

# Stand van zaken Online vertrouwen

Nederland



trustedweb

# Introductie

Hoewel het internet de belangrijkste bron van informatie is in ons dagelijks leven, is er nog steeds veel onjuiste informatie. Het gaat niet alleen om een paar ongecontroleerde feiten, maar om inhoud die opzettelijk is gemaakt om de lezer in leugens te laten geloven, meestal om iemand of iets in diskrediet te brengen, om mensen een bepaalde kant op te duwen of een bepaald standpunt te doen geloven, of zelfs om gewoon chaos te creëren.

Nepnieuws is niet beperkt tot verzonden verhalen. Het kan ook gaan om gemanipuleerde foto's of video's, nep of gekloonde nieuwssites, het gebruik van afbeeldingen uit hun context, of het doen voorkomen alsof parodieaccounts echte accounts zijn. Deze gemanipuleerde inhoud is meestal zeer deelbaar, en kan viraal gaan voordat iemand controleert of het wel echt is. En dat is het probleem.

Nepnieuws heeft al voor veel wantrouwen gezorgd rond wat mensen online zien. Zelfs geloofwaardige nieuwssites en informatiebronnen worden nu in twijfel getrokken of simpelweg beschuldigd van het verspreiden van nepnieuws zonder enige basis voor de bewering.

Zijn de media al zo besmet dat er geen weg meer terug is, en heeft nepnieuws het vertrouwen van nieuwsconsumenten definitief geschaad? Of dwingt het probleem van nepnieuws ons gewoon om onder ogen te zien wat we al lang wisten: er moet een oplossing komen voor vertrouwen, transparantie en verantwoordelijkheid op het internet.

# Methodologie

Dit rapport probeert inzicht te geven in de dagelijkse confrontaties van mensen met nepnieuws op het internet, hoe het hun gedrag en beslissingen heeft beïnvloed, waar ze nepnieuws het meest tegenkomen, in hoeverre zij het als een bedreiging zien en hoe nepnieuws kan worden bestreden.

**In december 2020 en januari 2021 hebben we 1000 mensen uit alle lagen van de bevolking in Nederland ondervraagd naar hun mening over nepnieuws – en naar hun ideeën over hoe we het probleem kunnen oplossen.**



Een gelijksoortig onderzoek is door ons verricht in de Verenigde Staten en door heel Europa. Deze rapporten zijn op te vragen.

# Belangrijkste resultaten

De enquête bracht een aantal belangrijke bevindingen aan het licht over waar mensen nieuws zoeken, hoe zeker ze zijn dat ze nepnieuws herkennen en welke acties hun vertrouwen in de inhoud die ze op internet zien het meest zouden vergroten.



Maar liefst **88,5%** van de respondenten was ervan overtuigd dat ze nepnieuws konden herkennen.



Ruim de helft van de respondenten controleert nu **meer de feiten als gevolg van nepnieuws en als ze geconfronteerd worden met misleidende informatie op een website**. Slechts 17% stelt een beslissing of aankoop uit als ze nepnieuws vermoeden.



Slechts **12%** van de respondenten denkt nooit nepnieuws tegen te komen op sociale media.



Hoewel de respondenten verschillende gedachten hadden over hoe het probleem kan worden opgelost, waren ze het erover eens dat het vergroten van de transparantie rond auteurschap, bronnen en gedocumenteerde veranderingen hun vertrouwen in de inhoud zou vergroten.



Bijna een derde van de respondenten geeft aan dat nepnieuws invloed heeft gehad op beslissingen die ze hebben genomen.



Voor het oplossen van het probleem van nepnieuws op het internet moet de overheid een belangrijke rol spelen, vindt **51%** van de respondenten. En **72%** vindt zelfs dat het verspreiden of delen van nepnieuws strafbaar moet worden gesteld. Ruim 62% van de respondenten vindt dat berichten zonder duidelijke afzender niet zomaar viraal morgen gaan via zoekmachines of sociale media platformen. Ook vindt ruim 62% dat wijzigingen die zijn aangebracht aan berichten op het internet transparant voor de gebruiker moeten zijn.



Het meest aangetroffen nepnieuws is gemanipuleerde inhoud of authentiek materiaal dat in de verkeerde context wordt gebruikt - wat beide visueel is.

Respondenten kwamen ook nepinformatie, nepnieuwssites, en parodiërende inhoud tegen.

# Deel 1: Profiel van de ondervraagden

Waar we ons nieuws vandaan halen en hoe we het krijgen is aan het veranderen. Waar mensen vroeger vertrouwden op gedrukte kranten en radio, vertrouwen we nu op soundbites en berichten in de sociale media. Nu het makkelijker dan ooit is om nieuws te consumeren en zoveel mensen toegang hebben tot vrijelijk online posten, is nepnieuws of misleidende informatie voor velen een punt van zorg geworden. We wilden weten of onze respondenten nepnieuws konden herkennen als ze het zagen - en als ze het niet zagen.

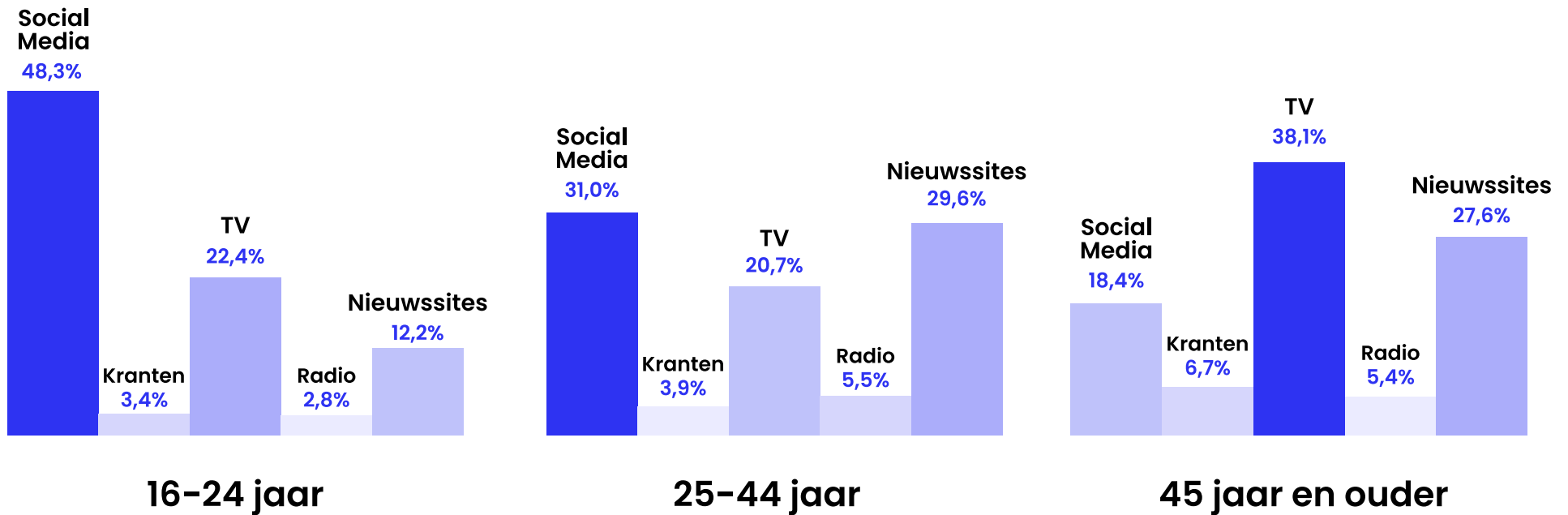
## Wie hebben we ondervraagd?

Onze 1000 deelnemers aan de enquête kwamen uit Nederland en varieerden in leeftijd van 16 tot 54 jaar, waarbij de meerderheid van de deelnemers tussen 18 en 35 jaar oud was (53,9%). De verdeling naar geslacht was overwegend mannelijk (57%). Onze deelnemers hadden verschillende inkomensniveaus, werkten in verschillende sectoren en hadden verschillende opleidingsniveaus, wat een weerspiegeling is van degenen die dagelijks met nepnieuws te maken krijgen.

## Er zijn grote verschillen tussen de generaties waar men nieuws vandaan haalt, maar elke generatie gebruikt het internet.

Iets meer dan 57% van de respondenten haalt het nieuws online, waarbij een derde het nieuws haalt van social media en ruim 23% van online nieuwskanalen. Van de klassieke mediakanalen haalt de televisie als bron van nieuws nog ruim 25%. Radio en papieren kranten komen nog maar nauwelijks boven de 4 procent uit.

