de respondenten een bepaalde interventieboodschap te zien, die ze lezen of bekijken. Daarna volgt een opdracht om bijvoorbeeld één of meerdere (nep-)nieuwsberichten te lezen of te bekijken, die zij vervolgens beoordelen op bijvoorbeeld betrouwbaarheid en geloofwaardigheid. Twee Nederlandse wetenschappers, Hameleers en Van der Meer, gebruiken deze opzet ook regelmatig en zien positieve resultaten van dergelijke kortdurende interventies. Na een waarschuwing of factcheck beoordelen respondenten een bericht met foutieve informatie als minder betrouwbaar en/of geloofwaardig (Hameleers, 2020). En in een andere studie selecteerden bepaalde respondenten ook minder negatief nieuws na een waarschuwing dan zonder de waarschuwing (Van der Meer en Hameleers, 2022).

Aandachtspunt: bevindingen zijn beperkt generaliseerbaar

In de discussiesecties van deze artikelen staan de onderzoekers terecht stil bij de beperkte generaliseerbaarheid van de resultaten. De effectiviteit van de interventies wordt immers getoetst in een testopzet en niet in een natuurlijke

setting. De interventieboodschappen moeten worden bekeken door de respondenten. Het is niet uit te sluiten dat ze daarmee in de test aandachtiger worden bekeken dan tijdens het scrollen op sociale media bijvoorbeeld. En hetzelfde geldt voor de berichten die moeten worden beoordeeld of kunnen worden geselecteerd. Deze krijgen in het echte leven wellicht ook veel minder aandacht, als ze al worden gelezen.

Daarnaast wordt de effectiviteit van de interventies meestal gemeten na slechts één blootstelling. Mogelijk zijn er meerdere contacten nodig voor meer effect. En het is niet duidelijk hoe lang de effecten aanhouden, omdat de meting slechts een keer plaatsvindt en wel direct na de blootstelling. Desalniettemin geven de positieve bevindingen wellicht aanleiding voor toepassing in een campagnematige aanpak, zoals in de volgende subparagraaf wordt beschreven.

Veldstudie op YouTube

Rozenbeek, Van der Linden, Goldberg, Rathje en Lewandowsky (2022) publiceren over een veldstudie die in samenwerking met Google is uitgevoerd op YouTube. Ze ontwikkelden vijf korte inentings-video's¹⁵, waarmee mensen bewust werden gemaakt van vijf manipulatietechnieken die veel worden gebruikt bij misinformatie, waaronder emotioneel taalgebruik, valse tegenstellingen of (onterecht) aanwijzen van een zondebok.

Na zes studies in een experimentele setting (vergelijkbaar met zoals hierboven beschreven), kiezen de onderzoekers twee video's uit voor een herhaling van de test in een natuurlijke setting, op

YouTube. Circa 11.000 YouTube-gebruikers zien een van de inentingsvideo's als YouTube ad (als testgroep) en circa 11.000 YouTube-gebruikers zien een neutrale video als YouTube ad (testgroep), terwijl ze het platform gebruiken.

Binnen 24 uur na het zien van deze video's werden binnen de YouTube-omgeving drie verschillende testvragen uitgezet: vragen naar herkenning van manipulatieve technieken in een aantal koppen van artikelen. Het aantal correcte antwoorden bleek hoger na het zien van de betreffende inentingsvideo. De onderzoekers concluderen dan ook dat een dergelijke aanpak ook buiten een experiment-setting lijkt te werken, met in ieder geval positief resultaat op korte termijn. Of de effecten aanhouden is niet te zeggen op basis van deze opzet, zoals de onderzoekers zelf ook concluderen.

Er zijn bij interventies (of campagnes) gericht op weerbaarheid tegen misinformatie wel aandachtspunten. Zie ook de volgende paragraaf 3.4 en 3.5.

3.5 Waarschuwing: negatieve bijwerkingen van aandacht voor misinformatie

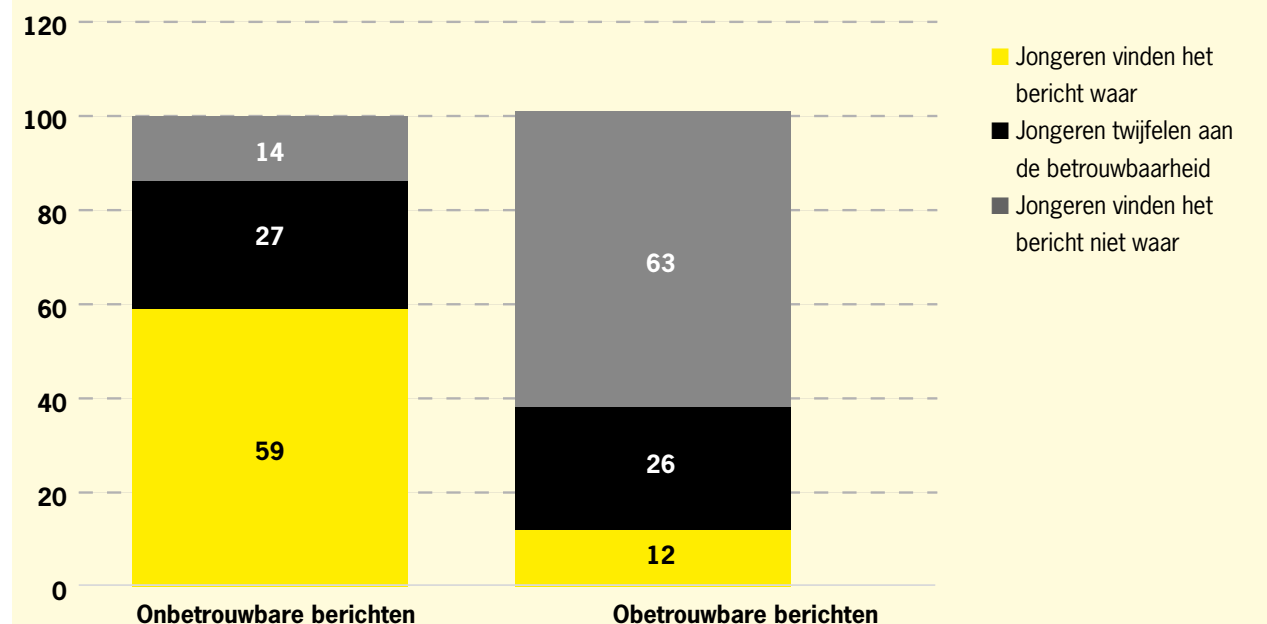
De laatste jaren is de aandacht voor misinformatie en nepnieuws niet alleen in de wetenschap, maar ook in de media toegenomen. Begrijpelijk, want voor een goed functionerende democratie is het belangrijk dat mensen zich baseren op betrouwbare informatie en vermoedens van misinformatie leiden tot zorgen.

De negativiteitsbias die het nieuws kent zorgt er echter voor dat er onevenredig veel aandacht is voor het onderwerp. De aandacht is groot, terwijl de hoeveelheid misinformatie die rondgaat en mensen daadwerkelijk bereikt beperkt zou kunnen zijn. Acerbi, Altay and Mercier (2022) komen tot deze conclusie nadat zij de beschikbare onderzoeken over 2016 en 2021 op een rij hebben gezet. Ze constateren dat het aandeel misinformatie in het online nieuwsdieet in deze studies varieert in de onderzoeksperioden tussen 0.7 en 6 procent in de VS, tussen 4 en 6 procent in Frankrijk en rond 1 procent in Duitsland.

Figuur 6: Screenshots uit de emotionele taalgebruik- video



Figuur 7: Inschatting juistheid van onbetrouwbare en betrouwbare berichten. Nieuwsbarometer 2025, p. 53.



