

Fake nieuws en Facebook

Juni 2018

Nieuwswijsheid van Vlaamse jongeren tussen 15 en 24 jaar onderzocht



ANNELORE DEPREZ
CLIO JANSSENS
LOTTE VERMEULEN



artevelde university college ghent

MEMBER OF GHEENT UNIVERSITY ASSOCIATION

Beste lezer,

De Amerikaanse presidentsverkiezingen van 2016 hebben fake nieuws een boost gegeven. Tot dan waren fake nieuwsverhalen schaarser en de intenties van de makers veelal onschuldiger. Met fake nieuws kan er vandaag veel geld worden verdiend en kan het publieke debat ook in een bepaalde richting worden gestuurd.

Sociale mediaplatformen zoals Facebook en Twitter liggen onder vuur als doorgeefluiken van fake nieuws. Uit onderzoek blijkt dat vooral jongeren tussen 15 en 24 jaar Facebook als een belangrijke nieuwsbron beschouwen. Traditionele media vormen voor hen geen alternatief als gevolg van de vertrouwensbreuk waarmee deze media momenteel af te rekenen hebben.

Dat nepnieuws achteraf moeilijk valt te weerleggen onderschrijft volgend citaat: *“A retweeted lie [...] circles the globe several times over before the truth even gets out of bed”* (Klufeld & Schneider, 2014).

Overheden, media en diverse publieksgerichte organisaties maken zich zorgen over de impact van fake nieuws op burgerschap. Wie niet over de juiste informatie beschikt, kan zich moeilijk een gefundeerde mening vormen ten aanzien van maatschappelijke issues. Daarom is het belangrijk dat jongeren zich een kritische ingesteldheid aanmeten ten opzichte van nieuws dat onder andere op sociale media wordt verspreid.

Naar aanleiding van bovenstaande vaststellingen financiert Arteveldehogeschool Gent een praktijkgericht wetenschappelijk onderzoek met als titel “Is het echt waar?! Nieuwswijsheid en factchecken als katalysator voor kritisch burgerschap”. Voorliggende paper is het resultaat van de eerste onderzoeksfase, waarin een grootschalige survey is uitgevoerd bij Vlaamsen jongeren tussen 15 en 24 jaar. Deze bevraging had tot doel inzichten te genereren in de kennis over, de attitudes met betrekking tot en het gebruik van Facebook. Daarnaast laat het onderzoek toe uitspraken te doen over de nieuwswijsheid en het checkgedrag van de jongeren.

Het rapport is als volgt opgebouwd: in de eerste pagina's is een samenvatting onder de vorm van een onderzoeksartikel opgenomen. Wie meer diepgaande informatie wenst, kan er de resterende pagina's op na slaan. Deze focussen uitgebreid op het onderzoeksopzet, de methodologie en de resultaten.

Veel leesplezier,

Annelore Deprez, Lotte Vermeulen en Clio Janssens

INHOUDSOPGAVE

<u>SAMENVATTEND ONDERZOEKSARTIKEL</u>	<u>5</u>
OPZET VAN HET ONDERZOEK	9
SITUERING	10
ONDERZOEKSDOELSTELLINGEN	12
METHODOLOGIE	13
ONDERZOEKSAANPAK	14
BESCHRIJVING STEEKPROEF	14
RESULTATEN	15
CONTACTGEGEVENS	26
BIJLAGE: CHECKLIST	27



Samenvattend onderzoeksartikel



Jongeren herkennen fake nieuws moeilijk

Voor bijna de helft van de Vlaamse jongeren is Facebook de belangrijkste nieuwsbron. Het herkennen van fake nieuws op deze sociaal netwerksite en in andere (sociale) media is voor de jongeren echter geen evidentie. Veelal vertrouwen ze op hun eigen persoonlijke logica, achtergrondkennis of intuïtie om de juistheid van een verhaal in te schatten.

Dat blijkt uit onze grootschalige survey bij 641 jongeren (151 BSO-studenten, 123 TSO-studenten, 108 ASO-studenten, 112 Hogeschoolstudenten en 147 universiteitsstudenten) tussen de 15 en 24 jaar.

Facebook als 'vluchtige' nieuwsbron voor jongeren

Ongeveer 77% van de Vlaamse jongeren zegt nieuws via Facebook te consumeren, nochtans is de sociaal netwerksite in se geen nieuwskanaal. Enkel televisienieuws (67,4%) komt in de buurt van Facebook. Andere kanalen zoals kranten (34,5%), radionieuws (46,2%), nieuwswebsites en apps (55,7%), Twitter (14,5%) of Google (18,4%) worden heel wat minder geraadpleegd. **Voor 44,4% van de jongeren is Facebook het belangrijkste nieuwskanaal.** Opmerkelijk is dat er hierbij weinig verschil is tussen lager en hoger opgeleiden.

Het nieuws dat op Facebook wordt aangeboden, wordt eerder vluchtig '**gesnackt**'. Ongeveer de helft van de respondenten (47%) klikt een actuabericht op Facebook open, maar leest/bekijkt het slechts gedeeltelijk. 1/4de van de BSO-studenten (25,8%) klikt het bericht zelfs niet open en leest enkel de titel.

Voorts blijkt dat studenten **vrij passief** omgaan met actua op Facebook. Ze delen bijna nooit (71%). Liken gebeurt iets frequenter, maar toch geeft 30% aan dit nooit te doen. 67,2% zegt nooit een reactie te plaatsen bij actua op Facebook en ook een link privé doorsturen gebeurt zelden (ongeveer 1/3 geeft aan dit eens per maand te doen).