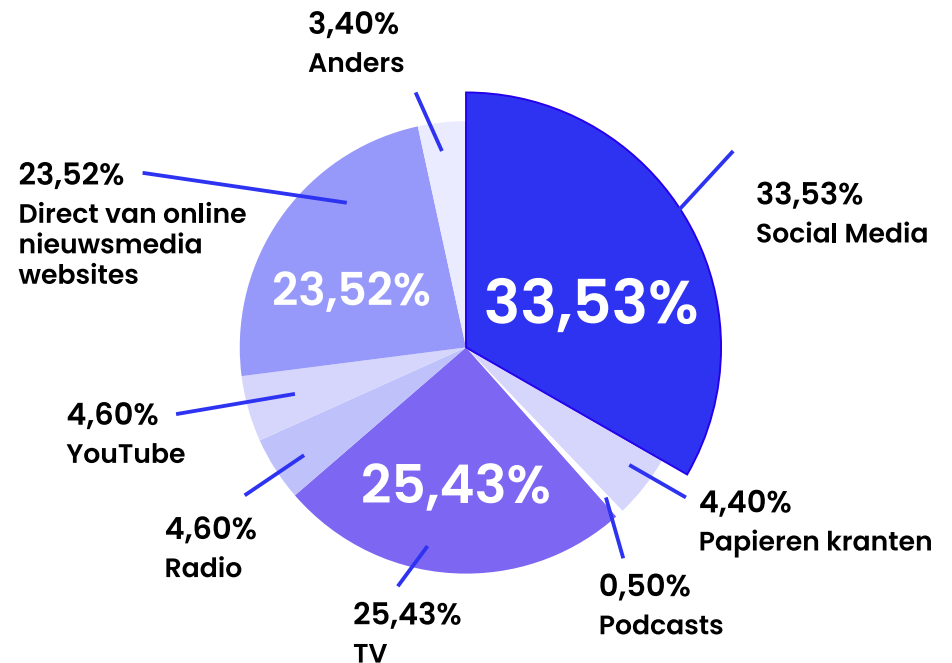
Tussen generaties zitten echter grote verschillen.



Zo verschilt de mate waarin nieuws van sociale media gehaald wordt sterk van generatie naar generatie. Hoe jonger de generatie, des te groter het aandeel dat nieuws haalt van sociale mediakanalen. Nemen we papieren kranten echter als bron, dan valt op dat, net als radio, de papieren krant geen grote rol van betekenis meer speelt als bron van nieuws en vooral door oudere generaties nog gebruikt wordt. Datzelfde geldt voor televisie, waar een groot gat zit tussen hen jonger dan 45 jaar (rond de 20%) en zij die ouder zijn dan 40 jaar (38%). Kijken we naar nieuwssites als bron, dan valt op dat de generatie tot 24 jaar sterk achter blijft ten opzichte van oudere generaties (12% tegenover bijna 30%).

Kortom: grote verschillen tussen generaties, maar de mate waarin de verschillen zich manifesteren verschilt van medium tot medium. Voor alle generaties geldt dat papieren kranten en radio zo goed als afgedaan hebben.

### Wat is je belangrijkste bron voor je nieuws?

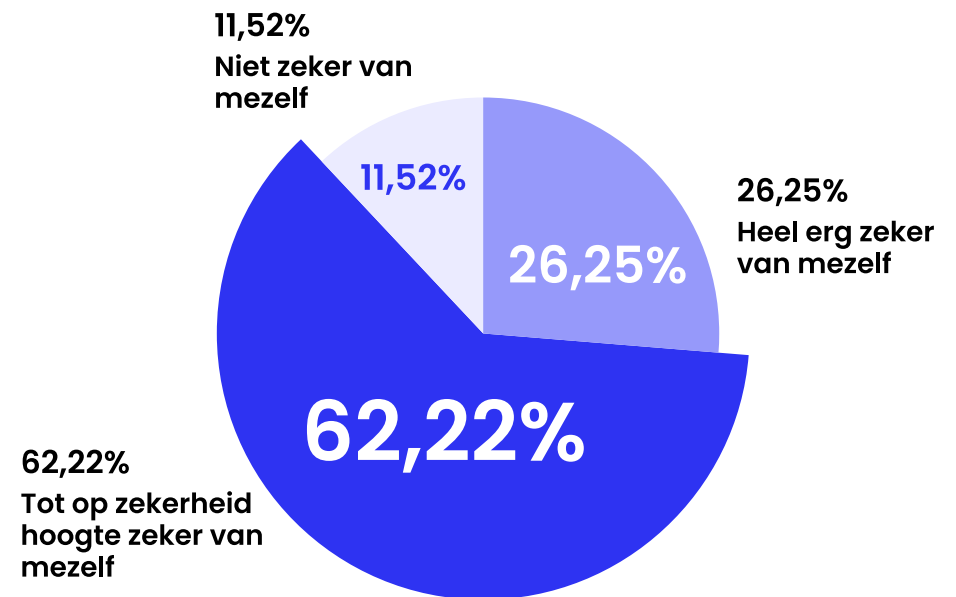


# Respondenten zijn er (te) zeker van dat ze nepnieuws kunnen herkennen

“Herkent u nepnieuws als u het ziet?” Volgens onze respondenten zijn degenen die nepnieuws verspreiden daar niet goed in, want 88,5% was er zeker van dat ze het konden herkennen. 26,3% was zeer zeker, en de meerderheid van onze respondenten (62,2%) was enigszins zeker dat ze nepnieuws konden herkennen. De rest had er helemaal geen vertrouwen in.

Het roept echter de vraag op of nepnieuws, als het opzettelijk wordt gemaakt om lezers te misleiden en te laten geloven dat het de waarheid is, wel door hen kan worden opgemerkt. Of is dat het bedrog, dat lezers denken dat ze nepnieuws herkennen terwijl ze er in werkelijkheid door worden gelokt?

*Hoe zeker ben je van jezelf dat je in staat bent online nieuws te herkennen dat misleidend of vals is?*



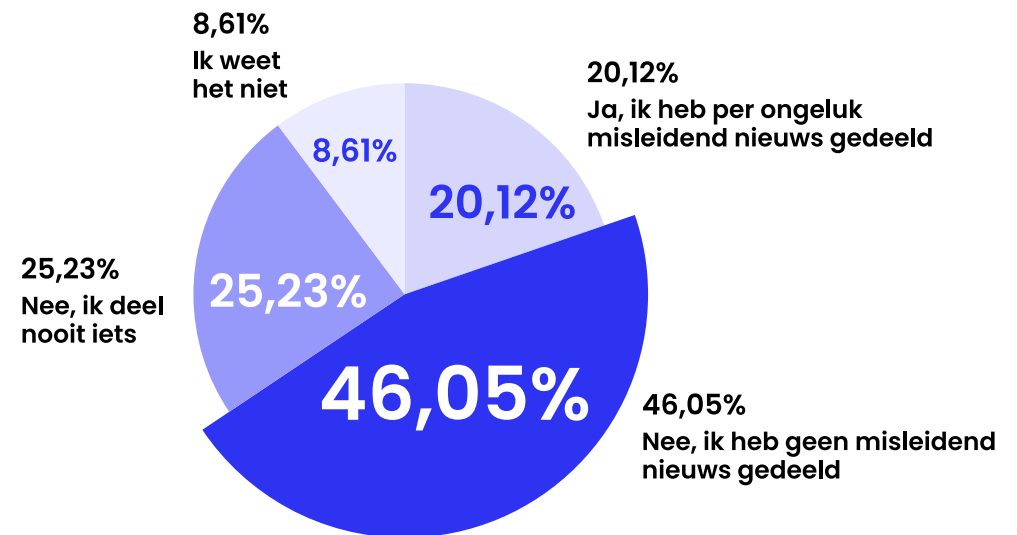


# Ze zien zichzelf niet als verspreider van nepnieuws

Hebben ze weleens per ongeluk nepnieuws gedeeld? Onze respondenten waren verdeeld: 20,1% gaf aan per ongeluk nepnieuws te hebben gedeeld, en 46,1% zei van niet. De rest wist niet of ze dat hadden gedaan, of maakte er een punt van geen nieuws in het algemeen te delen. Daarbij valt op dat in de leeftijdscategorie tot 34 jaar ruim 65% aangeeft nepnieuws te hebben gedeeld, tegenover 35% van mensen ouder van 34 jaar.

Het antwoord van 20,1% van de respondenten die zegt dat ze wel eens nepnieuws hebben gedeeld is interessant, omdat dit betekent dat ze het niet als zodanig herkenden toen ze het deelden, en er later achter kwamen dat het misleidend of vals was. Hieruit blijkt dat ondanks het feit dat bijna 90% van onze respondenten in de laatste vraag aangaf er enigszins op konden vertrouwen dat ze nepnieuws zouden herkennen als ze het zagen, ze het in werkelijkheid niet herkennen als ze het zien - en dit is een groot probleem.

*Heb je ooit per ongeluk berichten op social media gedeeld waarvan je later achter kwam dat het misleidend of vals was?*



## Deel 1

# Samenvatting

Hoewel het overgrote deel van het nieuws online wordt gevonden, zijn onze respondenten ervan overtuigd dat ze nepnieuws of misleidende informatie kunnen herkennen als ze het zien. Toch herkende een aantal van hen nepnieuws niet voldoende om niet de fout te maken het te delen, wat wijst op het bedrog en de verleiding van valse inhoud die echt lijkt.

# Deel 2: Ontmoetingen met nepnieuws en onjuiste informatie

We weten dat nepnieuws bestaat en dat onze respondenten ermee in aanraking zijn gekomen. We wilden meer te weten komen over waar ze het zijn tegengekomen, waar ze er meer of minder van tegenkomen, en wat voor soort desinformatie ze precies zijn tegengekomen.

# Ontmoetingen met nepnieuws op sociale media

Het is bekend dat nepnieuws zich wild verspreidt op sociale media, dus we wilden weten wat de ervaringen van onze respondenten hiermee zijn op verschillende sociale platforms zoals Facebook en Twitter. De meerderheid van onze respondenten was van mening dat ze slechts één tot vijf keer per week met nepnieuws te maken kregen (28,9%) - dat is hooguit één bericht per dag als ze scrollen. Onze op een na grootste groep respondenten was ervan overtuigd dat ze zeer zelden opzettelijk misleidend nieuws tegenkomen. In totaal denkt 55,0% van de respondenten dat ze slechts tot vijf keer per week nepnieuws tegenkomen, wat betekent dat ze ofwel denken dat er niet veel nepnieuws is, of dat ze het niet herkennen als ze het zien.