Deze vermoedelijk scheve verhouding roept vragen op of al die aandacht voor nepnieuws en misinformatie het vertrouwen in betrouwbaar nieuws zou kunnen ondermijnen. Deze zorgen blijken niet geheel onterecht.

In de grootschalig opgezette Vlaamse Nieuwsbarometer (2025)¹⁶ worden de deelnemende jongeren (12 t/m 26 jaar) onderworpen aan een nepnieuwstest. Hierbij wordt geconstateerd dat veel jongeren twifelen aan de betrouwbaarheid van voorgelegde socialemediaberichten met onjuiste informatie uit niet betrouwbare bronnen, zoals influencers. Echter, de test laat ook zien dat evenveel jongeren twifelen over de betrouwbaarheid bij de juiste socialemediaberichten vanuit betrouwbare journalistieke bronnen of wetenschap.

In verschillende andere studies worden onbedoelde neveneffecten gevonden van interventies die tot doel hebben mensen kritisch te laten zijn tegenover onjuiste informatie of onbetrouwbare bronnen. Naast gewenst resultaat, leidt het in een aantal gevallen ook tot een meer sceptische houding ten aanzien van informatie uit journalistieke bronnen of informatie in het algemeen (Van der Meer et al. (2023), Rathenau Instituut (2025), WRR 2024b)).

Van der Meer et al (2023) constateren in hun Amerikaanse onderzoek dat negatieve *spill* over effecten niet bij alle typen interventieboodschappen voorkomen. Het spill over effect trad wel op na het zien van een meer algemene waarschuwing tegen misinformatie¹⁷, maar bleef uit na het laten zien van een gerichte factcheck.

Het is belangrijk dat bij het ontwikkelen van aanpakken die gericht zijn op beter omgaan met misinformatie aandacht is voor eventuele negatieve bijeffecten zoals algemeen wantrouwen of scepsis. Dit moet natuurlijk worden voorkomen.



3.6 Bevorderen van vertrouwen versus weerbaar maken tegen misinformatie

Welke aanpak zou nu uiteindelijk het meest effectief zijn op maatschappelijk niveau? Een focus op weerbaarheid tegen misinformatie of een aanpak waarin bevordering van vertrouwen in betrouwbare informatie centraal staat?

Wetenschappers Acerbi, Altay en Mercier ontwikkelden een simulatiemodel om de vraag te beantwoorden of we, gegeven de beperkte resources, onze pijlen zouden moeten richten op het bestrijden van de verspreiding van misinformatie of op het bevorderen van de acceptatie van betrouwbare informatie (2022).

Het relatief eenvoudige model houdt (heel simpel gezegd) rekening met het aandeel waarin misinformatie voorkomt enerzijds en de neiging van mensen om misinformatie of betrouwbare informatie te accepteren als ze dit tegenkomen. Het model schat vervolgens een globale informatiekwaliteitsscore. De onderzoekers laten het model vervolgens los op verschillende scenario's waarin het aandeel misinformatie varieert en niveaus van acceptatie voor onbetrouwbare en

betrouwbare informatie variëren en ze vergelijken de informatiescores die de scenario's opleveren. Ze concluderen dat volgens dit model het verbeteren van de acceptatie van betrouwbare informatie meer effect heeft op de algemene informatiekwaliteit dan een focus op misinformatie (bestrijding ervan en weerbaar maken).

Natuurlijk is ook dit model een sterk vereenvoudigde weergave van de werkelijkheid en zijn er nog veel verfijningen mogelijk, waar deze wetenschappers ook suggesties voor doen. De scenario's die gebruikt zijn voor de publicatie zijn bovendien meer gebaseerd op de Amerikaanse situatie, waar het aandeel misinformatie hoger ligt dan in veel Europese landen als UK en Duitsland. Echter, de modelaanpak is ook sterk door zijn eenvoud en maakt de waarde van betrouwbare informatie en de acceptatie daarvan in brede zin ook tastbaar. Juist in landen zoals UK, Duitsland en Nederland levert bevorderen van acceptatie voor betrouwbare informatie nog meer op dan een focus op weerbaar maken tegen misinformatie, waarbij dat laatste ook nog risico's op negatieve bij-effecten met zich meebrengt.

¹⁶ Voor een uitgebreidere beschrijving van de Nieuwsbarometer zie hoofdstuk 4

¹⁷ De algemene nieuwswijsheidsboodschap bestond uit de volgende tekst die werd getoond: "Yet, despite the fact that misinformation can have severe consequences, the percentage of people exposed to false or misleading information is relatively small"

¹⁸ De informatiescore wordt berekend als het verschil tussen het aandeel geaccepteerde betrouwbare informatie enerzijds en het aandeel geaccepteerde onbetrouwbare informatie anderzijds.

4. (Onderzoek naar)

nieuwsgebruik en nieuws- wijsheid in Nederland

Een van de vragen die centraal staat in dit rapport is wat we weten over onderzoek naar de nieuwswijsheid of weerbaarheid tegen misinformatie in Nederland. We kunnen hierover kort zijn. In Nederland wordt momenteel geen specifiek onderzoek gedaan naar nieuwswijsheid op structurele en grote schaal.

Dat is in België anders, waar Arteveldehogeschool tweejaarlijks de Nieuwsbarometer publiceert – een onderzoek onder 12 tot en met 26 jarigen. In Nederland wordt door een aantal organisaties wel onderzoek gedaan naar nieuwsgebruik, nieuwsinteresse en vertrouwen in nieuws, waarin bepaalde aspecten van nieuwswijsheid of de vrees voor foutieve en misleidende informatie terugkomen. In dit kader zijn rapporten van het Commissariaat voor de Media (het Commissariaat of CvdM) relevant voor dit rapport.

Hogeschool Windesheim doet eveneens structureel onderzoek naar nieuwsgebruik onder jongeren met haar Monitor Nieuws en Jongeren. De laatste volledige rapportage dateert uit 2021 en bevat geen specifieke vragen naar nieuwswijsheid. De rapportage over 2024 is nog niet afgerond, maar uit navraag blijkt dat er geen vragen over media- of nieuwswijsheid zijn gesteld in deze meest recente editie.

Daarnaast is er nog een aantal andere rapportages die vooral het vertrouwen in media, overheid of andere instituten centraal stellen, maar niet specifiek nieuwswijsheid of zorgen rond mis- of desinformatie adresseren.

4.1 Commissariaat voor de Media: relevante bevindingen

Het Commissariaat voor de Media publiceert jaarlijks rapportages als de Mediamonitor en het Digital News Report Nederland (DNR)¹⁹ en doet ook regelmatig verdiepend onderzoek naar relevante onderwerpen. Vooral het DNR geeft veel informatie over nieuwsgebruik door verschillende leeftijdsgroepen. Op 17 juni 2025 verscheen de meest recente versie, waarin het Commissariaat concludeert dat het met het nieuwsgebruik in Nederland niet goed gaat. Over de hele linie daalt de nieuwsinteresse, het vertrouwen in het nieuws en het nieuwsgebruik. Het belang van zoekmachines en sociale media in het nieuwsgebruik neemt toe, waardoor steeds minder Nederlanders hun nieuws rechtstreeks bij de Nederlandse nieuwsmerken halen. Dit speelt met name onder jonge nieuwsgebruikers tot 35 jaar. In 2025 hebben de onderzoekers ook een cohortanalyse uitgevoerd die bovendien laat zien dat het nieuwsgebruik onder jongeren niet verbreedt als ze ouder worden. Jongeren vinden niet automatisch hun weg naar het traditionele journalistieke aanbod.