Fake nieuws weinig opgemerkt

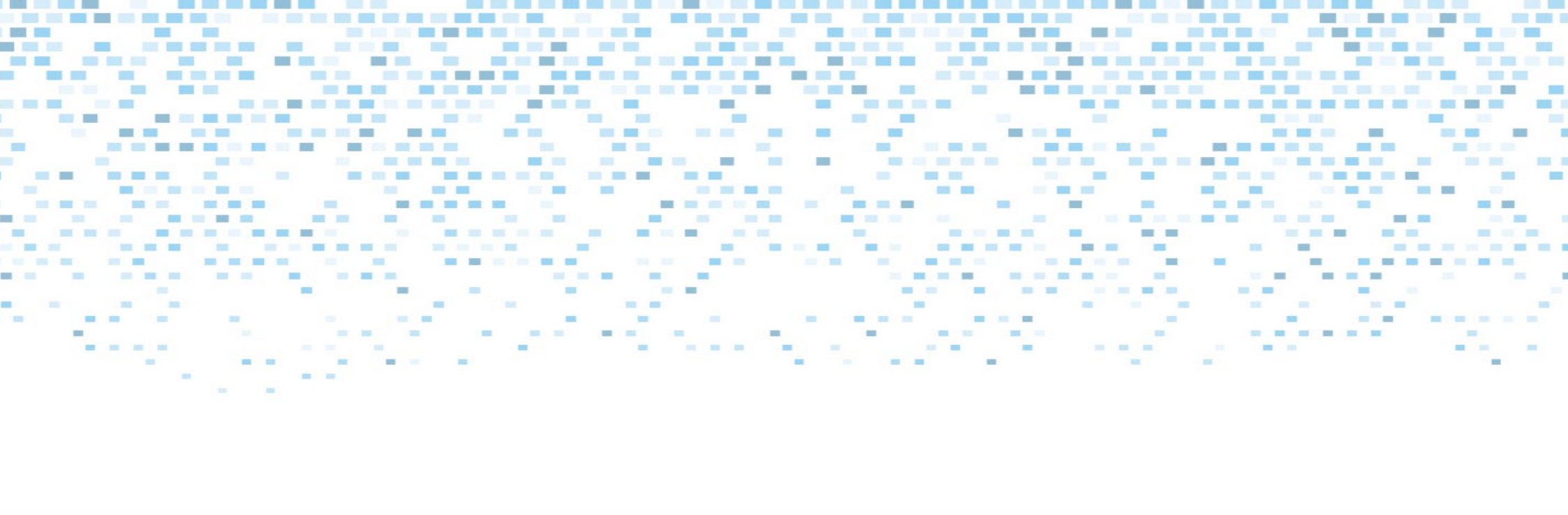
Lager opgeleiden hebben meer vertrouwen in Facebook en denken minder dan hoger opgeleiden dat fake nieuws via Facebook wordt verspreid. Het is echter opvallend dat ook hoger opgeleiden twijfelen aan de kennis die ze hebben over Facebook in het algemeen (bv. over algoritmes, filter bubble) en fake nieuws in het bijzonder.

Fake nieuws onderscheiden is voor alle studenten geen evidentie. Uit de vraag om zes nieuwsverhalen in te schatten als zijnde fake of juist, blijkt hoe moeilijk studenten het hebben om fake nieuwsberichten te herkennen. Een voorbeeld: het verhaal van de asielzoeker die verplegend personeel aanvalt in Gasthuisberg, schat 59,8% van de studenten correct in (zijnde fout). Rekening houdende met het feit dat dit nepnieuws in alle Vlaamse media is ontmaskerd en er uitvoerig is over bericht, zijn 2 op de 5 respondenten nog steeds niet op de hoogte dat dit om fake nieuws ging. Uit de cijfers blijkt bovendien dat slechts 3% van de bevraagde jongeren erin slaagt alle verhalen correct in te schatten.

Studenten geven aan dat ze vooral op hun **persoonlijke logica**, achtergrondkennis of intuïtie afgaan om de juistheid van een verhaal in te schatten (73,9%). Enkel de bron van het artikel wordt ook wel eens gecheckt (59,9%) alsook de kwaliteit van het verhaal (52,3%).

Daarnaast is het zo dat hoewel jongeren de verantwoordelijkheid voor het ontmaskeren van fake nieuws deels bij zichzelf leggen (gemiddelde score van 3,14 op 5-puntenschaal van helemaal niet akkoord tot helemaal akkoord), ze nog iets meer vinden dat Facebook ervoor moet zorgen dat de actua die ze verspreidt correct is (gemiddelde score van 3,65).

(gepubliceerd op [Mediawijs.be](https://mediawijs.be):
<https://mediawijs.be/dossiers/dossier-nieuws-en-informatiegeletterdheid/jongeren-herkennen-fake-nieuws-moeilijk>)





Opzet van het onderzoek

Jongeren vandaag

Jongeren (15 tot 24 jaar) zijn een moeilijk te bereiken doelgroep. Verklaringen hiervoor worden onder andere vanuit sociologische en pedagogische hoek aangereikt. De jongeren vandaag behoren tot de 'ik-wil-het-nu-generatie' die weinig geduld heeft, op de wenken bediend wil worden en zo min mogelijk inspanningen levert (Van den Bergh & Behrer, 2016). Bovendien speelt ook het 'kleine keizer-syndroom', waarbij jongeren op diverse vlakken (materieel, pedagogisch en affectief) worden verwend. Jongeren groeien op met het idee dat alles om hen draait (de Jong, 2013). Ze vertrouwen voor het maken van beslissingen heel erg op mensen uit hun nabije omgeving, de zogenaamde 'peers' zoals vrienden, familie en ouders. Uit een onderzoek van het Pew Research Center (2016) naar nepnieuws op sociale media, blijkt bijvoorbeeld dat fake nieuws veelal wordt geloofd omdat het wordt verkregen via een vriend die het vertrouwen van de ontvanger geniet. Als het nepbericht dan ook nog eens de eigen ideeën of voorkeuren onderschrijft, wordt het zonder verder aftoetsen gedeeld.

Jongeren en nieuws

Jongeren zijn qua nieuwsconsumptie digital up-to-daters (Swart e.a., 2016; Schröder, 2011). Dit betekent dat nieuws in hun ogen kort en duidelijk moet zijn en dat nieuws doorheen de hele dag wordt geconsumeerd. Televisie- en radionieuws voldoen aan de vereisten alsook nieuws op sociale media (Digimeter, 2016). Onderzoek toont aan dat maar liefst 70% van de jongeren tussen 12 en 18 dagelijks op de hoogte wordt gehouden van nieuws via sociale media zoals Facebook (Apestaartjaren, 2016). Toch blijft het

moeilijk om jongeren echt met nieuws te bereiken. Nieuws moet als 'de moeite waard' worden ervaren (Schröder, 2010). Pas dan zijn jongeren bereid tijd te investeren. Nieuws is voor hen ook vaak 'by default' interessant, i.e. wanneer ze aan het wachten zijn op de trein of tijdens een pauze op school. Een nieuwsverhaal dient bovendien vanaf de eerste seconde aan te spreken, anders is de aandacht meteen weg. Een mogelijkheid tot participatie (linken, sharen...) en een technologisch en visueel aantrekkelijk format zijn een must. Jongeren dan weer laten betalen voor nieuws is haast onmogelijk.

Jongeren en factchecken

Het factchecken van nieuws is niet aan jongeren besteed. Een studie van Mediawijzer.net (2015), gericht op de nieuwsconsumptie van Nederlandse jongeren, toont aan dat **de inhoud en bron van een nieuwsbericht zelden worden gecontroleerd** vooraleer het bericht wordt gedeeld op sociale media. Jongeren geven aan niet te weten hoe ze zelf aan factchecking kunnen doen en vinden dat ook niet hun taak. Die verantwoordelijkheid leggen ze bij de journalist en/of de platformaanbieders.

Fake nieuws en kritisch burgerschap

Overheden, media en diverse publieksgerichte organisaties leggen de **link tussen fake nieuws en burgerschap** (Adder & Goggin, 2005). Om aan het democratische publieke debat deel te nemen en de samenleving mee vorm te geven, dienen burgers over correcte informatie te beschikken (McQuail, 2010). In de digitale maatschappij waar de hoeveelheid aan informatie enorm is, kiezen steeds minder burgers voor houvast in de vorm van geverifieerde informatie die wordt aangeleverd door professionele nieuwsmakers. **Traditionele media hebben immers af te rekenen met een groeiend**

wantrouwen bij het publiek (Marchi, 2012; Peters & Broersma, 2013).