Een lager percentage (31,0%) meende veel vaker met misleidend nieuws in aanraking te komen: zes tot meer dan 20 keer per week. 8,5% wist niet of ze al dan niet misleidend nieuws zagen op sociale media, en 4,4% maakt geen gebruik van sociale media.

*Hoe vaak per week denk je dat je nieuws tegenkomt op social media platforms zoals Twitter en Facebook dat bewust misleidend of vals is?*



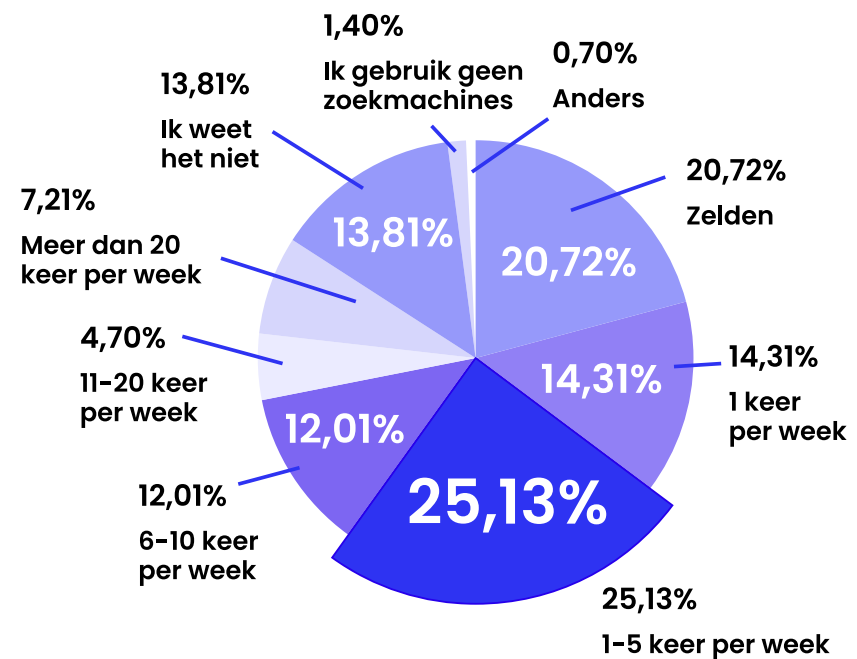
# Ontmoetingen met nepnieuws op zoekmachines

Zijn zoekmachines betrouwbaarder dan sociale media? Ja, volgens onze respondenten: 20,7% gelooft dat ze zeer zelden misleidend nieuws tegenkomen via zoekmachines zoals Google, Bing, Yahoo en anderen – 8,6% hoger dan hun beoordeling voor sociale media. 39,4% van de respondenten was van mening dat ze slechts maximaal vijf keer per week met nepnieuws in aanraking kwamen, een iets positievere beoordeling dan bij sociale media.

Minder mensen (23,9%) meenden meer dan zes keer per week tot meer dan 20 keer per week met misleidend nieuws in aanraking te komen. 13,8% wist niet of ze misleidend nieuws zagen op zoekmachines. Dat is ruim 5% hoger dan bij sociale media.

Het grotere vertrouwen in zoekmachines zou te wijten kunnen zijn aan het feit dat de respondenten de bron van hun zoekresultaten kunnen zien waar het nieuws vandaan komt, in tegenstelling tot sociale media, waar het zonder enige toeschrijving kan worden gedeeld. We zullen later zien dat dit inderdaad een manier is waarop respondenten het vertrouwen in online content willen vergroten.

*Hoe vaak per week denk je dat je nieuws tegenkomt op zoekmachines zoals Google en Yahoo dat bewust misleidend of vals is?*



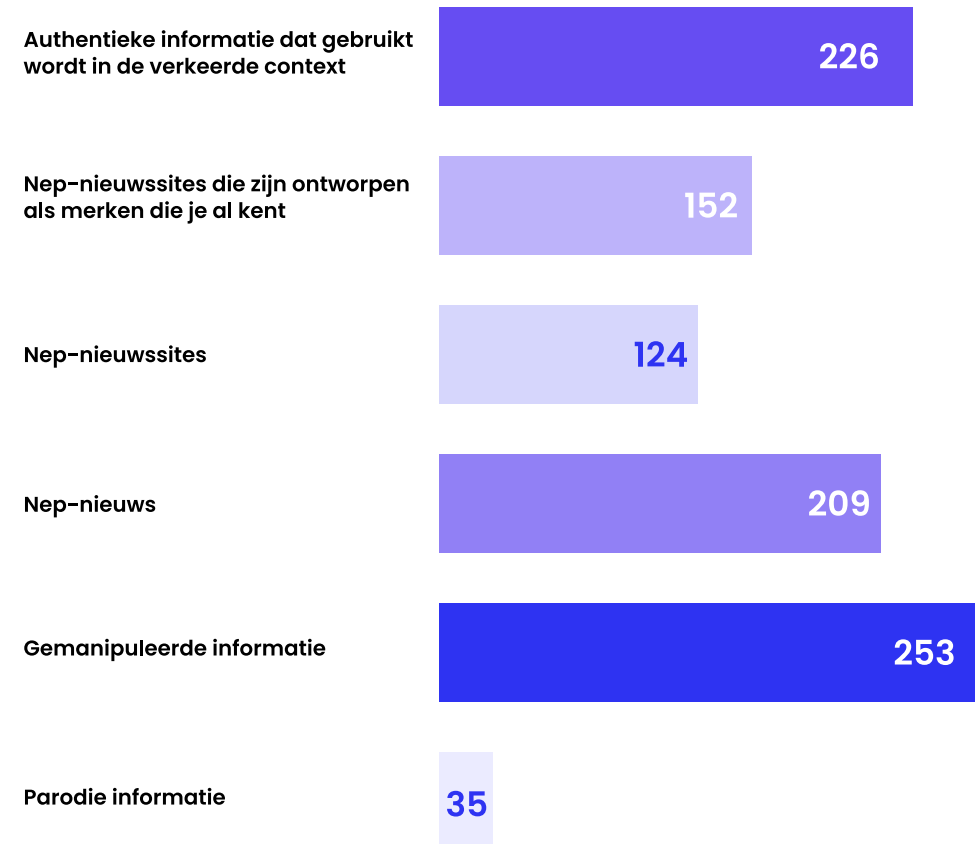
# De zes soorten nepnieuws waarmee mensen te maken kunnen krijgen

Volgens The Columbia Journalism Review zijn er zes soorten nepnieuws: authentiek materiaal dat in de verkeerde context wordt gebruikt, nepnieuwssites die zijn ontworpen om te lijken op merken die we al kennen, nepnieuwssites, nepinformatie, gemanipuleerde inhoud en parodiërende inhoud.

We vroegen onze respondenten welke soort ze vandaag het meest zagen. Zij zagen het meest gemanipuleerde inhoud (25,3%), dat wil zeggen foto's en video's die zijn bewerkt, gefotoshopt of die diepe vervalsingen bevatten. Ze zagen ook bijna evenveel authentiek materiaal dat in de verkeerde context werd gebruikt (22,6%), dat wil zeggen video's of foto's van een andere gebeurtenis en tijd waarvan wordt gezegd dat ze van vandaag zijn om de kijker te misleiden. Het is vermeldingswaardig dat deze twee top soorten van nepnieuws beiden visueel gebaseerd zijn, en meer merkbaar misleidend kunnen zijn dan op tekst gebaseerd nieuws.

Respondenten kwamen ook nepinformatie (20,9%), nepnieuwssites die waren ontworpen om te lijken op merken die we al kennen (15,2%) en nepnieuwssites (12,4%) tegen, waarbij parodiërende inhoud het minst werd aangetroffen (3,5%). Nogmaals, dit zijn de sites die onze respondenten hebben opgemerkt en geïdentificeerd als nepnieuws. Maar hoe zit het met de andere sites die hen echt leken? Hadden ze zelf in de gaten dat deze inhoud nep was, of werden ze er door iemand anders pas achteraf op gewezen?

*Volgens onderzoek zijn er 6 type nepnieuws.  
Welke zie je het vaakst online?*



## Deel 2

# Samenvatting

Bij het evalueren van waar nepnieuws op het internet te vinden is, waren onze respondenten er meer van overtuigd dat zoekmachines meer betrouwbare resultaten opleverden dan sociale media. Van de verschillende soorten nepnieuws die er zijn, gaven onze respondenten aan meer visueel bewerkte of gemanipuleerde berichten te zien dan valse informatie of websites.

# Deel 3: Vertrouwen op het internet

Aan de basis van nepnieuws ligt vertrouwen. Als je de auteur of de bron vertrouwt, of als de informatie afkomstig is van een gerenommeerde, legitieme site of organisatie, dan weet je dat het niet nep is. Toch? We wilden meer inzicht krijgen in het soort sites, bronnen en inhoud waar onze respondenten vertrouwen in hadden.