In 2024 heeft het Commissariaat een apart onderzoek uitgevoerd onder jongeren naar hun nieuwsgebruik en de rol die sociale media daarbij spelen (Jongeren, nieuws en sociale media: een blik op de toekomst van het nieuws, 2024). Hieruit bleek dat bijna 80% van de 16 tot 25 jarigen via sociale media op de hoogte blijft van wat er speelt in de wereld. De traditionele nieuwsmerken

¹⁹ Voor het DNR werkt het Commissariaat samen met Reuters, die voor het Digital News Report al meer dan 15 jaar data verzamelt in circa 48 landen. Het Commissariaat analyseert de Nederlandse gegevens en brengt hierover een eigen rapport uit.



die actief zijn op sociale media richten zich daar nauwelijks op jongeren, vanwege praktische en economische redenen.²⁰ NOS Stories heeft hier wel een grote volgersschare opgebouwd, waardoor veel jongeren door de NOS wél worden bereikt. Maar de zichtbaarheid van andere journalistieke merken is veel minder groot onder jongeren. Andere niet-journalistieke bronnen zoals C'est Moco zijn hier veel actiever en bereiken wel een groot publiek.

Echter, ondanks dat jongeren onder de 35 jaar vaker online zijn en nieuws van sociale media halen, maken zij zich minder zorgen over foutieve en misleidende informatie dan mensen ouder dan 35 jaar. Uit het DNR 2025 blijkt dat online influencers en activisten, buitenlandse regeringen en politici volgens zowel 18 tot 34 jarigen als anderen een groot gevaar vormen

voor het verspreiden van foute en misleidende informatie. Jongeren vinden online influencers minder vaak een gevaar (45 procent tegenover 58 procent) en journalisten daarentegen juist vaker een gevaar hiervoor (26 procent versus 17 procent) dan anderen. Het Commissariaat pleit in haar meest recente rapporten steeds luider voor aandacht voor nieuwswijsheid. Een goed geïnformeerde burger is essentieel voor een goed functionerende democratie en dat betekent dat burgers ook hun eigen verantwoordelijkheid moeten nemen. Onderwijs in nieuwswijsheid is belangrijk en moet stimuleren dat mensen zoeken naar betrouwbaar nieuws, niet langer genoeg nemen met 'nieuws dat hen vindt' via sociale media, maar ook journalistiek actief opzoeken en op waarde schatten.

Tabel 6: Tabel uit Digital News Report Nederland 2025 p. 37

	Totaal	18-34	35+	Links	Centrum	Rechts
Nieuwsmedia en journalisten	20	26	17	20	18	29
Beroemdheden (zoals zangers. acteurs. topsporters)	33	32	33	38	33	33
Online influencers/ persoonlijkheden	54	45	58	64	58	52
Gewone mensen	22	27	20	30	23	17
Buitenlandse regeringen. politici of politieke partijen in andere landen	43	37	46	51	46	44
Politici of politieke partijen in mijn land	34	34	33	44	33	36
Activisten of actiegroepen	46	31	52	27	51	59
Anders	2	1	2	4	1	1
Geen van deze	3	5	3	3	2	3
Weet ik niet	11	9	12	7	8	6

Vraag: QJake_sources_new. Als u denkt aan het verspreiden van foute en misleidende informatie in het algemeen. Welke van onderstaande actoren vormen dan volgens u momenteel een groot gevaar? Selecteer alle antwoorden die van toepassing zijn. Alle respondenten

4.2 Vlaamse Nieuwsbarometer

In België wordt sinds 2022 wel structureel aandacht besteed aan de nieuwswijsheid van Vlaamse jongeren. Met verschillende onderzoeken en andere initiatieven, die worden uitgevoerd als onderdeel van van het praktijkwetenschappelijke onderwijsprogramma (PWO) Jeugd en Desinformatie van het expertisenetwerk Communicatie, Media en Design. Het PWO Jeugd en Desinformatie bestaat uit vier onderzoekslijnen:

- Nieuwsgebruik en attitudes,
- Kritisch omgaan met informatie,
- Pre- en debunking en
- Vertrouwen in de journalistiek

Opzet en bevindingen Nieuwsbarometer 2025
Het meest recente rapport van Arteveldehogeschool is dat van de Nieuwsbarometer: een onderzoek onder 12 tot 26 jarigen, met doel een vinger aan de pols houden rond jongeren en hun nieuwsgebruik, houding en verwachtingen ten aanzien van nieuws, met expliciete aandacht voor foute en misleidende informatie. In de Nieuwsbarometer wordt vanaf het begin ook expliciet aandacht besteed aan het meten van nieuwswijsheid onder de Belgische jongeren,

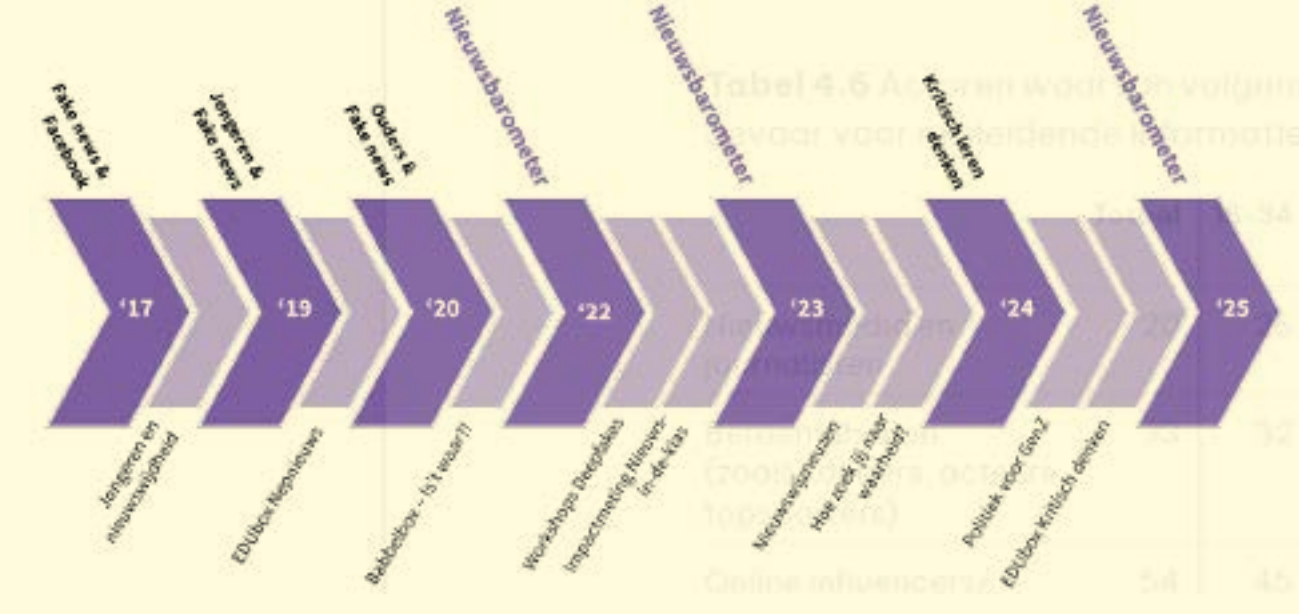
waarvoor een nieuwskennistest is ontwikkeld door de onderzoekers.

De Nieuwsbarometer wordt inmiddels iedere twee jaar uitgevoerd, met 2025 als meest recente editie. In 2025 is ervoor gekozen om nog meer in te zoomen op het nieuwsgebruik via sociale media, dat ook in België de dominante vorm van nieuwsgebruik is voor jongeren.

In 2025 deden er maar liefst 3.433 jongeren mee aan het vragenlijstonderzoek en is dit aangevuld met een kwalitatief onderzoek waarvoor klassengesprekken zijn gevoerd met 28 klassen op 7 scholen.