De boost van fake nieuws, gekoppeld aan de vaststelling dat nieuws weinig kritisch wordt bekeken vooraleer het wordt verspreid, heeft de interesse van onderzoekers en expertgroepen met betrekking tot nieuwswijsheid en factchecking aangewakkerd. Nieuwswijsheid wordt hierbij gedefinieerd als het actief, kritisch en bewust gebruiken en beoordelen van nieuwsinhouden en -processen en het reflecteren over de eigen rol als gebruiker van nieuws. Hiervoor zijn zowel kennis, vaardigheden als houding van belang (Ahley, Maksl & Craft, 2013). Heel specifiek wordt vooral het concept van factchecken, zijnde het controleren van de herkomst van de feiten vooraleer ze verder worden verspreid (Graves, 2016; Borel, 2016), als interessant en relevant ervaren.

Dit onderzoek

Voorliggende paper rapporteert het survey-onderzoek dat aan Arteveldehogeschool is uitgevoerd in de periode november 2017-april 2018 bij 641 Vlaamse jongeren tussen 15 en 24 jaar. Uitgangspunt van het onderzoek was het verzamelen van data m.b.t. de nieuwsconsumptie van jongeren op Facebook en de kennis en attitudes met betrekking tot fake nieuws en de werking van sociale media.



ONDERZOEKSDOELSTELLINGEN

Het doel van dit survey-onderzoek is het in **kaart brengen van de kennis en de houding van jongeren** met betrekking tot het consumeren van nieuws op Facebook -veruit het belangrijkste sociale medium voor nieuws (Digimeter, 2016). We gaan na in welke mate en op welke manier jongeren nieuws op Facebook consumeren door het vergaren van inzichten rond het lees-, klik- en deelgedrag van jongeren (wat lezen ze, waar klikken ze op door, wat delen ze en waarom?). We onderzoeken ook **wat jongeren weten over de werking van Facebook**, waarbij vooral het gebruik en de impact van algoritmes en filter bubbles van belang is.

We gaan ook na in welke mate jongeren zich vragen stellen over de **juistheid van nieuwsberichten** die ze op Facebook vinden en welke elementen bepalend zijn om nieuws al dan niet als waar in te schatten.

onderzoeksvragen

1. Wat is de kennis van jongeren met betrekking tot de verspreiding van nieuws op Facebook en de werking van Facebook?
2. Wat is de houding van jongeren met betrekking tot het consumeren van nieuws op Facebook?
3. Wat is de attitude van jongeren ten aanzien van de juistheid van nieuwsberichten op Facebook en het factchecken van nieuwsberichten?

ONDERZOEKSAANPAK

In de periode november 2017-april 2018 is een **grootschalige online survey** uitgevoerd om inzicht te krijgen in (1) hoe goed jongeren op de hoogte zijn van de werking van Facebook (m.b.t. bijvoorbeeld algoritmes en filter bubbles) en de verspreiding van nieuws op Facebook, (2) hoe jongeren nieuws consumeren en (3) wat hun attitudes zijn ten aanzien van fake nieuws en factchecken. Met andere woorden: zowel gedrag, attitudes als kennis werden afgetoetst bij Vlaamse jongeren tussen 15 en 24 jaar.

De vragen van de survey zijn bepaald aan de hand van desk research en gepretest door middel van een **pilotstudie** waaraan 288 testjongeren deelnamen. Deze pilotstudie liet toe om dubbelzinnige en onduidelijke vraagstellingen te filteren en/of aan te passen.

De verspreiding van de uiteindelijk survey gebeurde via de netwerken van het Kenniscentrum Mediawijs, verschillende Facebook(groepen) en het aanschrijven van scholen. Om het aantal BSO- en TSO-studenten evenredig te krijgen aan het aantal ASO-, hogeschool- en universiteitsstudenten werd aan een aantal scholen in ruil voor deelname aan de survey een workshop aangeboden. Deze workshop werd door de onderzoekers van dit project uitgewerkt en focuste op hoe fake news is geëvolueerd, waarom Facebook hierin een belangrijke rol speelt, hoe fake nieuws kan worden herkend etc. **De workshop leverde niet enkel bijkomende respondenten voor de surveystudie op, maar bood ook extra kwalitatieve inzichten die dit onderzoeksproject mee vorm geven.**

Na het afsluiten van de survey en het opkuisen van de data, werden er 641 respondenten behouden voor de analyses.



BESCHRIJVING STEEKPROEF

De 641 Vlaamse jongeren die de survey hebben ingevuld zijn allemaal tussen de 15 en 24 jaar. Deze groep bestaat voor 36,2% uit jongens en voor 63,2% uit meisjes (0,6% heeft geen definieerbaar gender). Iets meer dan de helft van de respondenten studeert nog in het secundair onderwijs (59,6%), terwijl de overige 40% onderwijs volgt aan een hogeschool (17,5%) of universiteit (22,9%). De verdeling van de middelbare schoolstudenten binnen de verschillende keuzerichtingen is vrij evenredig: 23,6% volgt een BSO-opleiding, 19,2% een TSO-opleiding en 16,8% een ASO-opleiding.



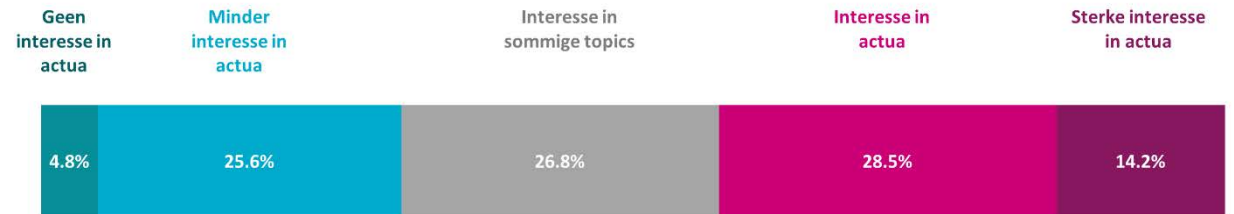
Resultaten

Interesse in actua

Jongeren zijn met nieuws moeilijk te bereiken. Dit betekent echter niet dat ze geen interesse hebben in nieuws. Slechts 4,8% geeft immers aan niet geïnteresseerd te zijn. Het dient gezegd dat het aantal jongeren dat erg geïnteresseerd is, wel eerder beperkt is (14,2%). De meeste jongeren betonen voldoende interesse in nieuws en volgen het minstens één keer per dag op (28,5%). Jongeren met een meer gematigde interesse volgen vooral de topics die hun aanspreken (26,8%) of ze volgen enkel het breaking news of de grotere nieuwsverhalen (25,6%).

