



Medegefinancierd door
de Europese Unie

Gefinancierd door de Europese Unie. Opvattingen en meningen zijn echter uitsluitend die van de auteur(s) en komen niet noodzakelijkerwijs overeen met die van de Europese Unie of het Uitvoerend Agentschap voor onderwijs en cultuur (EACEA). Noch de Europese Unie, noch EACEA kan hiervoor verantwoordelijk worden gehouden.



MIL and PRE-BUNKING Benaderingen voor kritisch denken in de onderwijssector.

D2.1 – MIL & Debunking:

GEGEVENS, BEHOEFTE, GOEDE PRAKTIJKEN



Co-funded by
the European Union

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.



Project Information

Project acronym: MILES

Project title: MILES - MIL en PRE-
BUNKING benaderingen voor kritisch
denken in de onderwijssector

Call: [ERASMUS-EDU-2023-PI-
FORWARD] — [ERASMUS-EDU-2023-
PI-FORWARD-LOT1]

Project number: 101132716

Authoring partner: GO!

Date of preparation: Januari 2025



Inhoudsopgave

1. Errore. Il segnalibro non è definito.

1.1 Samenvatting van het project	4
----------------------------------	---

1.2 Samenvatting van het verslag j	6
------------------------------------	---

2. Errore. Il segnalibro non è definito.

2.1	8
-----	---

2.2	14
-----	----

1) Statistieken over MIL en datageletterdheid:	18
--	----

2) Huidige trends	20
-------------------	----

3) Obstakels en kansen	22
------------------------	----

2.3 Veelbelovende praktijken	24
------------------------------	----

3. Errore. Il segnalibro non è definito.

3.1 Interviews	38
----------------	----

3.1.1 Bemonstering	39
--------------------	----

3.1.2 Opzet van het interview	40
-------------------------------	----

3.1.3 Ethische overwegingen	41
-----------------------------	----

4. 49

4.1 Belanghebbenden	43
---------------------	----

4.2 Beleidsmakers	47
-------------------	----

Open ruimte voor ideeën, citaten, opmerkingen, enz.	50
---	----

4.3 Actoren in de schoolomgeving	51
----------------------------------	----

3.2.1 Steekproeftrekking, ontwerp van vragenlijsten en gegevensverzameling	55
--	----

5. Analyseresultaten van vragenlijsten 56

5.1 Van een nationale naar een transnationale dimensie	56
--	----

5.2 Vergelijking	58
------------------	----

5.3 Nieuws Consumptiepatronen	60
-------------------------------	----

5.4 Percepties van nepnieuws	60
------------------------------	----

5.5 Onderwijsbehoeften en beste praktijken	60
--	----

5.6 Belangrijkste inzichten	61
-----------------------------	----



5.7.	72
5.8 Blootstelling aan nieuwsbronnen	67
5.9 Perceptie en impact van nepnieuws	76
5.10 Informatiezoekgedrag	82
5.11 Mediageletterdheid en onderwijs	84
5.12 Bevindingen uit de vragenlijst voor studenten	88
<i>Uitdagingen en toekomstige richtingen</i>	106
<i>Aanbevelingen en conclusies</i>	112
<i>Referenties</i>	116
<i>Bijlage 1 - Lijst van personen betrokken bij de interviewfase en hun profiel</i>	125
<i>Bijlage 2 - Sjabloon voor interviews</i>	133
<i>Bijlage 3 - Vragenlijsten voor volwassenen</i>	135
<i>Bijlage 4 - Vragenlijst voor jongeren</i>	140



1. Inleiding

1.1 Samenvatting van het project

Het project **MILES - MIL and PRE-BUNKING approaches for Critical thinking in the education sector** is een samenwerkingsinitiatief gefinancierd door het Erasmus+-programma. Elf partners uit tien Europese lidstaten werken eraan mee. Het project wil desinformatie en digitale manipulatie aanpakken. Deze problemen beïnvloeden ook het onderwijs en belet leerlingen om geïnformeerde en kritische burgers te worden. In een tijdperk van snelle en toegankelijke informatie waar de bron niet altijd duidelijk is, is mediageletterdheid, pre-bunking en datageletterdheid een noodzakelijke vaardigheid. Het MILES-project wil daarom leerkrachten en toekomstige leerkrachten opleiden tot 'agenten van verandering', met een grotere weerbaarheid tegen desinformatie kunnen zij kritisch denken in de klas en maatschappij stimuleren.