Resultaten algemeen
Uit de resultaten blijkt dat de Vlaamse jongeren in grote lijnen op Nederlandse jongeren lijken als het aankomt op het gebruik en de omgang met nieuwsmedia: ook veel sociale media voor nieuws, met Instagram en TikTok als belangrijkste platformen. Ook de behoeften van jongeren liggen in lijn met bevindingen uit Nederlandse onderzoeken: nieuws moet je vooral wijzer maken en verschillende perspectieven bieden op de actualiteit, en persoonlijke relevantie is belangrijk om interesse voor nieuws te wekken.

Figuur 8: Onderzoek Arteveldehogeschool naar jongeren en desinformatie



²⁰ Overigens richten ze zich ook in hun andere uitingvormen niet op jongeren.

Sociale media zijn de voornaamste nieuwsbron van jongeren en het nieuws komt hier in een voortdurende stroom van content voorbij. Vlaamse jongeren blijken het in de praktijk niet altijd gemakkelijk te vinden om betrouwbare informatie te herkennen op sociale media. Het moeilijkst is dat op TikTok, terwijl dit platform wel de meeste gebruikers kent onder de jongeren (Nieuwsbarometer, 2025).

In het Vlaamse onderzoek worden de jongeren onderworpen aan een nepnieuwstest en een kennistest. Beide worden hierna toegelicht.

Nepnieuwstest

Voor de nepnieuwstest worden acht TikTokvideo’s, één Instagrampost en één Facebookpost gemaakt: vijf waar (vier van nieuwsorganisaties, één gezondheidsorganisatie) en vijf niet waar (vier vanuit socialemediafiguren, één van een criminele organisatie). De onderwerpen hadden een focus op gezondheids(des-)informatie, omdat dit ook berichten zijn die jongeren veel tegenkomen op hun feeds. De berichten waren in de afgelopen maanden verschenen en breed gedeeld op sociale media. De onbetrouwbare berichten waren ook in het nieuws geweest met factchecks. Hoewel de vragenlijstsetting niet geheel natuurlijk was, geven de antwoorden wel een beeld van het inschattingsvermogen van de jongeren.

Bij de onbetrouwbare berichten vindt 59 procent van de Vlaamse jongeren dat het bericht niet waar is. 27 procent twijfelt aan de betrouwbaarheid en 14 procent vindt het bericht waar. Twijfel is in dit geval wenselijk gedrag.

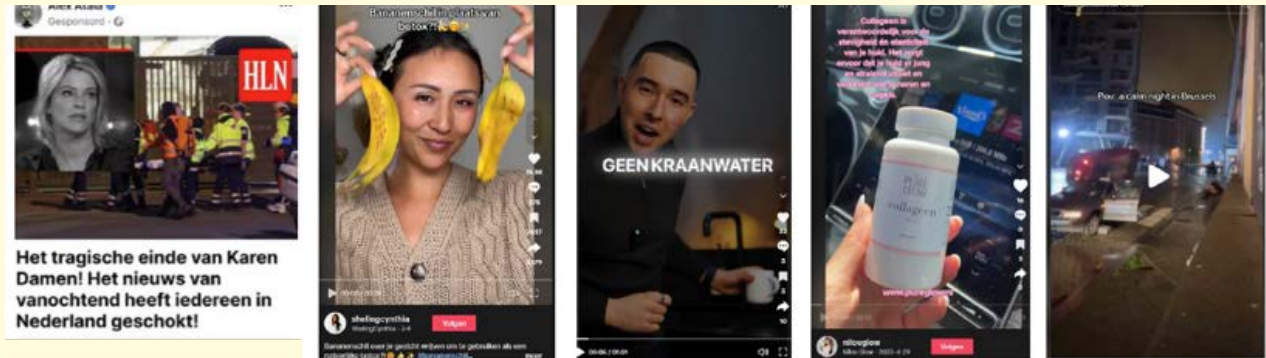
Bij de betrouwbare berichten vindt 63 procent van de jongeren de berichten waar, tegenover 12 procent niet waar. Dus ook bij betrouwbare informatie uit bekende en betrouwbare bronnen twijfelt 26 procent van de jongeren aan de berichten. De onderzoekers concluderen dat er sprake is van een *spill over effect* (Van der Meer et al. 2023).

Na de nepnieuwstest werd de jongeren gevraagd om aan te geven op welke manier zij de betrouwbaarheid van de berichten hadden ingeschat, waarbij er 12 verificatiestrategieën werden aangeboden. Het meest gebruikt wordt inschatting aan de hand van de auteur en of de inhoud realistisch overkomt. ‘Buikgevoel’ werd ook relatief vaak genoemd (top vier antwoord). Hoe meer strategieën werden gebruikt, hoe beter de score op de nepnieuwstest. De meeste jongeren (42%) gebruiken 4 tot 6 strategieën, waarbij buikgevoel, eigen mening en lengte of duur niet werden meegerekend.

Uit het kwalitatieve onderzoek kwam nog naar voren dat jongeren veel berichten helemaal niet verifiëren, oftewel kritisch negeren (Kozyreva et al, 2023) als het niet persoonlijk relevant is.

In België zetten sommige nieuwsmerken factchecks op sociale media. Ongeveer een derde van de Vlaamse jongeren tussen 12 en 26 ziet deze meerdere keren per maand wel voorbij komen. Onder tieners (12-14 jaar) ligt dit aandeel lager (21 procent).

Figuur 9: Screenshots opiniestuk



Tabel 7: Overzicht gestelde vragen in de nieuwskennistest (Nieuwsbarometer, 2025, p. 70)²¹

	Domein	Antwoordopties	% Correct
Consumptie	Als een nieuwsartikel veel likes heeft op sociale media dan betekent het dat: Welke van onderstaande titels is het meest neutraal?	a) Het belangrijk is; b) Het gesponsord is; c) Het veel mensen aanspreekt; d) Het betrouwbaar is, e) Ik weet het niet	87%
		a) Alarm over sociale media-epidemie onder jongeren; b) Bij 11 procent jongeren is gebruik sociale media problematisch; c) 1 op de 10 jongeren is slaaf van sociale media; d) Gevaarlijk socialemediagebruik treft miljoenen jongeren; e) Ik weet het niet	43%
Content	Wat is het belangrijkste doel van een titel bij nieuwsartikels of bij posts van nieuwsmedia? Welke functie heeft dit artikel? (zie screenshot opiniestuk)	a) Een quote geven; b) De aandacht trekken zodat je het artikel zal lezen of de video zal bekijken; c) De mening van de journalist verkondigen; d) Een samenvatting geven van het artikel of van de video; e) Ik weet het niet	70%
		a) Informerende functie; b) Entertainende functie; c) Onderzoeksfunctie; d) Commentaarfunctie; e) Ik weet het niet	50%
Circulatie	Op apps zoals TikTok en Instagram ziet iedereen...	a) Alleen nieuws van nieuwsorganisaties die ze volgen; b) Geen nieuws behalve als mensen het zoeken; c) Hetzelfde nieuws; d) Verschillend nieuws; e) Ik weet het niet	69%
	Wie of wat bepaalt welke nieuwsberichten iemand op Instagram ziet?	a) Jijzelf, door wat je volgt; b) Journalisten en editors die werken bij nieuwsorganisaties; c) Algoritmes: computeranalyses van welke verhalen jij misschien interessant vindt; d) Journalisten en editors die werken voor Instagram; e) Ik weet het niet	64%
Context	Waarom wordt er in VTM-programma's vaak verwezen naar de site of app van HLN?	a) Omdat HLN geld betaalt aan VTM om reclame voor hen te maken; b) Omdat HLN tot hetzelfde bedrijf behoort als VTM en ze dus reclame maken voor elkaar; c) Omdat HLN het bekendste nieuwsmerk is in Vlaanderen; d) Omdat de kwaliteit van het nieuws van HLN zo hoog is; e) Ik weet het niet	60%
	Waarom zijn nieuwsmedia zoals HLN actief op TikTok en Instagram?	a) Ze krijgen van TikTok en Instagram een bepaald bedrag per video; b) Ze hopen dat je hen op die manier leert kennen en je ook hun site of app zal gebruiken; c) Ze moeten van de regering; d) Ze weten uit onderzoek dat mensen informatie beter onthouden uit video's op sociale media; e) Ik weet het niet	58%
Creatie	Wat doet een journalist niet?	a) Nieuws begrijpbaar maken; b) Zelf kranten verkopen; c) Kiezen welke informatie in het nieuws komt en welke niet; d) Mensen een mening laten vormen; e) Ik weet het niet	66%
	Wat is het grootste verschil tussen een website zoals Google News en een app zoals HLN met betrekking tot de verslaggeving van nieuws?	a) Google vraagt meer geld voor nieuws dan HLN; b) Google focust op internationaal nieuws, terwijl HLN vooral focust op lokaal nieuws; c) Google heeft geen reporters die nieuws verzamelen. HLN heeft daarentegen wel eigen reporters; d) Google heeft meer redacteurs dan HLN; e) Ik weet het niet	49%