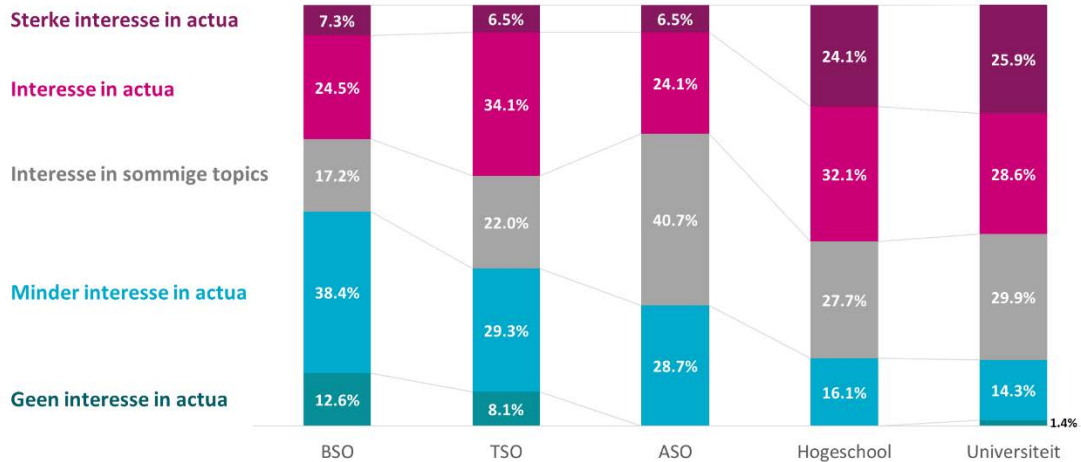
Jongeren hebben interesse in actualiteit

Percentage jongeren met



Hogergeschoolde jongeren hebben meer interesse in actualiteit

Percentage jongeren met



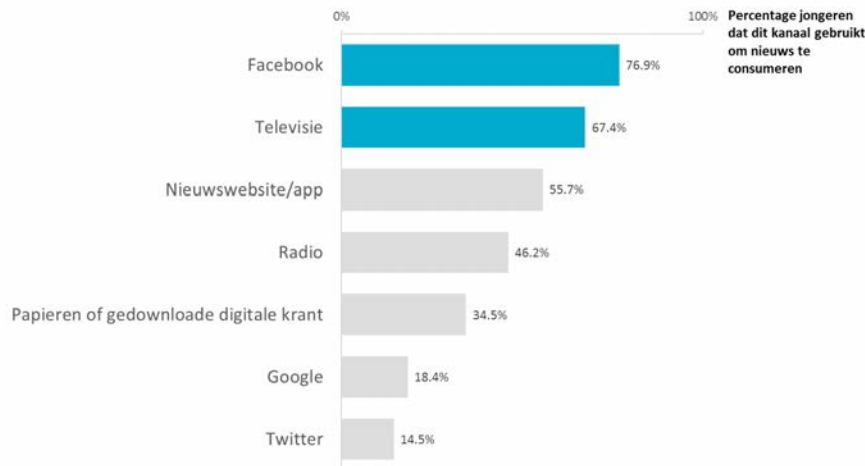
Onder BSO- studenten vinden we de grootste groep jongeren terug die actua eerder occasioneel opvolgt (38,4%) of zelfs helemaal niet (12,6%). Bij TSO- studenten zien we een tweedeling. Evenveel studenten geven aan het nieuws dagelijks te volgen (34,1%) als het nieuws eerder occasioneel te volgen (29,3%). ASO- studenten volgen vooral de nieuwsitems die ze voor zichzelf als relevant inschatten (40,7%). De grootste groep jongeren die grote interesse in nieuws vertonen, vinden we terug onder hogeschool- en universiteitsstudenten (24,1% resp. 25,9%). Zij hebben in het algemeen meer interesse in nieuws.

Nieuwskanalen

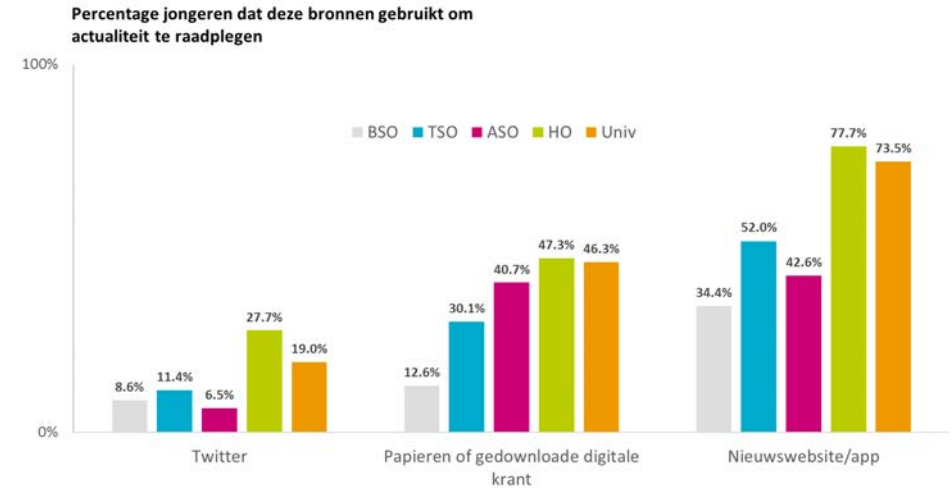
Ongeveer 77% van de Vlaamse jongeren zegt nieuws via Facebook te consumeren, nochtans is de sociaal netwerksite in se geen nieuwskanaal. Enkel televisienieuws (67,4%) komt in de buurt van Facebook. Andere kanalen zoals nieuwswebsites en apps (55,7%), radionieuws (46,2%) en kranten (34,5%) worden minder gebruikt. Twitter (14,5%) of Google (18,4%) worden slechts door een klein percentage van de jongeren geraadpleegd voor nieuws.

Facebook en televisie

zijn de populairste nieuwskanalen bij jongeren

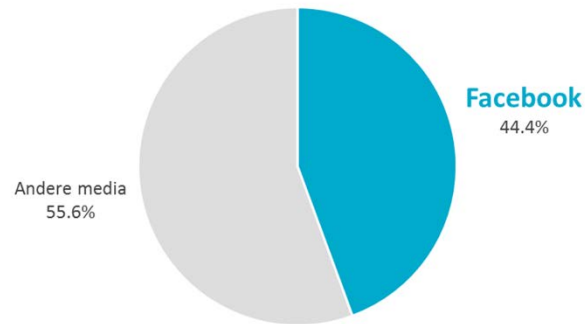


Studenten hoger onderwijs gebruiken meer nieuwsbronnen



Hogeschool- en universiteitsstudenten gebruiken opvallend meer (digitale) kranten (47,3% en 46,3%) en nieuwsapps en -websites (77,7% en 73,5%) dan scholieren in het middelbaar. Twitter is een minder belangrijk nieuwskanaal, maar wordt opnieuw meer gefrequenceerd door studenten in het hoger onderwijs (27,7% van de hogeschoolstudenten en 19,0% van de universiteitsstudenten).

Facebook is de belangrijkste nieuwsbron voor bijna de helft van de jongeren



Voor bijna de helft van de jongeren (44,4%) is Facebook het belangrijkste nieuwskanaal. Opmerkelijk is dat er hierbij weinig verschil is tussen lager en hoger opgeleiden.