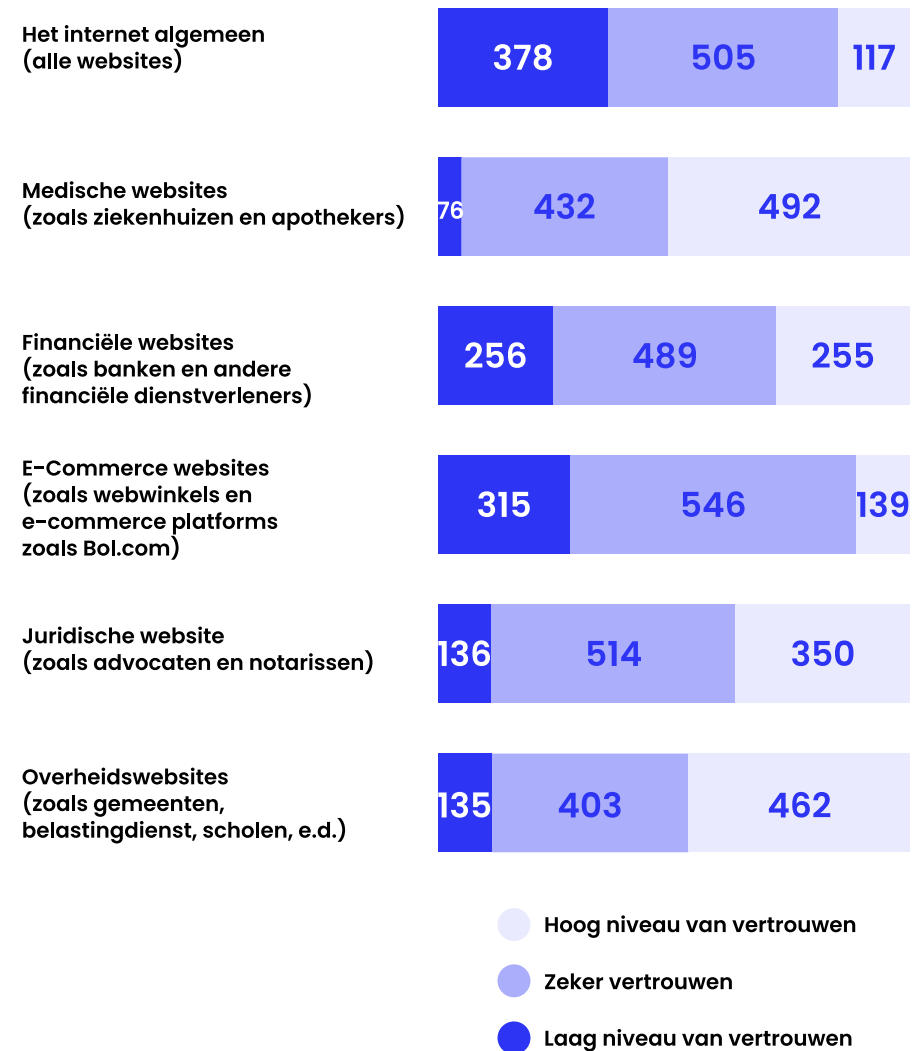
# Vertrouwen in websites met professionals erachter

Eerst wilden we het niveau van vertrouwen peilen dat onze respondenten hadden in verschillende soorten websites, en hoe ze deze beoordeelden als betrouwbare informatiebronnen. De websites die het meeste vertrouwen genoten waren medische websites zoals ziekenhuizen en apotheken (49,2%), gevolgd door overheidswebsites (46,2%), juridische websites (35,0%) en financiële websites zoals banken en websites van beleggingsmaatschappijen (25,5%). Met andere woorden, websites met gecertificeerde of opgeleide professionals achter zich.

Toch is een kritische kanttekening hier op zijn plaats, want zelfs bij de websites die het meest vertrouwen genieten, ligt wantrouwen tot een zeker vertrouwen nog altijd boven de 50%. Vooral financiële instellingen scoren relatief slecht ten opzichte van hun professionele tegenvoeters: 25,6% van de respondenten geeft aan deze partijen beperkt te vertrouwen.

E-commerce sites scoorden lager (13,9%), wellicht als gevolg van wantrouwen ten aanzien van verkooppraatjes of verkoopkopij, of misschien wegens het gebrek aan certificering of doorlichting waaraan e-commerce sites moeten worden gehouden. Het internet als geheel scoorde met 11,7% het laagst. Dit betekent dat, op professionele websites na, het vertrouwen in betrouwbare inhoud aanzienlijk daalt.

*Hoe zou je jouw vertrouwen beoordelen dat nieuws en informatie dat je online tegenkomt ook daadwerkelijk klopt voor de verschillende soorten websites?*



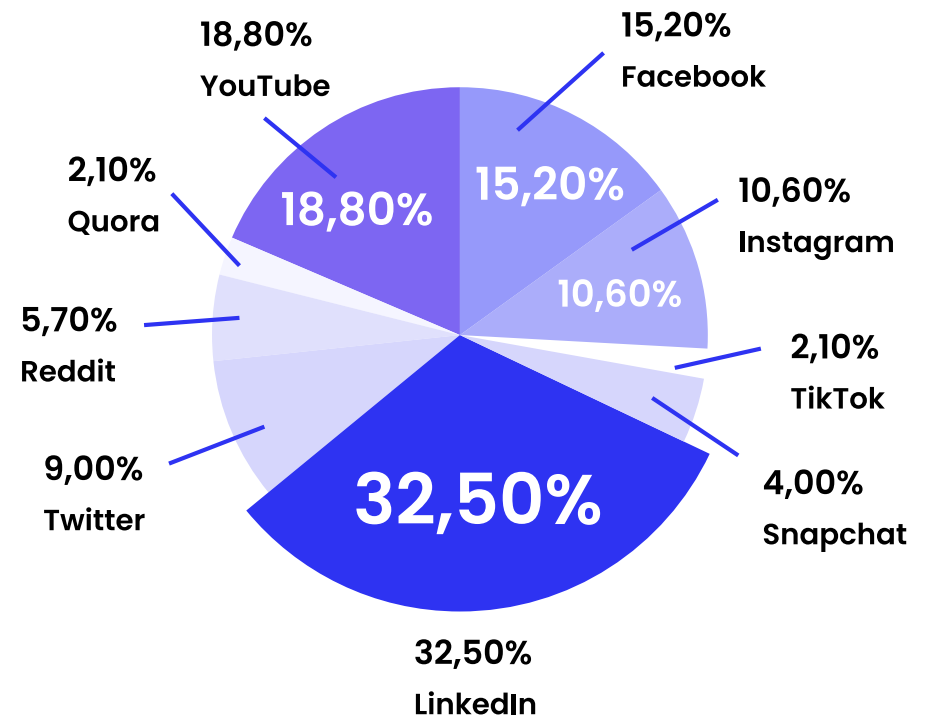
# Welke sociale media wordt het meest vertrouwd

Door ons te richten op sociale media, wilden we weten welk platform onze respondenten vertrouwden. Het meest betrouwbare platform was LinkedIn met 32,5%. Als op professionals gerichte netwerksite verwacht men op LinkedIn iets meer van professionele inhoud (en dit zou terug kunnen komen in de vraag over het grotere vertrouwen van professionals).

Na LinkedIn volgt YouTube met 18,8%. Het meest gebruikte platform is Facebook en die scoort een derde plek met 15,2% als het gaat om betrouwbaarheid. Gelijktijdig blijkt dit platform toch ook het meest gewantrouwde platform te zijn.

Na Instagram (10,6%) komt Twitter met 9,0%, terwijl juist ook dit platform het afgelopen jaar werd gebruikt om realtime updates over de pandemie te delen en om activisme van de gemeenschap te organiseren.

*Welk social media platform associeer je het meeste met betrouwbaarheid?*



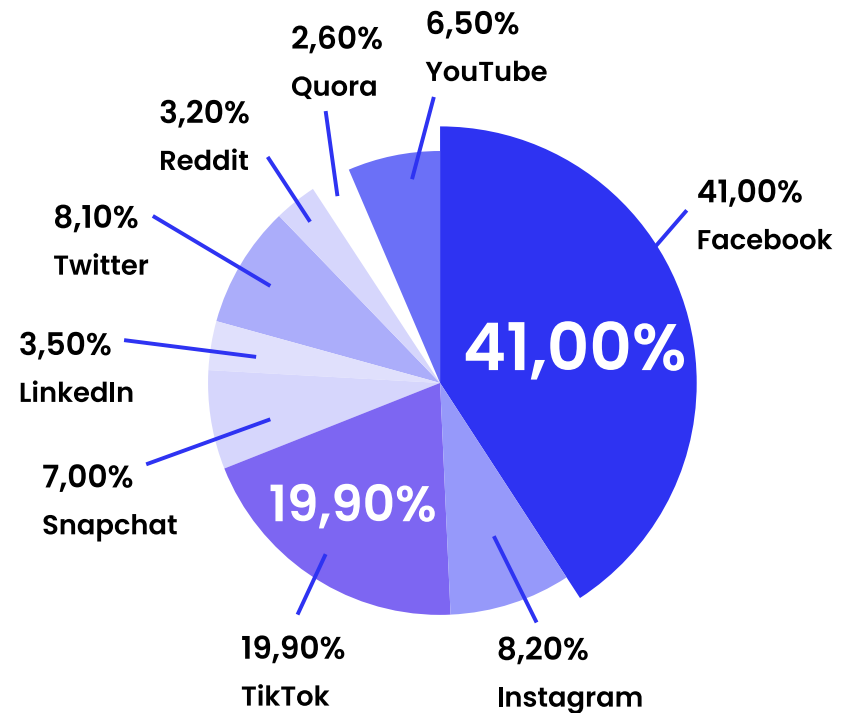
# Welke sociale media ze het minst vertrouwen

Scoorde Facebook nog relatief hoog op betrouwbaarheid, het is ook het platform dat het minste vertrouwen geniet, zoals beoordeeld door 41,0% van onze respondenten. Dit zou kunnen duiden op een zeer reële breuk in het bewustzijn rond het platform, dat niet alleen de belangrijkste social media-hub van de wereld is, maar ook onder vuur is komen te liggen voor wat voor soort inhoud het toestaat te worden gedeeld. Wat betekent het als een social media platform polariserende ervaringen creëert? Of betekent dit dat degenen die het gebruiken het betrouwbaar vinden, terwijl degenen die het niet gebruiken denken dat het dat niet is? (Er was een klein aantal respondenten dat Facebook zowel betrouwbaar als onbetrouwbaar vond.)