²¹ Juiste antwoorden: 1c – 2b – 3d – 4b – 5c – 6b – 7b – 8d -9c – 10b

Kennistest

De Vlaamse kennistestvragen zijn gebaseerd op de kennistest van Vraga et al. (2021), waarvoor de 5 C's (Context, Createie, Content, Circulatie of verspreiding en Consumptie) zijn vertaald naar de Vlaamse situatie (zie ook Hoofdstuk 2 van dit rapport). De oorspronkelijke lijst bestaat uit 15 items, die zijn vertaald naar 10 items, waarvan er weer willekeurig 5 zijn voorgelegd aan iedere respondent.

De Vlaamse jongeren hadden gemiddeld 3 van de 5 vragen goed. De scores gaan omhoog met de leeftijd. Mogelijk dankzij aandacht in het onderwijs, maar wellicht speelt interesse en ervaring ook een rol. De onderzoekers signaleren wel een verschil tussen studenten en hoger opgeleiden enerzijds en anders geschoolden anderzijds. De eerste groep scoort beduidend hoger dan de tweede²².

4.3 DichterbijNieuws: nieuwswijsheid in de klas

Er wordt nog niet veel onderzoek gedaan naar hoe op scholen wordt omgegaan met nieuwswijsheid. Maar, gezien het belang van nieuwswijsheid onder jongeren en het gegeven dat school een goede plek zou zijn om de kennis en vaardigheden te leren, werd dit in het kader van DichterBijNieuws opgepakt met twee deelstudies: met een vragenlijstonderzoek onder een brede groep leraren (n=166) en onder VMBO-leerlingen die deelnamen aan het deelproject 'Journalist in de les' in het najaar van 2024 (n=30). De belangrijkste resultaten worden hieronder weergegeven in de gepubliceerde factsheet. Deze onderzoeken zijn nu wellicht nog wat kleinschalig in opzet, maar geven mogelijk een startpunt voor een meer structurele aanpak.



²² Hier zou leeftijd mogelijk ook een rol kunnen spelen. Dit wordt in het rapport echter niet verder verduidelijkt.

²³ DichterbijNieuws (2025). Nieuwswijsheid in de klas: Wat leraren én jongeren in het voortgezet onderwijs doen, denken en nodig hebben.

FACTSHEET NIEUWSWIJSHEID IN DE KLAS



Wat leraren én jongeren in het voortgezet onderwijs doen, denken en nodig hebben

Wat gaat goed?

- Leraren zijn actieve nieuwsvolgers.** Leraren consumeren dagelijks nieuws via verschillende kanalen en zijn zeer betrokken bij wat er speelt.
- Leraren hebben een goede basiskennis.** Leraren met meer kennis vinden het leuker, nuttiger en belangrijker om les te geven over nieuws(wijsheid) en journalistiek.
- Leraren hebben vertrouwen in hun eigen nieuwswijsheid.** Dat biedt een sterk uitgangspunt om dit ook in de klas over te brengen.
- Leraren hechten grote waarde aan nieuwswijsheid.** Leraren vinden het cruciaal om kritisch te leren omgaan met nieuws.
- Leraren zien het vergroten van nieuwswijsheid bij leerlingen als onderdeel van hun taak.** Ze willen graag bijdragen aan het nieuwswijzer maken van leerlingen, al voelen ze zich niet altijd bekwaam.

Welke kansen liggen er?

- Behoeft aan lesmethode en samenwerking met journalistiek.** Leraren vragen om concrete lesmaterialen en ondersteuning – mits die aansluiten bij de leefwereld van hun leerlingen. Dit biedt kansen voor samenwerking.
- Nieuwsorganisaties als partner – als ze onafhankelijk zijn.** Leraren zien een rol voor nieuwsmedia in lesontwikkeling en content, maar maken zich zorgen over commerciële belangen en partijdigheid.
- Grote motivatie, maar weinig ruimte.** Leraren missen tijd, middelen en plek in het curriculum om nieuwswijsheid goed te behandelen – terwijl ze wél gemotiveerd zijn.
- Journalisten in de klas helpt.** Na een gastles waarderen leerlingen het werk van journalisten meer, en groeit hun vertrouwen in de journalistiek.
- Leerlingen blijken meer geïnteresseerd dan gedacht.** Leraren verwachten weinig betrokkenheid, maar observaties laten juist wél interesse zien.

Advies vanuit Netwerk Mediawijsheid

- **Laat journalisten het verhaal zelf vertellen.** Als journalisten hun werk en keuzes uitleggen, ontstaat er nieuwsgierigheid bij leerlingen én meer begrip voor het vak.
- **Herken en erken de andere nieuwsrealiteit van jongeren.** Leerlingen volgen nieuws anders: via influencers, memes en korte video's. Sluit hierop aan in het lesmateriaal.
- **Versterk de leraar als gids in een complexe nieuwswereld.** Leraren willen wel, maar missen vaak scholing en materialen. Help hen met laagdrempelige trainingen, concrete lessen én structurele inbedding in het curriculum.

Scan de qr-code en download hier de toolkit!



5. Kennishiaten en vervolgonderzoek

De literatuurstudie naar de stand van het onderzoek in wetenschap en praktijk laat zien dat nieuwswijsheid in het algemeen, en nieuwswijsheid in de context van weerbaarheid tegen misinformatie in het bijzonder ook een groeiende belangstelling onder wetenschappers heeft gekend.

Een eerste scan van beschikbaar onderzoek en literatuur over nieuwswijsheid leidt al snel tot een overzicht van meer dan 130 (wetenschappelijke) vrij recente publicaties die bruikbaar zijn gebleken voor deze literatuurstudie. Het algemene beeld dat deze publicaties oplevert is dat het nog een werkgebied is dat nog sterk in ontwikkeling is en waar ook Nederlandse onderzoekers een substantiële bijdrage aan leveren.

De gesprekken met wetenschappers en analyse van artikelen en rapporten samen leiden tot een aantal conclusies (paragraaf 5.1.) over de stand van zaken op het gebied van (onderzoek naar) nieuwswijsheid. In de paragraaf 5.2 worden deze vervolgens vertaald naar aanbevelingen voor praktijk en onderzoek.