56,9% van de jongeren volgt één of meerdere facebookpagina's rond actualiteit. Lager opgeleiden doen dat iets minder dan hoger opgeleiden.

Het soort nieuws dat jongeren op Facebook consumeren is vooral trivia. Hard nieuws, zoals politiek, financiën en economie is helemaal niet populair. Zachtere onderwerpen zoals lifestyle en cultuur scoren al iets beter, maar het zijn vooral de trivia-items, zoals BV- en human interest verhalen, die worden gelezen of bekeken.

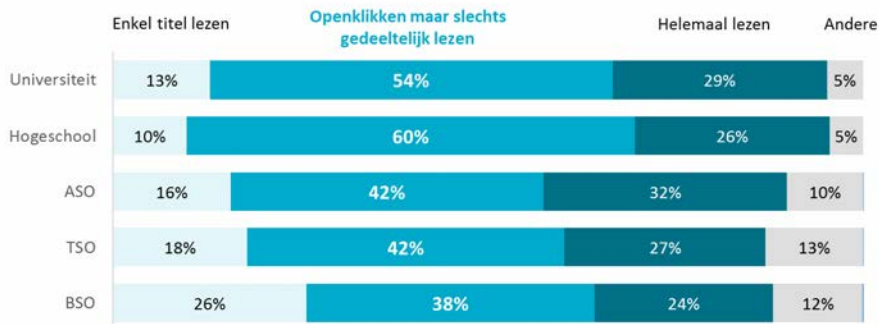


‘Snackcultuur’

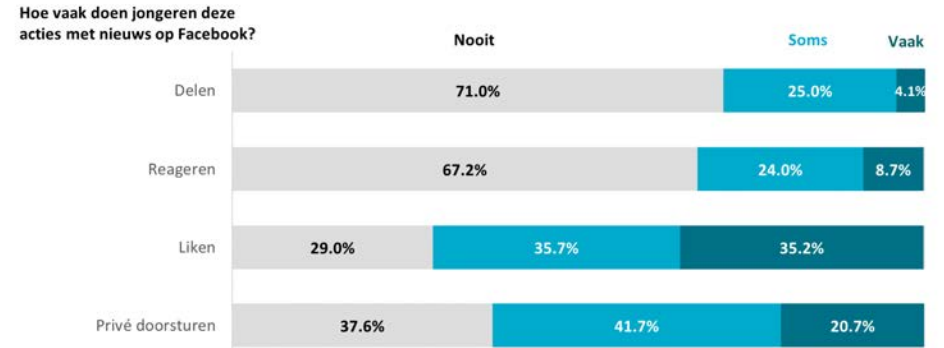
Het nieuws dat op Facebook wordt aangeboden, wordt eerder vluchtig ‘gesnackt’. Ongeveer de helft van de respondenten (47,0%) klikt een actuabericht op Facebook open, maar leest/bekijkt het slechts gedeeltelijk. 1/4de van de BSO-studenten (25,8%) klikt het bericht zelfs niet open en leest enkel de titel.

Jongeren lezen nieuwsberichten op Facebook vaak slechts gedeeltelijk

Hoe diepgaand worden nieuwsberichten gewoonlijk bekeken op Facebook?



Jongeren gaan eerder passief om met nieuws op Facebook



Voorts blijkt dat jongeren vrij passief omgaan met actua op Facebook. Ze delen bijna nooit een bericht (71,0%), en reageren ook heel zelden op berichten (67,2%). Een bericht liken gebeurt iets frequenter (35,2% van de jongeren doet het vaak, 35,7% doet het soms), maar toch geeft 29,0% aan dit nooit te doen. Een bericht privé doorsturen naar iemand wordt respectievelijk door 20,7% en 41,7% van de jongeren vaak of soms gedaan. 37,6% van de jongeren doet dit echter nooit.

Facebookvaardigheden

We polsten aan de hand van een aantal stellingen naar de Facebookvaardigheden van de jongeren. **Kunnen jongeren een Facebookgroep of -pagina aanmaken?** 72,1% antwoordt affirmatief, 24,8% denkt dat ze het kunnen, 3,1% kan het niet. We zien een verschil in antwoorden tussen lager en hoger opgeleiden, doordat lager opgeleiden veel meer twifelen of ze het wel kunnen. 8,6% van de BSO-studenten geeft zelfs aan dat ze geen Facebookgroep of -pagina kunnen aanmaken.

Gelijklopende conclusies gaan op voor de stelling 'Ik weet dat ik kan kiezen om vrienden niet te volgen op mijn tijdslijn zonder dat ik hen hoeft te defrienden'. 77,4% van de jongeren weet dat effectief, 15,3% denkt het, 7,3% weet het niet. Ook hier zien we opnieuw dat lager opgeleiden meer twifelen.

Op de vraag of jongeren weten wat Ticker is op Facebook, antwoordt 81,3% negatief. Slechts 8,4% van de jongeren weet het zeker. Ticker is (was, want na het lanceren van de survey om privacy redenen opgedoekt) een continu veranderend real-time overzicht van wat je Facebook-vrienden online op het platform aan het doen zijn. Het is duidelijk dat de naam in ieder geval niet door de jongeren werd herkend.

Facebookwijsheid

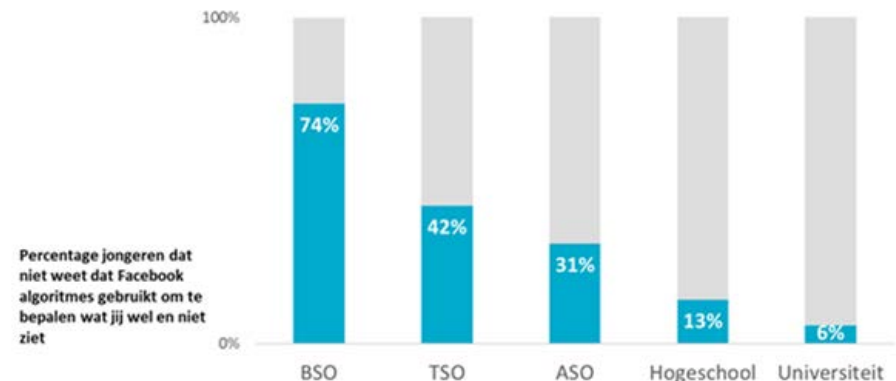
Facebook bewaart **gewiste data**. Ergens weten de jongeren dat wel. Hoewel slechts 31,8% zegt hiervan zeker te zijn, geeft 42,1% aan dat ze denken dat Facebook gewiste data behoudt. Een minderheid van de jongeren (11,7%) is overtuigd dat Facebook dit niet doet, 14,4% geeft aan het niet te weten. Lager opgeleiden zijn er zich minder dan hoger opgeleiden van bewust dat gewiste data niet echt verdwenen zijn.

Facebook **verkoopt ook data**. Respectievelijk 36,5% en 22,8% van de jongeren zegt of denkt dit te weten. 18,7% meent dat Facebook dit niet doet, 22,0% geeft aan dit niet te weten. Opnieuw zien we dat lager opgeleiden zich hier minder van bewust zijn dan hun collega-studenten.