Het minst vertrouwde social mediaplatform is TikTok, met 19,9% van onze respondenten. Het micro video platform dat zich richt op Gen Z kwam het afgelopen jaar onder vuur te liggen vanwege vragen over de veiligheid ervan. Nogmaals, zijn dit TikTok-gebruikers die het als onbetrouwbaar beoordelen, of waarnemers die TikTok alleen uit het nieuws kennen en het daarom wantrouwen?

Voor de overige platforms geldt dat de mate van onbetrouwbaarheid redelijk in lijn ligt met de mate van percipieerde betrouwbaarheid.

*Welk social media platform associeer je het minste met betrouwbaarheid?*



# Deel 4: Impact van nepnieuws

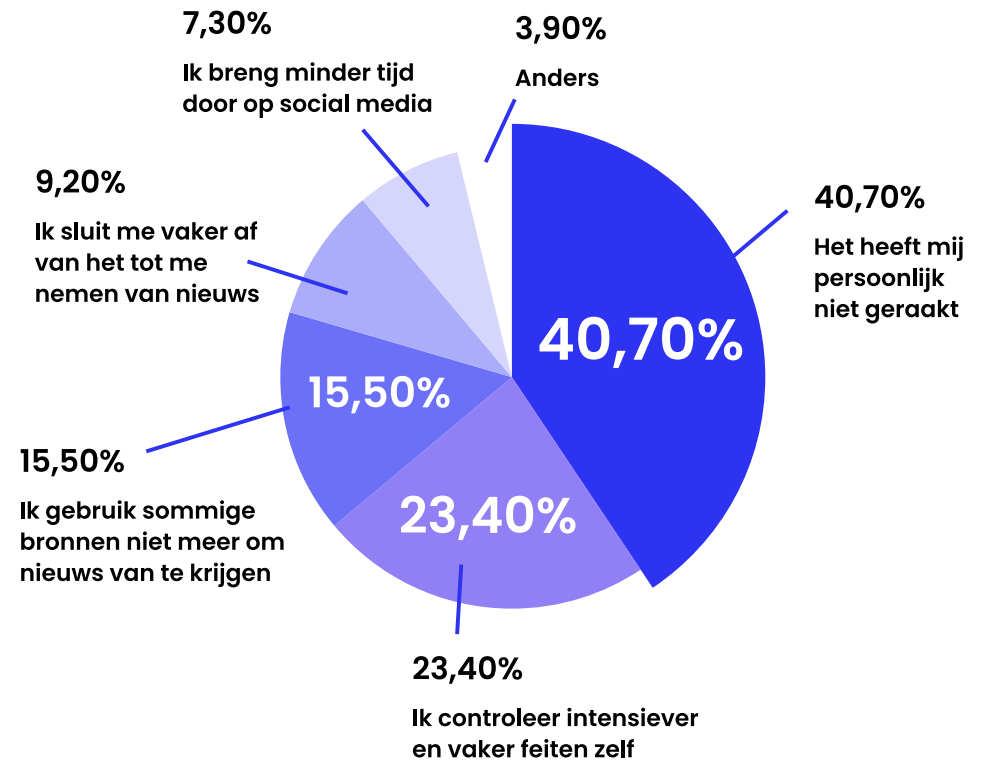
Is nepnieuws echt zo'n groot probleem? Als 88,5% van onze respondenten het kan herkennen, zou dat dan niet betekenen dat ze het kunnen negeren en verder gaan, en dat het geen invloed zou hebben op hun leven? Eigenlijk vonden we het tegenovergestelde: nepnieuws had wel degelijk invloed op gedrag en beslissingen, zowel positief als negatief.

# De persoonlijke impact van nepnieuws op gedrag

Nepnieuws is er in overvloed, maar wat hebben onze respondenten eraan gedaan? We wilden weten hoe de opkomst van nepnieuws hen beïnvloedde, en ontdekte dat 40,7% vond dat het helemaal geen invloed op hen had.

Op een deel van onze respondenten (23,4%) had nepnieuws echter een positieve invloed: zij zijn de feiten grondiger gaan controleren en hebben het op zich genomen om bronnen te bevestigen en te verifiëren wat zij lezen. Ze bleven engageren, maar wilden er zeker van zijn dat ze dat op een geïnformeerde manier deden. De rest van onze respondenten stelde geen nieuws meer te consumeren van een specifieke nieuwsbron (15,5%), of controleerde de feiten echter niet en verminderde hun betrokkenheid door minder nieuws te consumeren (9,2%), of door minder tijd te besteden aan sociale media (7,3%).

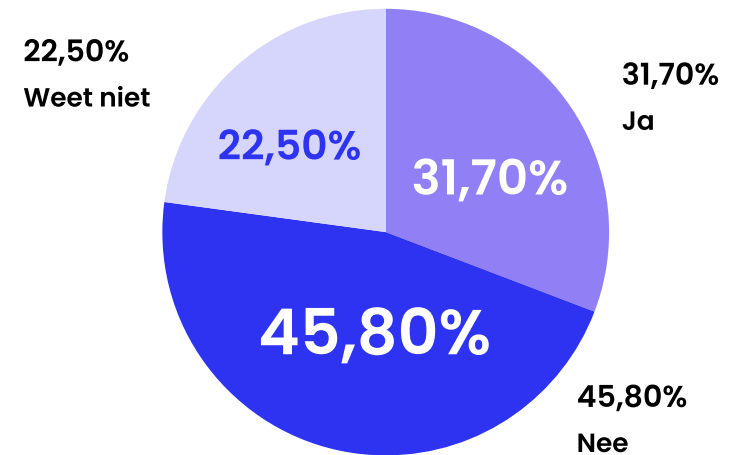
*Hoe heeft de toename van nep-nieuws je persoon geraakt?*



# De persoonlijke impact van nepnieuws op beslissingen

Nu we weten dat nepnieuws tot gedragsveranderingen heeft geleid, wilden we weten of onze respondenten van mening waren dat nepnieuws invloed heeft gehad op hun beslissingen. 45,8% was van mening dat het hun beslissingen helemaal niet had beïnvloed, maar een aanzienlijk aantal respondenten (31,7%) meenden van wel. 22,5% wist het niet, wat betekent dat nepnieuws misschien wel invloed heeft gehad op hun beslissingen - ze waren zich er alleen niet van bewust.

*Denk je dat nepnieuws invloed heeft gehad op beslissingen die je hebt genomen?*



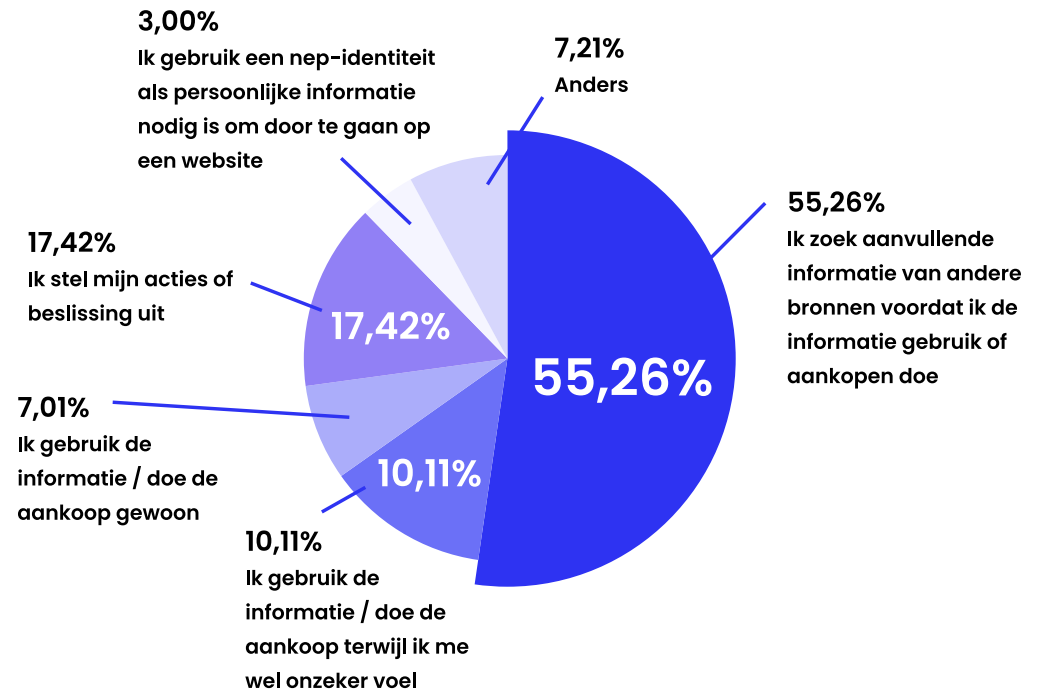
# Reageren op gewantrouwde informatie

Wij wilden weten hoe onze respondenten reageerden wanneer zij onbetrouwbare informatie op een website aantreffen. Op dezelfde manier als hierboven, controleren zij hun bronnen. 55,3% antwoordde dat wanneer zij geconfronteerd worden met onjuiste informatie, zij aanvullende informatie zoeken bij andere bronnen alvorens verder te gaan.