5.1 Conclusies

1. Gebrek aan eenduidige definitie en invulling van nieuwswijsheid belemmert vooruitgang.

Er is overeenstemming over waar nieuwswijsheid in grote lijnen over moet gaan, maar een scherpe definitie ontbreekt. Dit belemmert het ontwikkelen van effectieve programma's of interventies en het meten van de effectiviteit ervan en de invloed van nieuwswijsheid op nieuwsgebruik, vertrouwen en interesse.

Bovendien is de gangbare invulling van de definitie van nieuwswijsheid, die draait om *kennis en vaardigheden* gericht op het begrijpen en beheersen van de processen waarmee nieuws wordt geproduceerd, verspreid en geconsumeerd, te beperkt.

Zij sluit niet aan bij de context van het hedendaagse nieuwsgebruik, de beleavingswereld van jongere doelgroepen en legt weinig nadruk op de rol en functie van nieuws en journalistiek en het belang ervan voor het goed functioneren van een democratie.

2. Over nieuwswijsheid beschikken is niet genoeg. Er is in wetenschap en praktijk meer aandacht nodig voor toepassen van nieuwswijs gedrag in de context van het nieuwsgebruik, juist op sociale media.

Het meeste onderzoek wordt gedaan naar nieuwswijsheid in termen van kennis. Vaardigheden zijn veel minder uitgewerkt en ook veel lastiger te onderzoeken. Het beschikken over kennis en inschatten dat we iets kunnen, garandeert niet dat we dit ook toepassen in ons dagelijkse mediagebruik. Over toepassing van nieuwswijs gedrag in de praktijk is weinig bekend.

Ook lijkt een basis in theorie te ontbreken. De modellen die we tegenkomen in de publicaties lijkt uit te gaan van rationeel (gepland) gedrag, maar dit veronderstelt dat nieuwsconsumptie of nieuwswijs gedrag een bewuste handeling is, gemotiveerd. Dit staat echter haaks op de manier waarop veel mensen nieuwsberichten tegenkomen in het dagelijks leven, zoals via sociale media. Waar nieuws in een flits tussen andere content voorbijkomt.

3. Veel onderzoeken beperken zich tot korte termijn-effecten van interventies en onderzoek in experimentele settings. Inzicht in duurzaamheid van de effecten van nieuwswijsheidsinterventies of -programma's ontbreekt.

Veel wetenschappelijke onderzoeken zijn gericht op het meten van effectiviteit van interventies op korte termijn na een enkele gedwongen blootstelling aan interventieboodschappen. Hoewel een dergelijke experimentele opzet het mogelijk maakt om bepaalde effecten te isoleren, zijn de bevindingen

niet goed generaliseerbaar naar mediagedrag zoals dat in de praktijk plaatsvindt. Interventies laten vaak wel een korte termijn-effect zien, maar of dit effect ook duurzaam is wordt zelden gemeten. Uit meta-analyses over publicaties, blijkt dat langlopende (met meerdere contactmomenten), interactieve en doelgroepgerichte programma's meer effect hebben op mediawijsheid.

4. Er is geen structureel onderzoek naar nieuwswijsheid in Nederland. Hierdoor ontbreekt inzicht in ontwikkelingen in nieuwswijsheid en effectiviteit van onderwijsprogramma's of andere interventies.

In Nederland wordt geen structureel onderzoek gedaan naar nieuwswijsheid, in tegenstelling tot in België. Er is weinig bekend over hoe de Nederlandse bevolking ervoor staat op het gebied van nieuwswijsheid en of bepaalde groepen bijvoorbeeld achterblijven in kennis en vaardigheden en extra aandacht behoeven. Structureel onderzoek maakt het mogelijk ontwikkeling te volgen, effectiviteit van interventieprogramma's te evalueren en risico's te signaleren. Met terugkerende metingen en rapportages komt er ook meer aandacht voor het onderwerp nieuwswijsheid bij alle stakeholders.

5. Pas op bij aandacht voor misinformatie of nepnieuws: voorkom ondermijning van vertrouwen in betrouwbaar nieuws

Misinformatie en manipulatie kunnen zorgen voor grote problemen in de samenleving. Echter is (te veel) aandacht voor nepnieuws en misinformatie in de media niet zonder risico. Factchecken en debunken zijn effectief in het weerleggen van misinformatie. Meer algemene waarschuwingen hiertegen kunnen echter leiden tot meer scepsis, ook tegenover betrouwbare journalistiek. Bovendien levert het bevorderen van het vertrouwen in betrouwbare informatie meer op dan het focussen op weerstand tegen misinformatie. Zeker in landen als Nederland waar het aandeel misinformatie relatief klein lijkt.

6. Hoe journalisten en nieuwsmedia zelf kunnen bijdragen aan het nieuwswijzer maken van het publiek is nog onderbelicht.

In de journalistieke praktijk gaat de aandacht momenteel vooral nog uit naar hoe journalisten en nieuwsmedia zelf kunnen bijdragen aan vertrouwen in het nieuws: door transparant te zijn over keuzes, bronnen en onzekerheden, en door bewust te vermijden dat berichtgeving leidt tot onrealistische risicopercepties of angst. Maar hoe journalisten zelf kunnen dragen aan het nieuwswijzer maken van het publiek wordt nog weinig besproken.

5.2 Aanbevelingen voor vervolgonderzoek

De bevindingen en conclusies pleiten voor een structurele aanpak voor het bevorderen van nieuwswijsheid en het doen van onderzoek naar nieuwswijsheid, liefst in combinatie met metingen van nieuwsgebruik, vertrouwen en interesse in het nieuws.

Belangrijk is om tot een scherpere, en meer bruikbare definitie van nieuwswijsheid te komen, zodat duidelijk wordt wat onder nieuwswijs zijn en nieuwswijs gedrag verstaan wordt en waarom nieuws en journalistiek belangrijk zijn voor onze maatschappij. Dit geeft richting aan de ontwikkeling van programma's en de evaluatie van de effectiviteit hiervan.

Hoe nu verder met onderzoek in Nederland?

Voor wat betreft deze vraag ligt het veld eigenlijk nog zo goed als open. In Nederland wordt momenteel geen kwantitatief onderzoek gedaan naar nieuwswijsheid. De wetenschappers die we spraken, werken natuurlijk aan hun projecten, maar voor zover bekend staat er (slechts) één project met specifieke focus op nieuwswijsheid op het programma.

In Groningen werken wetenschappers en lokale omroepen de komende vier jaar samen aan een onderzoeksproject naar nieuwswijsheid onder MBO Jongeren (zie ook kader). Joëlle Swart, die we

Figuur 10: Screenshots opiniestuk

NRO-subsidie voor onderzoeksproject naar nieuwswijsheid van Groninger mbo-jongeren

04 april 2025

Nieuwswijsheid is cruciaal voor burgerschap en democratische participatie van jongeren. Toch besteedt het onderwijs nog maar beperkt aandacht aan het leren herkennen, beoordelen en bediscussiëren van nieuws, met name in het mbo.

Universitair docent [dr. Joëlle Swart](#) en bijzonder hoogleraar Lokale Publieke Omroep [prof. dr. Yael de Haan](#), beide verbonden aan het Centre for Media and Journalism Studies, ontvangen een onderzoekssubsidie van het Nationaal Regieorgaan Onderwijsonderzoek (NRO) om de komende vier jaar samen met Noorderpoort en Groninger omroepen OOG en RTV1 onderzoek te doen naar de nieuwswijsheid en veranderende nieuwsgewoonten van Groningse mbo-jongeren.



Dr. Joëlle Swart

prof. dr. Yael de Haan

spraken in het kader van dit project, is hier nauw bij betrokken (zie figuur 10 hiernaast).