We kunnen bijgevolg stellen dat een groot deel van de jongeren een notie hebben van wat Facebook met de data doet die ze op hun Facebookprofiel posten. Toch blijft er nog een vrij omvangrijke groep jongeren (25 tot 40%, cf. supra) die te weinig op de hoogte is van het datagebruik door Facebook. Vooral lager opgeleiden vormen een kwetsbare groep.

Facebook maakt ook gebruik van **algoritmes** om berichten en advertenties te laten zien die passen bij het profiel van de gebruiker. Hier zien we een groot verschil in kennis tussen lager en hoger opgeleiden. Bijna driekwart van de BSO-studenten (73,5%) is zich hier niet van bewust. Ook TSO-studenten (42,2%) en ASO-studenten (30,6%) scoren hier een pak slechter dan hogeschool- (13,4%) en universiteitsstudenten (5,5%).

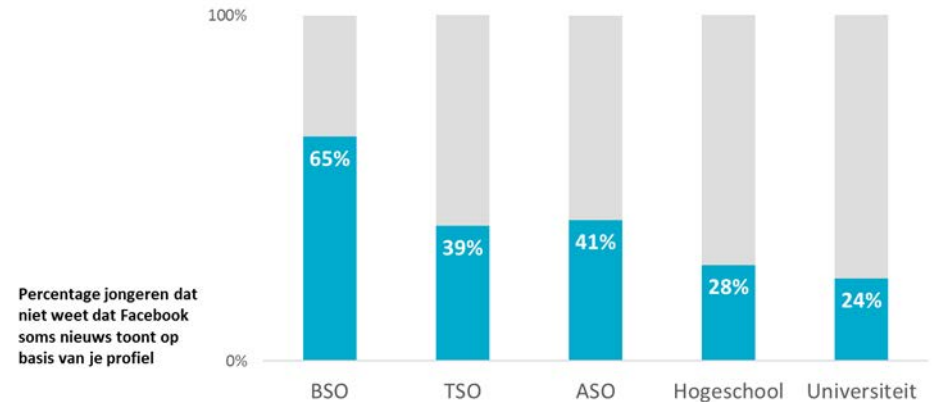
Veel jongeren weten niet dat Facebook algoritmes gebruikt die bepalen wat je te zien krijgt



Op basis van online zoekgedrag en het liken en delen van en reageren op eerdere berichten bepaalt Facebook wat een gebruiker waarschijnlijk interessant vindt. Facebook gaat dan vooral content tonen die binnen deze 'interessante' categorie past, en zal ook vooral content tonen gedeeld of geplaatst door mensen waar je veel contact mee hebt of die qua profiel op jou lijken. Door het gebruik creëert Facebook zo een **filter bubble en echo chamber**. Veel jongeren zijn zich hier echter opnieuw niet helemaal van bewust.

Scholing speelt een belangrijke rol bij het bewust worden van de filter bubble op Facebook en van de gevolgen daarvan. Vooral lager geschoolde jongeren zijn niet op de hoogte van het feit dat Facebook (nieuws)berichten toont die passen bij het profiel van de gebruiker en zo een filter bubble creëert (dit is zo voor 64,9% van de BSO-studenten). Toch is er ook bij hoogopgeleide jongeren nog veel onwetendheid, vooral op vlak van nieuwsberichten. Zo weet een kwart van de jongeren met een universitaire scholing (23,9%) niet dat Facebook soms nieuws toont dat past bij het profiel van de gebruiker.

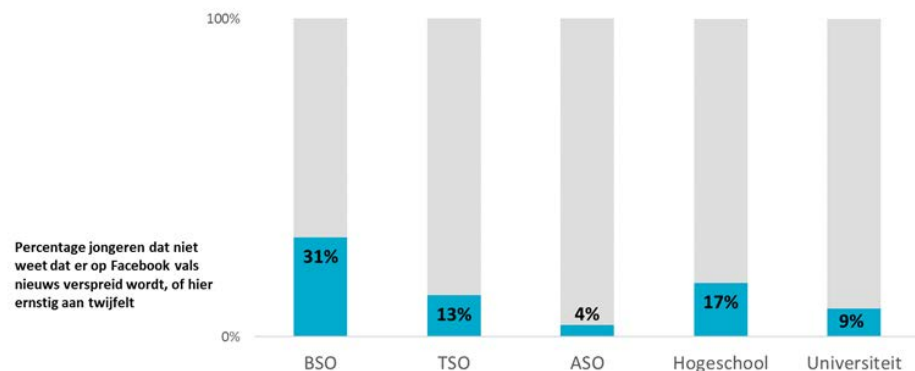
Veel jongeren weten niet dat Facebook soms nieuws toont dat past bij je profiel



Fake nieuws weinig opgemerkt

Facebook is naast andere sociale media één van de grootste katalysators van fake nieuws. Vooral leerlingen uit het BSO zijn zich minder bewust van het feit dat er fake news op Facebook wordt verspreid.

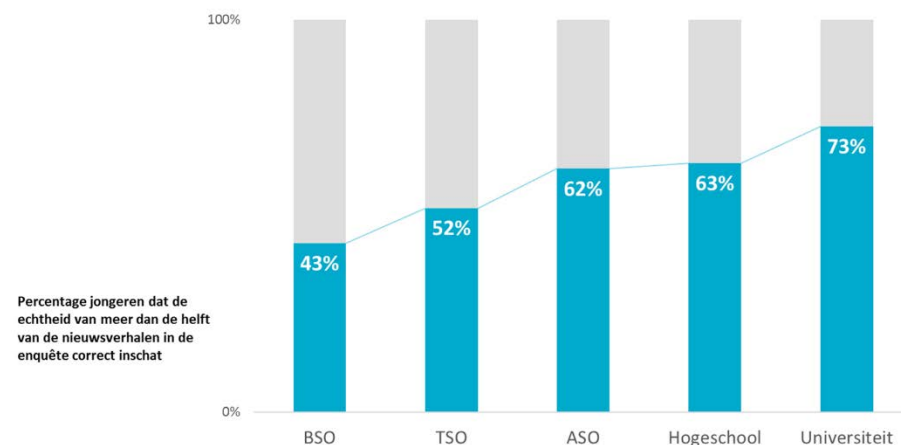
Bijna 1 op 3 leerlingen uit het BSO is zich niet bewust van fake news op Facebook



Fake nieuws onderscheiden is voor alle studenten geen evidentie. Uit de vraag om zes nieuwsverhalen in te schatten als zijnde fake of juist, blijkt hoe moeilijk studenten het hebben om fake nieuwsberichten te herkennen. Een voorbeeld: het verhaal van de asielzoeker die verplegend personeel aanvalt in Gasthuisberg (augustus 2017), schat 59,8% van de studenten correct in (zijnde fout). Rekening houdende met het feit dat dit nepnieuws in alle Vlaamse media is ontmaskerd en er uitvoerig is over bericht, zijn 2 op de 5 respondenten nog steeds niet op de hoogte dat dit om fake nieuws ging. Uit de cijfers blijkt bovendien dat slechts 3% van de bevraagde jongeren erin slaagt alle verhalen correct in te schatten.