De belangrijkste doelstellingen van MILES zijn:

- Het ontwikkelen en implementeren van trainingsprogramma's voor leerkrachten en toekomstige opvoeders op het gebied van mediageletterdheid, pre-bunking (het vooraf weerleggen van nepnieuws) en datageletterdheid. Deze programma's worden aangeboden op twee niveaus: Initiële Lerarenopleiding (ITE) en Permanente Professionele Ontwikkeling (CPD).
- Leerkrachten en opvoeders opleiden als katalysatoren van kritisch denken, door een netwerk te creëren van leerkrachten die innovatieve methodologieën in hun dagelijkse praktijk integreren en verder verspreiden.
- Het integreren van pre-bunking en datageletterdheid in het schoolcurriculum, waarbij leerkrachten pedagogisch worden geschoold om hulpmiddelen te ontwikkelen en workshops te organiseren waarin leerlingen leren hoe zij valse en misleidende informatie kunnen herkennen en kritisch analyseren.
- Families en onderwijsgemeenschappen betrekken bij activiteiten rondom digitale geletterdheid. Hierbij worden creatieve middelen, zoals door leerlingen ontworpen bordspellen, ingezet om het bewustzijn over de gevaren van desinformatie te vergroten en een cultuur van kritisch denken buiten de schoolomgeving te stimuleren.
- Het creëren van een blijvende en duurzame impact op digitaal onderwijs in Europa, door beleidsmakers en onderwijsbelanghebbenden te betrekken en zo de continuïteit en herhaalbaarheid van de ontwikkelde methodologieën te waarborgen.



Het project richt zich op het aanbieden van duidelijke en effectieve trainingsprogramma's voor digitale en kritische geletterdheid, voor zowel beginnende als ervaren leerkrachten.

• **Training** **op** **ITE-niveau**

Deze trainingen helpen beginnende leerkrachten om al aan de start van hun loopbaan kritische en digitaal bewuste lesmethoden toe te passen. Dit is belangrijk omdat veel leerkrachten nog niet over de juiste vaardigheden beschikken om met de uitdagingen van een digitale wereld vol desinformatie om te gaan.

• **Training** **op** **CPD-niveau**

Deze training is gericht op ervaren leerkrachten en biedt praktische tools om desinformatie aan te pakken en een cultuur van kritisch denken in de klas te stimuleren.

MILES hoopt hiermee in totaal 180 leerkrachten op te leiden, verdeeld over beide trainingsniveaus. Naast deze trainingen ontwikkelt MILES praktische hulpmiddelen voor deze leerkrachten. Want zij krijgen de taak om een 'gereedschapskist' te maken met activiteiten die leerlingen aanleren om desinformatie te herkennen en te weerleggen, een proces dat bekend staat als pre-bunking. Dit concept is geïnspireerd door het idee van psychologische vaccinatie. Door leerlingen in een veilige omgeving bloot te stellen aan kleine hoeveelheden desinformatie, zijn ze beter voorbereid op echte situaties. Dankzij klassikale workshops zullen ongeveer 540 leerlingen de kans krijgen om dit in de praktijk uit te testen.

MILES betreft ook families en gemeenschappen door middel van een educatief bordspel. Tijdens speciale workshops kunnen leerlingen hun kennis over desinformatie delen met hun ouders. Deze activiteiten vergroten het bewustzijn over de risico's van desinformatie en stimuleren kritisch denken buiten de schoolomgeving. Naar schatting zullen 270 ouders en verzorgers deelnemen, wat ook bijdraagt aan een sterkere band tussen school en gezin.

Het project wil niet alleen leerkrachten en leerlingen versterken in de digitale context, maar ook bijdragen aan een veerkrachtigere Europese samenleving. Op korte termijn zullen de trainingen leerkrachten helpen om effectief om te gaan met desinformatie, terwijl leerlingen vaardigheden ontwikkelen die ze in de digitale wereld kunnen toepassen. Op de lange termijn draagt MILES bij aan een samenleving die bewuster omgaat met digitale manipulatie.

Door samen te werken met beleidsmakers en belanghebbenden wil het project zorgen voor een permanente educatieve innovatie. De methodologieën en richtlijnen van MILES kunnen



op lokaal, nationaal en Europees niveau worden gebruikt en aangepast, en zo bijdragen aan een toekomst waarin kritisch denken en digitale geletterdheid centraal staan in het onderwijs.

Het MILES)partnership bestaat uit de volgende partners:

- Coördinator: [Centro per lo Sviluppo Creativo Danilo Dolci](#) (Italië)
- [OLAE](#) - Associação de Investigação Observatório Lusófono de Actividades Económicas (Portugal)
- [Aproximar](#) - Cooperativa de Solidariedade Social (Portugal)
- [ALSDGC](#) - Asociația Lectura și Scrierea pentru Dezvoltarea Gândirii Critice (Roemenië)
- [Bupnet](#) - Duitsland
- [KMOP](#) - Onderwijshub (Griekenland)
- [GO!](#) - België
- [Cardet](#) - Centrum voor de bevordering van onderzoek en ontwikkeling in onderwijstechnologie (Cyprus)
- [die Berater](#) - Oostenrijk
- [Atermon](#) - Nederland
- [Danmar](#) Computers - Polen

1.2 Samenvatting van het verslag

Dit rapport is gebaseerd op het werk van deze Europese partners, die onderzoek hebben gedaan via interviews, deskresearch en online enquêtes. In deze eerste onderzoeksfase werd de situatie rond mediageletterdheid (MIL) in elk land onderzocht, met de nadruk op trends, leerbehoeften en inspirerende voorbeelden die kunnen worden gebruikt in volgende stappen van het project. Het onderzoek vond plaats in de volgende landen: **Italië, Portugal, Roemenië, Duitsland, Griekenland, België, Cyprus, Oostenrijk, Nederland en Polen.**

- Deskresearch per land: onderzoek naar de nationale situatie, literatuur en vijf goede voorbeelden binnen de projectthema's.
- Interviews: in elk land werden vijf beleidsmakers, vijf actoren in de schoolomgeving en twee andere belanghebbenden geïnterviewd, wat resulteerde in 124 gesprekken.
- Online enquêtes: in elk land namen 100 mensen deel (70 volwassenen, voornamelijk leerkrachten, en 30 jongeren), met in totaal 1.159 respondenten.