Natuurlijk zijn er lopende activiteiten in het kader van het project DichterBijNieuws en lopen de activiteiten rondom Nieuws in de Klas (NDP Nieuwsmedia) door. Echter, daar zijn geen onderzoeken omheen gedaan en voor zover we nu weten zijn daar geen studies omheen gepland.

“Er bestaan best wel veel online programma's die iets proberen te doen met nieuwswijsheid, nepnieuws, kritisch ermee omgaan. Maar die worden meestal niet onderzocht in hoeverre dat ook iets doet.”

Sanne Tamboer

Wat onderzoek naar nieuwswijsheid in Nederland betreft zijn er dan ook veel vragen relevant. Hieronder een kort overzicht van de meest in het oog springende vragen, die onderdeel kunnen zijn van vervolgonderzoek:

Hoe nieuwswijs is Nederland? Welke groepen behoeven specifieke aandacht?

Een goed begin zou kunnen zijn nieuwswijsheid van Nederlanders in kaart te brengen, liefst in relatie tot nieuwsgebruik, interesse en vertrouwen in het nieuws en in vergelijking met gebruik van andere informatiebronnen.

Een structureel onderzoek naar nieuwsgebruik, -vertrouwen én nieuwswijsheid onder jongeren of een bredere steekproef ontbreekt in Nederland, maar kan veel toegevoegde waarde hebben. Met jaarlijkse of tweejaarlijkse vervolgmetingen en rapportages kunnen de ontwikkelingen worden gevolgd en aandachtsgebieden worden geïdentificeerd.

De Vlaamse Nieuwsbarometer laat zien dat de media veel aandacht geven aan de bevindingen, die hierdoor ook gezien worden door beleidsmakers en andere stakeholders en leiden tot publieke debatten.

In hoeverre komt nieuwswijsheid aan bod op scholen?

Inventariseer op welke manier nieuwswijsheid op scholen aandacht krijgt en welke programma's daarbij gebruikt worden. Een kwalitatief onderzoek met diepte-interviews met een aantal docenten op verschillende scholen kan de diversiteit in aanpak in de praktijk in kaart brengen. Vervolgens kan kwantitatief onderzoek tonen welke aanpak dominant is en hoe scholen hierin van elkaar verschillen.

In hoeverre zijn de bestaande programma's bekend bij scholen en in hoeverre worden ze gebruikt?

Als vervolgstap of onderdeel van het vorige kan ook de bekendheid en het gebruik van bestaande

materialen van het Netwerk Mediawijsheid, Nieuws in de Klas (NDP Nieuwsmedia) of andere organisaties onderzocht worden.

Wat zijn de ervaringen van leerkrachten, docenten en anderen die met jongeren werken over nieuwswijsheid en lessen hierover met jongeren? Welke aandachtspunten zijn hier en zijn er eventuele ondersteuningsmaatregelen nodig?

Bij lessen over nieuws en nieuwswijsheid is het belangrijk dat leerkrachten en docenten zelf goed in staat zijn om de lessen te geven. De programma's die zij gebruiken moeten goed aansluiten bij de behoeften, mogelijk is er extra ondersteuning nodig.

(Hoe) worden nieuwswijze vaardigheden in de praktijk toegepast, met name op sociale media?

Om een vraag als deze te beantwoorden zouden we idealiter meekijken met socialemediagebruikers zelf, of hun gedragsdata willen analyseren. Hierbij zou gedacht kunnen worden aan bijvoorbeeld:

- Inzet van trackingsoftware die kan bijhouden welke handelingen iemand verricht op zijn/haar mobiel waar de software actief is
- Methodes als eyetracking kunnen inzicht bieden in welke boodschapelementen de meeste aandacht krijgen en welke vervolgacties iemand neemt na het zien van misleidende informatie
- Met analyse van schermopnames is veel mogelijk, natuurlijk alleen met uitdrukkelijke instemming van deelnemers aan onderzoek. Met AI is analyse tegenwoordig weliswaar makkelijker, maar nog steeds uitdagend
- Met AI wordt analyse van data uit kwalitatief onderzoek makkelijker uit te voeren. Dit kan bijvoorbeeld worden gebruikt om beschrijvingen van eigen gedrag door respondenten te analyseren.

Wat kunnen we leren van andere expertisegebieden rond bijvoorbeeld gezondheid (ontwikkelen routines) en merkcommunicatie (bouwen aan merkvertrouwen)?

Hoe stimuleren we dat kritisch omgaan met informatie, met name op sociale media, routine wordt? Een zoekopdracht met woorden als 'nieuws/news' en 'routine' in Google Scholar, dat wetenschappelijke publicaties indexeert, levert slechts enkele hits op. Dit doet vermoeden dat er ook weinig onderzoek bestaat naar deze combinatie. Echter, op andere domeinen zijn die publicaties er wel bijvoorbeeld rond ontwikkelen van leefstijlgewoontes en het maken van gezonde keuzes.

Werken aan vertrouwen is een van de belangrijkste opdrachten voor nieuwsmedia en iets waar journalisten iedere dag aan werken. Ook hiervoor geldt dat veel organisaties en merken moeten werken aan het winnen van vertrouwen bij mensen. Mogelijk zijn hier ook weer aanknopingspunten te vinden voor journalistiek.

Literatuurlijst

Acerbi, A., Altay, S., & Mercier, H. (2022). Research note: Fighting misinformation or fighting for information? Harvard Kennedy School (HKS) Misinformation Review, 3(1).

Arteveldehogeschool (2025). Nieuwsbarometer 2025.

Asraful, A., Namhee, C. & Kyun Soo, K. (2018). The Role of News Media Literacy in Predicting News Personalization and News Engagement. Ewha Journal of Social Sciences, Vol. 34, No. 1, 2018

Basol, M., Roozenbeek, J. & Linden, S. (2020). Good news about bad news: gamified inoculation boosts confidence and cognitive immunity against fake news. J Cogn. 2020 Jan 10;3(1):2.

Brabants Dagblad 7 juli. (2017). De man achter de generatietheorie.

Commissariaat voor de Media (2025). Digital News Report Nederland 2025.

Costera Meijer, I. (2023). Working Paper: Veranderend mediagebruik door jongeren. Wetenschappelijke Raad voor Regeringsbeleid.

De Haan, Y. (2025). De lokale journalistiek in het hart van de publieke ruimte. Oratie bij de aanvaarding van het ambt van Hoogleraar Publieke Omroep aan de Rijksuniversiteit Groningen.

DichterbijNieuws (2025). Nieuwswijsheid in de klas: Wat leraren én jongeren in het voortgezet onderwijs doen, denken en nodig hebben.

Hameleers, M. (2022). Separating truth from lies: comparing the effects of news media literacy interventions and fact-checkers in response to political misinformation in the US and Netherlands. Information, Communication & Society, 25:1, 110-126.

Hobbs, R. (2010). News Literacy: What Works and What Doesn't. Paper presentation at the Association for Education in Journalism and Mass Communication (AEJMC) conference, Denver, Colorado, August 7, 2010.

Hoogendoorn, K. (2024). Working Paper: Wat is wijsheid? De reikwijdte en effectiviteit van mediawijsheidbeleid. Wetenschappelijke Raad voor Regeringsbeleid.

Jeong, S. H., Cho, H., & Hwang, Y. (2012). Media Literacy Interventions: A Meta-Analytic Review. J Commun, 62(3), 454-472.

Jones-Jang, S. M., Mortensen, T., & Liu, J. (2021). Does media literacy help identification of fake news? Information literacy helps, but other literacies don't. American behavioral scientist, 65(2), 371-388.

Kantar (2020). Mediabelevingsonderzoek.

Kozyreva, A., Lorenz-Spreen, P., Herzog, S.M. et al. (2024). Toolbox of individual-level interventions against online misinformation. Nat Hum Behav 8, 1044–1052 (2024).