17,4% van de mensen besluit de actie of beslissing uit te stellen, terwijl ruim 10% toch doorzet ook al voelen ze zichzelf onzeker. Een kleiner percentage van 7% doet de aankoop gewoon zonder zorgen en 3% beperkt het risico door een valse identiteit te gebruiken.

Opvallend is dat in de leeftijdscategorie tot 35 jaar 20,4% de aankoop, al dan niet met een gevoel van onzekerheid, alsnog doet, terwijl 12,7% van de mensen ouder dan 35 jaar datzelfde doet.

*Wat is de impact als je informatie tegenkomt op websites die je niet vertrouwt?*



## Deel 4

# Samenvatting

Nepnieuws heeft wel degelijk invloed op gedrag. Wanneer onze respondenten met nepnieuws werden geconfronteerd, bleken ze een van de volgende twee dingen te doen: of ze deden meer onderzoek om het nieuws beter te begrijpen, of ze wilden er helemaal niets van weten.

Opvallend is dat jongeren bereid zijn meer risico te nemen dan de oudere generaties als het gaat om het gebruiken van informatie of het doen van aankopen via websites waar het vertrouwensniveau laag is.



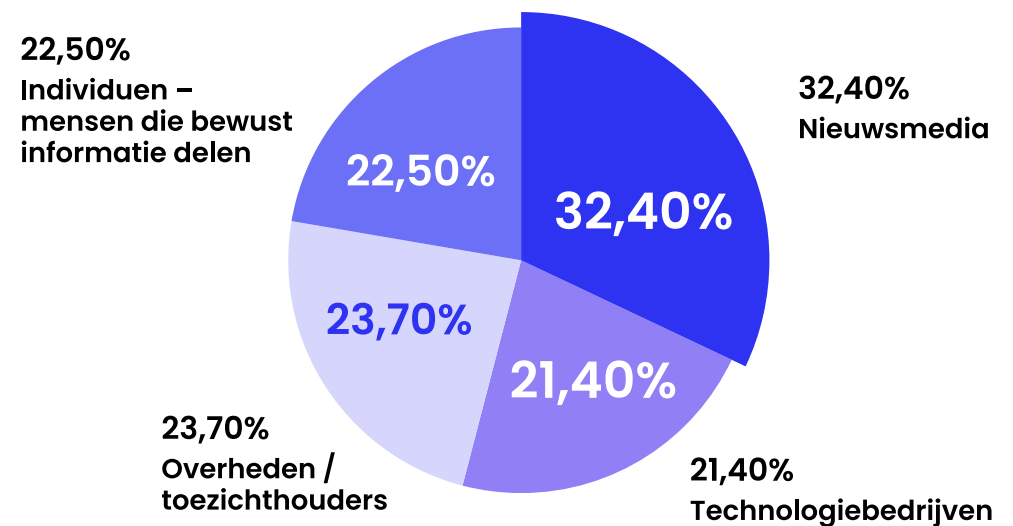
# Deel 5: Het probleem van nepnieuws oplossen

Nepnieuws is misleidend, bedrieglijk en een bedreiging voor de samenleving - maar is het een probleem waar we gewoon mee moeten leven? We wilden onze respondenten aan het denken zetten over hoe het probleem van nepnieuws kan worden opgelost.

# Wie moet er worden aangesproken op het aanpakken van nepnieuws?

De vraag die opkomt is op welke wijze het probleem van nepnieuws moet worden opgelost, en wie daar op aangesproken moet worden. 32,4% was van mening dat de nieuwsmedia aangesproken zouden mogen worden. Daaropvolgend de overheid, aangegeven door 23,7%. In hetzelfde bereik liggen de individuen met 22,5% en tot slot de technologiebedrijven met 21,4%.

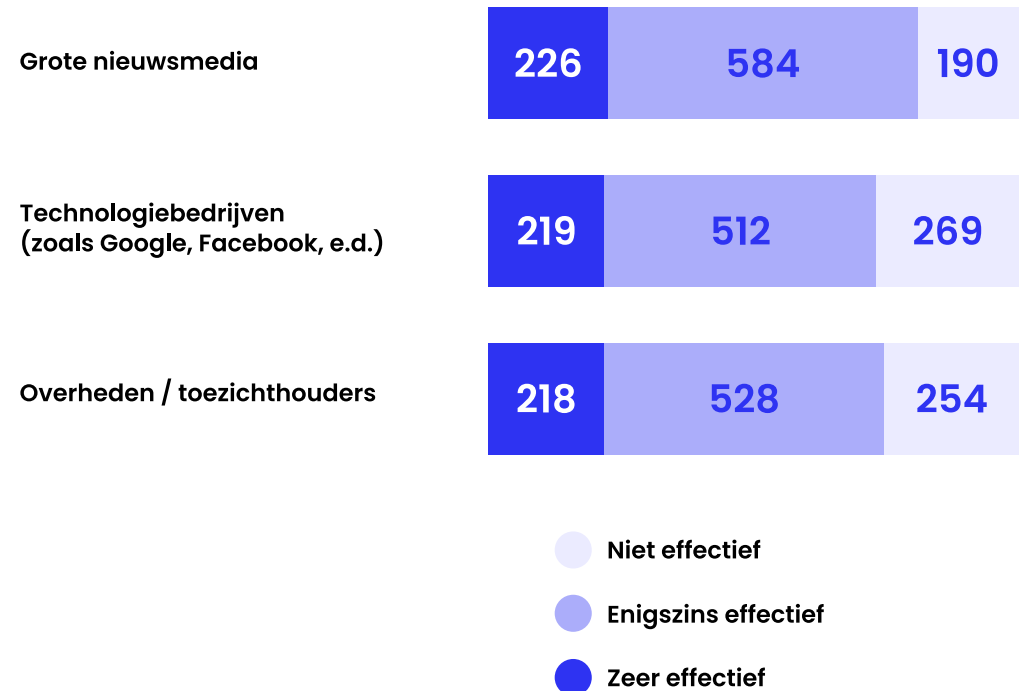
*Wie zou het meest aangesproken moeten worden op het bestrijden van nepnieuws?*



# Zijn partijen effectief in het aanpakken van nepnieuws?

Als gekeken wordt naar de mate waarin verschillende spelers worden beoordeeld op hun effectiviteit om nepnieuws aan te pakken, dan is over de hele linie de score mager. Slechts 22,6% vindt dat de nieuwsmedia effectief zijn geweest in het aanpakken van nepnieuws, terwijl 19% van mening is dat deze media niet effectief zijn geweest. Voor de technologiebedrijven en de overheid geldt dat iets minder dan 22% vindt dat deze effectief zijn geweest bij het bestrijden van nepnieuws. In beide gevallen stelt een kwart van de respondenten dat ze niet effectief zijn geweest.

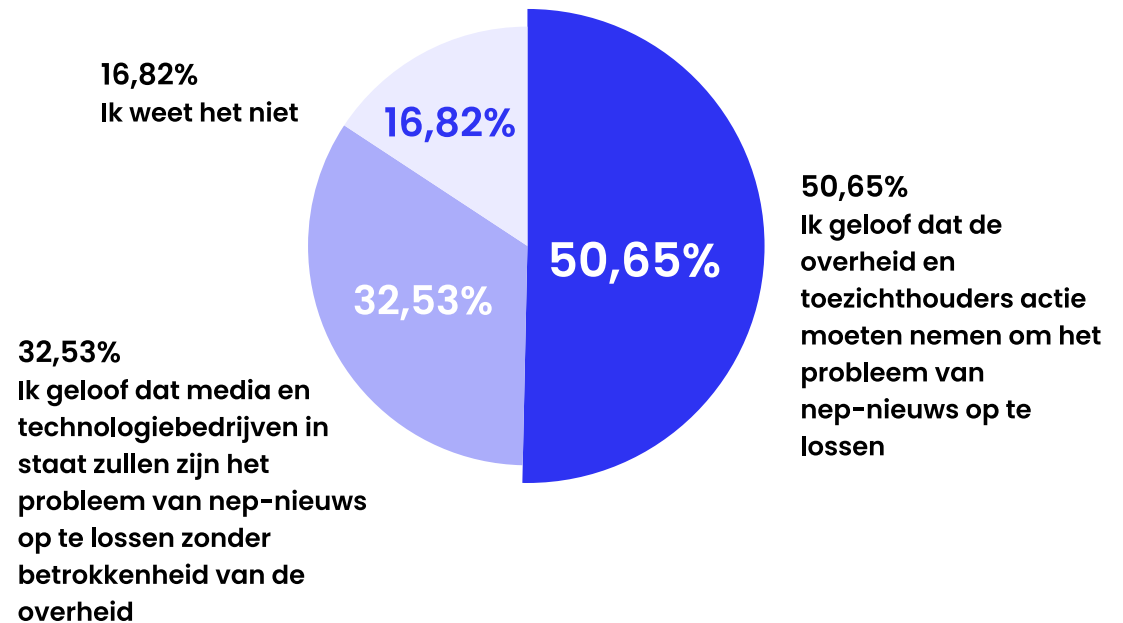
*Hoe effectief denk je dat de volgende groepen zijn geweest in het aanpakken van het nepnieuws in de laatste 12 maanden?*



# Moeten het de media of de overheid zijn?

We groeven verder en vroegen of respondenten dachten dat het aan de media of aan de overheid was om het probleem van nepnieuws op te lossen. Hoewel het feit dat nepnieuws inherent een mediakwestie is, geloofde slechts 32,5% dat media- en techbedrijven zoals Facebook en Google dit zelf kunnen oplossen. De meerderheid van onze respondenten (50,7%) was van mening dat de overheid en regelgevende instanties direct zouden moeten ingrijpen in de praktijken van media- en techbedrijven om het nepnieuws probleem op te lossen. Een aanzienlijk aantal respondenten (16,8%) was niet zeker van de oplossing.