Hoger opgeleide jongeren slaagden er beter in om vals nieuws te ontmaskeren. 72,8% van de universiteitsstudenten slaagde erin om meer dan de helft van de verhalen correct in te schatten. Bij BSO-leerlingen was dit slechts 43,0%. **Opnieuw speelt scholing een belangrijke rol in het herkennen van fake news.**

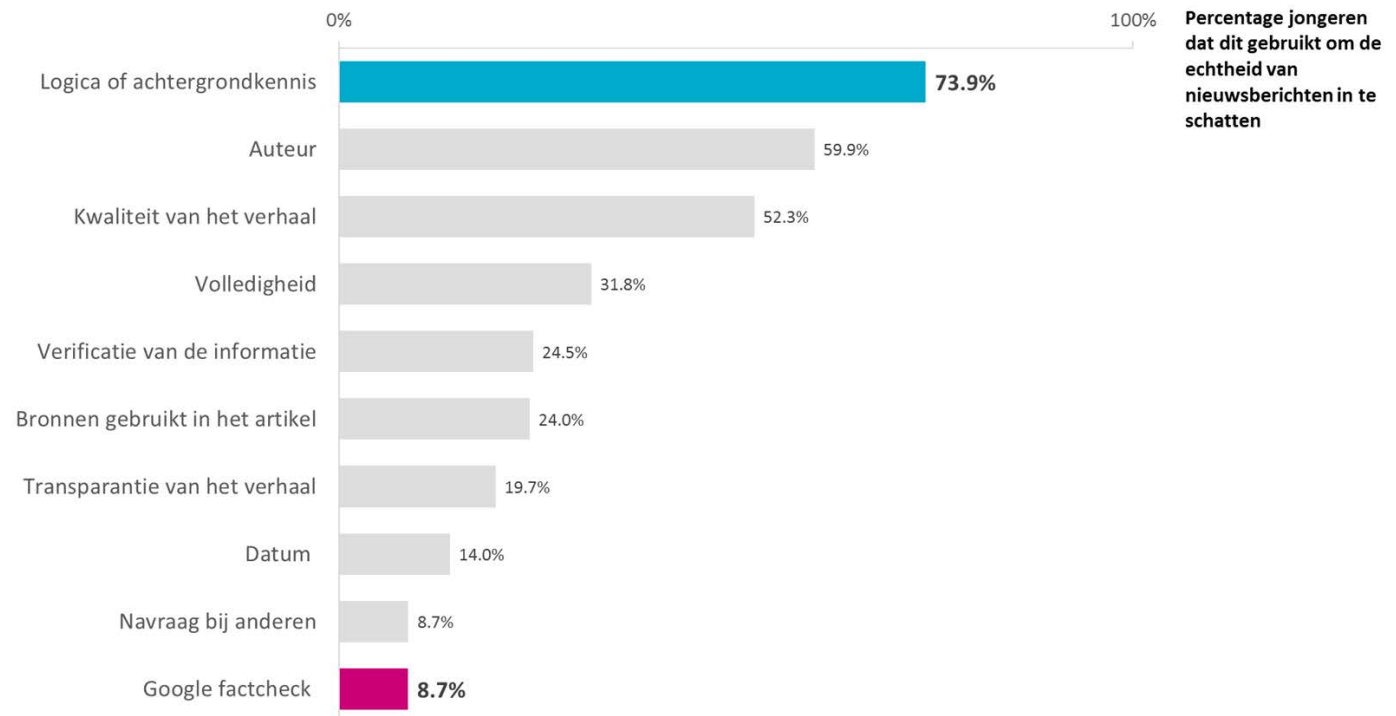
Hogeropgeleide jongeren kunnen fake news beter herkennen



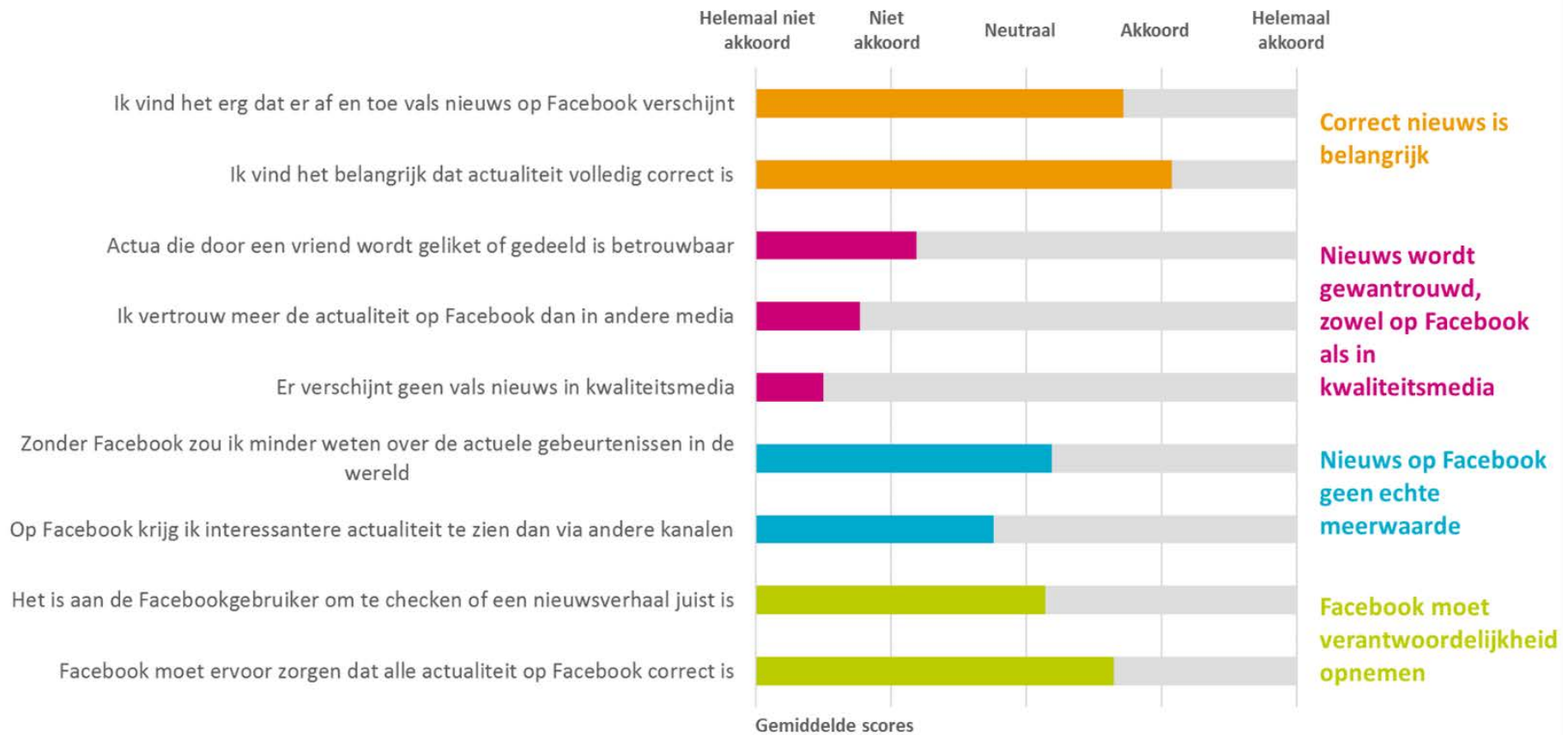
Factchecking door jongeren

Jongeren geven aan dat ze vooral op hun **persoonlijke logica**, achtergrondkennis of intuïtie afgaan om de juistheid van een verhaal in te schatten. Enkel de auteur van het artikel wordt ook wel eens gecheckt alsook de kwaliteit van het verhaal. Factchecking via Google wordt slecht heel af en toe toegepast om de echtheid van nieuws na te gaan.