Lewandowsky, S., Cook, J., Ecker, U. K. H., Albarracín, D., Amazeen, M. A., Kendeou, P., Lombardi, D., Newman, E. J., Pennycook, G., Porter, E. Rand, D. G., Rapp, D. N., Reifler, J.,

Roozenbeek, J., Schmid, P., Seifert, C. M., Sinatra, G. M., Swire-Thompson, B., van der Linden, S., Vraga, E. K., Wood, T. J., Zaragoza, M. S. (2020). The Debunking Handbook.

Maksl, A. Craft, S., Ashley, S. & Miller, D. (2017). The Usefulness of a News Media Literacy Measure in Evaluating a News Literacy Curriculum. Journalism & Mass Communication Educator, 68(1), 7-21.

Maksl, A., Ashley, S., & Craft, S. (2015). Measuring News Media Literacy. Journal of Media Literacy Education, 6(3), 29-45.

Maksl, A., Boedeker, P. J., Vraga, E. K., Craft, S., Tully, M., & Ashley, S. (2024). Developing and Validating a 15-Item True/False Measure of News Literacy Knowledge. Communication Research, 0(0).

Netwerk Mediawijsheid (2021). Verantwoording

Bijlage profielen

wetenschappers

Mediawijsheid Competentiemodel 2021.

Potter, J. W. (2004, 2019). Theory of Media Literacy: A Cognitive Approach.

Rathenau Instituut (2025). Online vertrouwen: literatuurstudie over wat misinformatie op sociale media doet met vertrouwen in de wetenschap.

Roozeneek, J., Van der Linden, S., Goldberg, B., Rathje, S. & Lewandowsky, S. (2022). Psychological inoculation improves resilience against misinformation on social media. Science Advances - Research Article.

Schut, K., Costera Meijer, I., Lauf, E. (2024). Jongeren, nieuws en sociale media: Een blik op de toekomst van het nieuws. Hilversum: Commissariaat voor de Media.

Swart, J. (2021). Tactics of news literacy: How young people access, evaluate, and engage with news on social media. New Media & Society, 25(3), 505-521.

Swart, J., & Broersma, M. (2023). What feels like news? Young people's perceptions of news on Instagram. Journalism, 25(8), 1620-1637.

Tamboer, S.L., Kleemans, M., Molenaar, I. & Bosse, T. (2022). Developing A Model of News Literacy in Early Adolescents: A Survey Study Mass Communication and Society.

Tamboer, S. (2023). Understanding and stimulating early adolescents' news literacy application. Proefschrift.

Van Damme, K., Van Leuven, S. & Van Hove, S. (2020). Nieuwswijsheid: een pleidooi voor vertrouwen. Mediawijs.

Van der Meer, T.G.L.A. & Hamelers, M (2022). I Knew It, the World is Falling Apart! Combatting a Confirmatory Negativity Bias in Audiences' News Selection Through News Media Literacy Interventions. Digital Journalism 2022, Vol. 10, No. 3, 473-492.

Tully, M. & Vraga, E. K. (2017). Effectiveness of a News Media Literacy Advertisement in Partisan Versus Nonpartisan Online Media Contexts. Journal of Broadcasting & Electronic Media. Volume 61, 2017 - Issue 1.

Van der Meer, T.G.L.A., Hamelers, M. & Ohme, J. (2023). Can Fighting Misinformation Have a Negative Spillover Effect? How Warnings for the Threat of Misinformation Can Decrease General News Credibility. Journalism Studies, 24(6), 803-823.

Van der Linden, S. (2023). Immune voor Nepnieuws: een tegengif voor fake news en complottheorieën.

Vraga, E.K., Tully, M., Maksl, A., Craft, S., Ashley, S. (2020). Theorizing News Literacy Behaviors. Communication Theory, Volume 31, Issue 1, February 2021, Pages 1-21.

Vraga, E.K. & Tully, M. (2021) News literacy, social media behaviors, and skepticism toward information on social media, Information, Communication & Society, 24:2, 150-166.

Dr. Jan Boesman is senior onderzoeker en docent aan Arteveldehogeschool (expertisenetwerk Communicatie, Media en Design). Hij leidt het onderzoeksprogramma 'Jongeren, nieuws en desinformatie'. Daarnaast is hij docent in de opleiding Journalistiek.

Dr. Mark Boukes is Universitair Hoofddocent Communication, Organisations, and Society bij de afdeling Communicatiewetenschap aan de Universiteit van Amsterdam. Zijn onderzoeksinteresses omvatten onder meer journalistiek, media-effecten, infotainment en (digitale) onderzoeksmethoden.

Dr. Toni van der Meer is universitair hoofddocent Communicatiewetenschap aan de Universiteit van Amsterdam. Zijn onderzoeksinteresses omvatten onder andere crisiscommunicatie, vertekeningen in nieuwsberichtgeving, de effecten en verspreiding van mis- en desinformatie en het stimuleren van (digitale) mediawijsheid.

Prof. dr. Mariska Kleemans is als hoogleraar Jongeren, nieuws en onderwijs verbonden aan het Behavioural Science Institute van de Radboud Universiteit. Haar onderzoek heeft tot doel inzicht te krijgen in de vraag hoe de relatie tussen kinderen en nieuws verbeterd kan worden, om hen voor te bereiden op hun (toekomstige) rol in de samenleving. Ook houdt zij zich bezig met vraagstukken rondom de nieuwswijsheid van kinderen en jongeren.

Dr. Joëlle Swart is universitair docent Journalism Studies. Haar expertisegebieden zijn veranderend nieuwsgebruik, nieuwswijsheid en digitale geletterdheid.

Dr. Sanne Tamboer is universitair docent in de Strategische Communicatie Groep aan Wageningen University & Research. In 2023 promoveerde zij met een proefschrift over de nieuwswijsheid van vroege adolescenten. Haar onderzoek richt zich op de interactie tussen jongeren, media, en maatschappelijke betrokkenheid, met speciale aandacht voor mediageletterdheid en politieke participatie.



COLOFON

Datum: September 2025

Opdrachtgevers: Netwerk Mediawijsheid & Beeld & Geluid

Uitvoering: Karin Schut

Mogelijk gemaakt door: Project DichterBijNieuws

Eindredactie: Geert van der Veen

Design/opmaak: Mimi Sugarman (mstudioos.nl)

Contact: e-mail: info@mediawijzer.net

Meer over DichterBijNieuws
dichterbijnieuws.nl

Betrokkenen:

→ **Karin Schut** - Zelfstandig onderzoeker en (onderzoeks-) projectleider gespecialiseerd in thema's als nieuws, media en hun publiek.

→ **Mimi van Dun** - Zelfstandig adviseur en projectleider rond thema's als nieuwswijsheid, desinformatie, online haat, journalistiek en samenleving. Voor Netwerk Mediawijsheid leidt zij het project DichterBijNieuws.

→ **Patricia van Rijswijk** - Specialist Nieuwswijsheid & Burgerschap (Beeld & Geluid) Ontwikkelaar van educatief aanbod, trainer en adviseur voor maatschappelijke organisaties. Met expertise op het gebied van (nieuws)media, journalistiek, mis- en desinformatie en de totstandkoming en de kracht van de publieke opinie.

→ **Laura Postma** - Onderzoeker Media & Journalistiek (Beeld & Geluid) Onderzoeker naar ontwikkelingen rondom desinformatie, de impact van factchecken en de ontwikkelingen in de (internationale) journalistiek.

→ **Jill van Rumundt** - Educatieontwikkelaar, redacteur en producer Nieuwswijsheid bij Beeld & Geluid.



Netwerk
Mediawijsheid