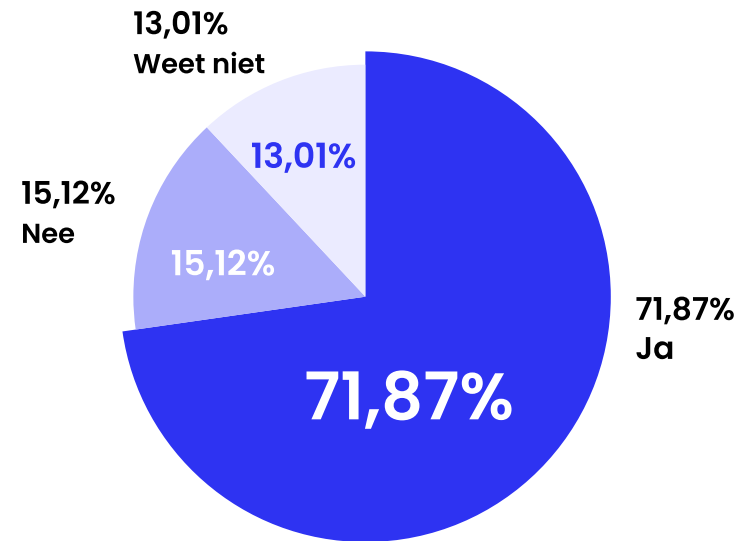
*Welke van de stellingen is het meest waar?*



# Moet nepnieuws strafbaar zijn?

Na wat we tot nu toe hebben gezien, is het geen verrassing dat de meerderheid van onze respondenten (71,9%) voorstander is van regelgeving die het voor personen en organisaties strafbaar stelt om willens en wetens nepnieuws te creëren en te delen. 15,1% antwoordde dat zij geen voorstander waren van een regeling die nepnieuws strafbaar zou stellen (wellicht met het oog op de vrijheid van meningsuiting), en 13,0% koos geen kant.

*Ben je er voorstander van dat er wetten komen die het bewust maken en delen van nepnieuws strafbaar maken?*

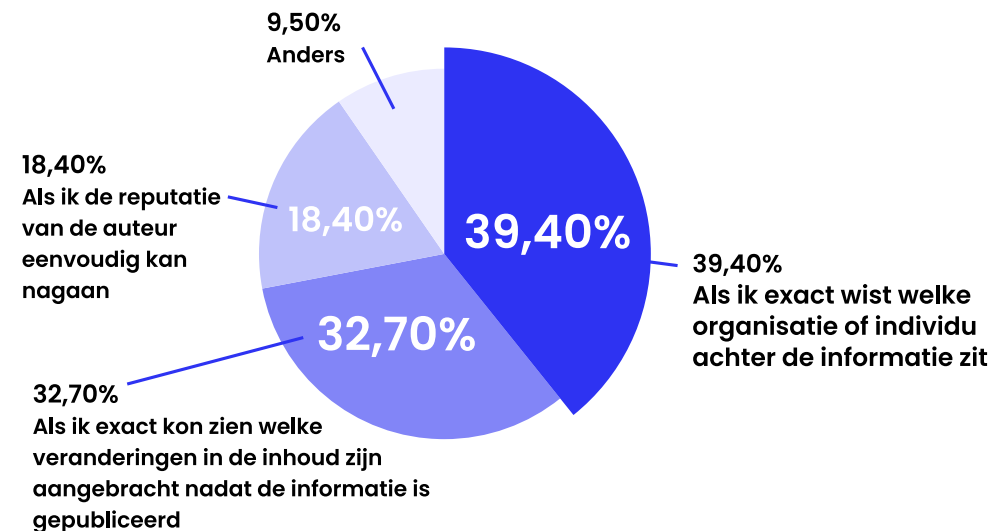


# Oplossing voor nepnieuws: Het vertrouwen online vergroten

We wilden onze respondenten nog wat meer vragen stellen over oplossingen voor nepnieuws, dit keer met de nadruk op vertrouwen, transparantie en verantwoordingsplicht. Wat zou hun vertrouwen vergroten in een stuk informatie dat ze op het internet hebben gevonden? We zagen hierboven dat een aantal van onze respondenten de bronnen en de waarheidsgetrouwheid van de informatie die ze tegenkwamen gingen controleren, en ook de meerderheid van onze respondenten (39,4%) gaf aan dat als ze precies wisten welke organisatie en auteur achter de inhoud zat, ze het gevoel hadden dat ze het meer konden vertrouwen. 32,7% was van mening dat zij de informatie konden vertrouwen als zij precies konden zien welke wijzigingen er sinds de publicatie in de inhoud waren aangebracht. Ten slotte wilde 18,4% gemakkelijk onderzoek kunnen doen naar de reputatie van de auteur.

9,5% antwoordde als “andere”, maar hun opmerkingen kwamen met hetzelfde doel overeen: zij wilden de informatie gemakkelijk kunnen onderzoeken of de onderliggende gegevens kunnen verifiëren, dat de informatie werd gekoppeld aan bronnen met een goede reputatie of daarmee werd vergeleken, of dat vóór publicatie werd gecontroleerd of de informatie op feiten was gebaseerd.

Voor jou persoonlijk, wat zou het vertrouwen in informatie dat je online tegenkomt vergroten?



# Oplossing voor nepnieuws: Invloed op vertrouwen

Vervolgens wilden we nagaan hoe groot de impact van de bovenstaande scenario's op het vertrouwen zou zijn. Voor de respondenten zouden alle scenario's hun vertrouwen in de inhoud vergroten. Echter, net als bij de meerderheid van de respondenten hierboven, was het weten welke organisatie en auteur er precies achter de inhoud zit van doorslaggevender belang om het vertrouwen te vergroten.

*Als de volgende scenario's' werkelijkheid zouden zijn, wat zou dan de invloed zijn op het vertrouwen?*

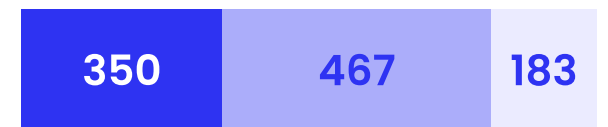
**Scenario 1: Als ik exact weet welke organisatie en auteur er achter de gepubliceerde informatie zit**



**Scenario 2: Als ik kan zien welke wijzigingen zijn aangebracht in de informatie nadat de informatie is gepubliceerd**



**Scenario 3: Als ik de reputatie van de auteur van de informatie op eenvoudige wijze zou kunnen nagaan**

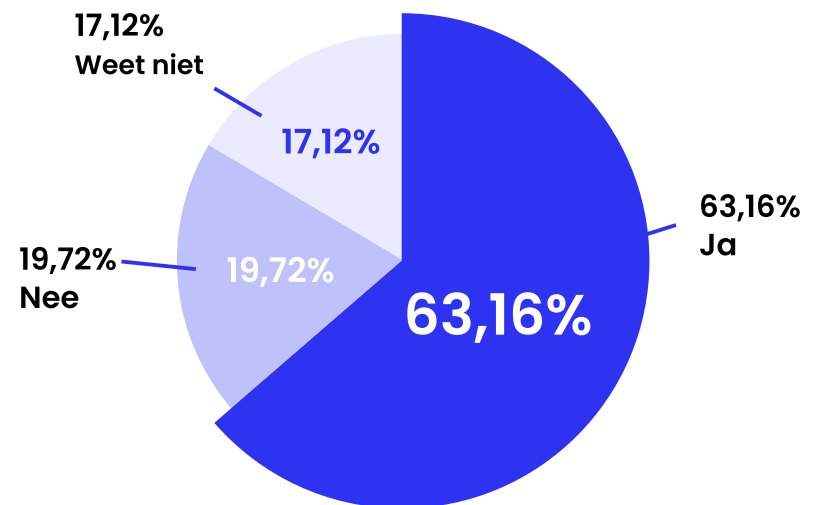


- Het zou geen invloed hebben op het vertrouwen
- Het zou het vertrouwen vergroten
- Het zou het vertrouwen aanzienlijk vergroten

# Oplossing voor nepnieuws: Vertrouwen in anonieme inhoud

Aangezien onze respondenten meer vertrouwen stellen in de mogelijkheid om organisaties en auteurs achter de inhoud te identificeren, wilden wij weten wat zij denken over inhoud die niet verbonden is aan een organisatie of auteur. Moet die inhoud worden beperkt door zoekmachines en mediaplatforms? 63,1% was van mening dat dit moest gebeuren, terwijl 19,7% antwoordde dat nee, dat soort inhoud niet zou moeten worden beperkt. De resterende 17,1% wist het niet.