Jongeren gebruiken vooral hun **eigen logica en achtergrondkennis** om de waarheid van een nieuwsbericht te bepalen



Wat is de mening van jongeren over fake news en nieuws op Facebook?



Liggen jongeren wakker van fake nieuws?

Jongeren vinden fake nieuws echt een probleem. Ze geven aan dat het belangrijk is dat het nieuws dat ze lezen of bekijken, via Facebook of via andere kanalen, correct is. Veel jongeren vinden het erg dat er af en toe fake nieuws op Facebook verschijnt.

Het vertrouwen van jongeren in de media is niet groot. **Jongeren staan kritisch tegenover nieuws op Facebook, ook wanneer het door vrienden wordt geliket of gedeeld.** Maar ze zijn ook kritisch voor andere nieuwskanalen en kwaliteitsmedia, zoals VRT- of VTM-nieuws of kwaliteitskranten zoals De Standaard.

Over de meerwaarde van Facebook ten opzichte van andere nieuwskanalen zijn de meningen verdeeld. Veel jongeren vinden niet dat Facebook interessanter nieuws brengt of dat Facebook er echt voor zorgt dat zij meer op de hoogte zijn van actuele gebeurtenissen in de wereld.

Wanneer aan jongeren gevraagd wordt wie er verantwoordelijkheid moet opnemen in de strijd tegen fake news wijzen jongeren naar zichzelf, maar zeker ook in de richting van Facebook. **Jongeren vinden dat Facebook ervoor moet zorgen dat alle nieuws dat op het platform verschijnt en gedeeld wordt correct is.**

Besluit en reflectie

Jongeren en nieuws is een moeilijk huwelijk. Er mag echter niet worden uitgegaan van de idee dat jongeren niet geïnteresseerd zijn in nieuws. Het merendeel van hen is dat wel, alleen consumeren ze nieuws anders dan veel volwassenen. Nieuws is vooral interessant als het aansluit bij hun leefwereld of interesses (en dat is eerder zacht en

trivia nieuws dan hard nieuws). De tijd die ze aan nieuws spenderen is eerder beperkt, nieuws wordt vooral gesnackt.

Facebook is en blijft voor jongeren een heel belangrijk nieuwsmedium. Als we kijken naar hun eigen inschatting van hun Facebookvaardigheden, kunnen we stellen dat jongeren redelijk goed op de hoogte zijn van de Facebookfunctionaliteiten. Vooral lager opgeleide scholieren zijn iets minder Facebookwijs als het om de bestemming van data gaat, het inzetten van algoritmes door Facebook, het voorkomen van filter bubbles en echo chambers op Facebook en het verspreiden van fake nieuws via Facebook.

Wat het herkennen van fake nieuws betreft, stellen we vast dat alle jongeren hiermee worstelen. Veelal wordt dan ook alleen op de eigen kennis en intuïtie vertrouwd. Andere parameters worden nauwelijks gebruikt om informatie te checken. Daarom hebben we een checklist samengesteld die het identificeren van fake nieuws vereenvoudigt. Deze is in de bijlage terug te vinden.

Geruststellend is de vaststelling dat jongeren fake nieuws een probleem vinden. Toch is er ook op dit vlak nog werk aan de winkel aangezien nog niet iedereen ten volle het belang van correct nieuws onderschrijft. In het rapport werd al een paar keer verwezen naar het belang van scholing en hoe scholing weldegelijk een verschil kan maken. We namen zelf de proef op de som. Met ons onderzoeksteam zijn we een paar weken het 'veld' ingetrokken en hebben we workshops gegeven rond 'Facebook en fake nieuws' aan voornamelijk BSO- en TSO-leerlingen. Deze werden als heel waardevol gepercipieerd. De aandacht voor fake nieuws en sociale media kan echter structureler ondersteund worden door media-/nieuwswijsheid prominenter in de eindtermen van lagere en middelbare scholen aan bod te laten komen. Wij werken alvast aan materiaal voor leerkrachten en leerlingen om dit mee te helpen bewerkstelligen. Het onderzoek wordt bovendien verder gezet zodat de ontwikkelde ondersteuning op nog meer onderzoeksdata kan worden geënt.

Contactgegevens

Annelore Deprez

Onderzoeker binnen de opleiding Journalistiek,
Arteveldehogeschool Gent

[E] annelore.deprez@arteveldehs.be
[T] 09/234.76.89
[A] Campus Kantienberg, Voetweg 66, 9000 Gent
[W] <https://www.arteveldehogeschool.be/onderzoek/onderzoeks-en-dienstverleningscentra-odcs/entrepreneurship-30/onze-experten>

Lotte Vermeulen

Onderzoeker binnen de opleiding Communicatiemanagement,
Arteveldehogeschool Gent

[E] lotte.vermeulen@arteveldehs.be
[T] 09/234.76.82
[A] Campus Kantienberg, Voetweg 66, 9000 Gent
[W] <https://www.arteveldehogeschool.be/onderzoek/onderzoeks-en-dienstverleningscentra-odcs/entrepreneurship-30/onze-experten>

Clio Janssens

Onderzoeker binnen de opleiding Communicatiemanagement,
Arteveldehogeschool Gent

[E] clio.janssens@arteveldehs.be
[T] 09/234.76.89
[A] Campus Kantienberg, Voetweg 66, 9000 Gent

Meer gegevens over het PWO-project “**Is het echt waar?! Nieuwswijsheid en factchecken als katalysator voor kritisch burgerschap**” vind je terug op:
<https://www.arteveldehogeschool.be/projecten/het-echt-waar-nieuwswijsheid-en-factchecken-als-katalysator-voor-kritisch-burgerschap>



Bijlage: Checklist



FOTO'S

#bewerkingen
#ReverselImageSearch



TAAL

#dt #spelling



ANDERE MEDIA

#nuance #zelfdenieuws
#invalshoeken



VRIENDEN

#DTV #DTA



LINKS

#fakehyperlink



DATUM

#vandaag
#oudnieuws



AUTEUR

#Journalist



BRON

#expert #echtequote
#QOTD



SITE

#VRTNWS #VTMNieuws
#Facebook #Google