*Zou informatie op het internet waar geen duidelijke organisatie of persoon als bron van bekend is, moeten worden beperkt in bereik door zoekmachines en social media platform (voorkomen viraal effect)?*

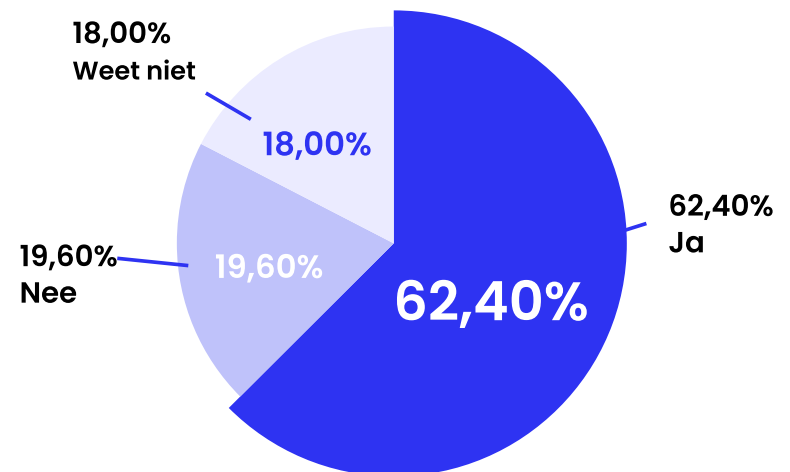




# Oplossing voor nepnieuws: Vertrouwen op vereiste documentatie van wijzigingen

Onze respondenten hierboven antwoordden dat ze een stuk inhoud betrouwbaarder zouden vinden als ze de wijzigingen konden zien die sinds de publicatie zijn aangebracht. Moet dat de norm zijn voor alle inhoud die op het internet wordt gepubliceerd? 62,4% was van mening dat dit de norm moest zijn, terwijl de overige respondenten verdeeld waren over “Nee” (19,6%) en “Ik weet het niet” (18,0%).

*Zou van alle gepubliceerde inhoud op het internet bekend moeten zijn welke veranderingen zijn aangebracht vanaf het eerste moment van publicatie?*



## Deel 5

# Samenvatting

Hoe los je nepnieuws op? Meer transparantie, meer feiten en meer geverifieerde inhoud, zo lijkt het. Onze respondenten vertelden ons dat hun vertrouwen in een stuk content zou toenemen als ze wisten waar het vandaan kwam, wie het had geschreven en hoe het was veranderd sinds de publicatie. Toch waren ze verdeeld over wie dit probleem zou moeten oplossen: ze wezen de verantwoordelijkheid toe aan individuen en mediasites, geloofden dat organisaties die feiten controleren de verspreiding zouden kunnen stoppen, of hoopten dat de overheid zou ingrijpen.

Dat de overheid een rol te spelen heeft was helder voor de meerderheid, gelet op de mate waarin verschillende spelers in afgelopen jaar nepnieuws niet voldoende succesvol hebben weten te bestrijden.

Dat het verspreiden van nepnieuws strafbaar moet worden gesteld, is opmerkelijk te noemen.

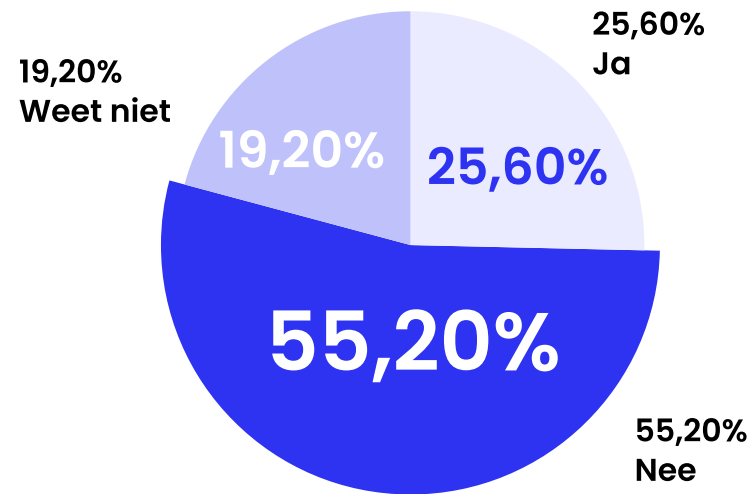
# Deel 6: Vooruitzichten voor de toekomst

Is nepnieuws een blijvertje? Misschien ja, misschien nee, en het kan beter worden, het kan erger worden... Onze respondenten waren opnieuw verdeeld over wat de toekomst van nepnieuws zal zijn.

# Het probleem van nepnieuws oplossen – kan dat?

Onze respondenten zijn niet optimistisch over dat vooruitzicht. 25,6% zegt dat nepnieuws inderdaad kan worden opgelost - en we zagen hierboven enkele suggesties op welke manier dit zou kunnen. 55,2% gelooft niet dat het kan worden opgelost, en denkt dat nepnieuws een blijvertje is. De rest (19,2%) wist het niet.

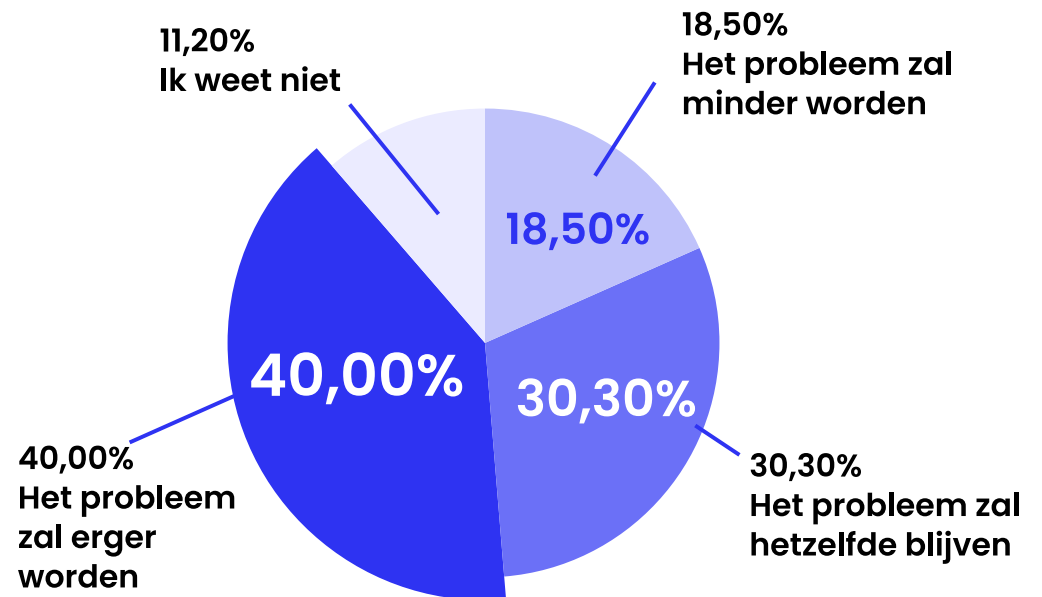
*Denk je dat het probleem van nepnieuws ooit kan worden opgelost?*



# Zal nepnieuws een probleem blijven?

Hierboven zagen we dat onze respondenten niet optimistisch waren over de vraag of het kon worden opgelost. Voor deze vraag zien we dat onze respondenten over het algemeen negatief zijn over het onderwerp: In de komende vijf jaar ziet 40,0% van de respondenten het nepnieuws probleem verergeren. Slechts 18,5% is optimistisch en denkt dat het beter zal worden en dat de problemen zullen beginnen op te lossen. 30,3% denkt dat het gelijk zal blijven, en 11,2% weet het niet.

*Hoe zal het probleem van nepnieuws in de komende vijf jaar veranderen?*



# Conclusie

Nepnieuws en misleidende informatie zijn er in overvloed op het internet, en het lijkt erop dat gewone mensen er meer door in de greep worden gehouden dan ze zelf denken. Nepwebsites, misleidende koppen, gemanipuleerde foto's en video's, en inhoud die er echt uitziet en echt aanvoelt, hebben hun effect op de manier waarop mensen omgaan met informatie op het internet en hoe ze reageren op de wereld om hen heen.

Sommige van onze respondenten vertelden ons dat hun reactie op nepnieuws was om onderzoek te doen, om de feiten achter de inhoud te achterhalen, wie het heeft gepubliceerd, welke veranderingen

zijn aangebracht, kunnen de gegevens worden gestaafd, en is het geschreven door een gerenommeerde auteur. Die focus op transparantie - laten zien waarom de inhoud betrouwbaar is - zal ons leiden naar een internet waar mensen zich niet hoeven af te vragen of wat ze zien waarheidsgetrouw is, van goede bronnen afkomstig is en de werkelijkheid weerspiegelt.

Nepnieuws is een oplosbaar probleem. We moeten er alleen voor zorgen dat consumenten bewijs krijgen van de geldigheid van wat ze lezen of bekijken, en dat makers van inhoud dat bewijs leveren.

# Samen het 'Trusted Web' bouwen

Door te timestampen, maken we waarheid  
onderdeel van het DNA van het internet.

Lees meer op [thetrustedweb.org](https://thetrustedweb.org)



*Sebastiaan  
van der Lans*

Sebastiaan van der Lans  
Chairman, The Trusted Web