Uit de interviews bleek **een opleiding in mediageletterdheid en het integreren van kritisch denken in onderwijsprogramma's** cruciaal te zijn om nepnieuws en desinformatie aan te pakken.

Wat overal ook naar voren komt, is de snelle ontwikkeling van media en verfijnde desinformatietactieken. Deze maken het moeilijk om betrouwbare bronnen te onderscheiden. Dit fenomeen is beter bekend als 'infodemie', iets waar opvoeders en beleidsmakers zich veel zorgen om maken. Jongeren zijn immers extra kwetsbaar, omdat zij vaak sociale media gebruiken als hun primaire nieuwsbron.

Een ander probleem is het **tekort aan permanente training voor leerkrachten**, waardoor zij niet altijd beschikken over de nieuwste digitale hulpmiddelen en technieken om desinformatie tegen te gaan.

Het onderzoek wijst ook op het belang om gemeenschappen betrekken bij mediageletterdheidsprojecten. **Samenwerking** tussen ouders, scholen en mediaorganisaties kunnen leerlingen praktijkervaring geven en leiden tot een beter begrip van het medialandschap.

Veelbelovende praktijkvoorbeelden zoals het "News Literacy Project" en "Segura Net" tonen aan dat praktische technieken en samenwerkingen effectief kunnen zijn. Daarnaast zijn boeken zoals "Gosto, logo existo" aanbevolen omwille van hun educatieve waarde bij het behandelen van onderwerpen over mediageletterdheid.

De beleidsaanbevelingen benadrukken dat **mediageletterdheid een vaste plek moet krijgen in alle vakgebieden van het onderwijs, te beginnen vanaf een jonge leeftijd**. Het leren herkennen van desinformatie, het ontwikkelen van kritisch denkvermogen en het bevorderen van diversiteit en tolerantie zijn cruciaal. Er is ook een oproep aan journalisten om nauwkeuriger te werken en feiten goed te controleren. Dit vergroot de geloofwaardigheid van nieuws dat wordt verspreid.

Nationale strategieën moeten aansluiten bij Europese richtlijnen omdat desinformatie geen grenzen kent. Tegelijk moet men ook rekening houden met de lokale context en de verschillende achtergronden van leerlingen en de diverse gevolgen van desinformatie.

Daarnaast pleiten de rapporten voor een gecombineerde aanpak van technologie, wetgeving en onderwijs. Het gebruik van technologie om desinformatie te detecteren, wetgevende maatregelen om verspreiding tegen te gaan en educatieve programma's om weerbaarheid op te bouwen.

Al deze rapporten van het MILES-project pleiten voor een veelzijdige aanpak van nepnieuws en desinformatie, want deze fenomenen zijn zowel verwant aan elkaar als verschillende concepten.



Nepnieuws

Nepnieuws verwijst naar nieuwsartikelen of mediacontent die opzettelijk valse informatie bevat, bedoeld om als echt nieuws over te komen. Het doel is vaak om lezers te misleiden of te beïnvloeden. Soms wordt nepnieuws gebruikt om meningen te sturen, aandacht te trekken (clickbait) of verontwaardiging op te wekken. Hoewel

Desinformatie

Desinformatie is opzettelijk verspreide, valse informatie die bedoeld is om mensen te misleiden of te manipuleren. Het gaat niet alleen om nepnieuws, maar omvat ook tactieken zoals vervalste afbeeldingen, deepfake-video's en propaganda. Het wordt vaak ingezet om de publieke opinie te beïnvloeden, individuen of groepen in diskrediet te brengen of

Beide zijn een probleem, maar desinformatie wordt vaak bewust en met slechte bedoelingen verspreid, terwijl nepnieuws soms onbedoeld wordt gedeeld door mensen die denken dat het waar is. Om dit aan te pakken, is er nood aan een beter onderwijs in mediageletterdheid, training voor leraren, samenwerking met de gemeenschap en duidelijke beleidskaders. Met deze aanpak kunnen landen een samenleving opbouwen die goed geïnformeerd is en kritisch nadenkt over informatie.

2. Bureauonderzoek

2.1 Literatuuroverzicht

Het MILES-project richt zich op het analyseren van nepnieuws en desinformatie in verschillende partnerlanden en biedt een uitgebreid overzicht van relevante literatuur. Uit de besproken literatuur blijkt **de snelle evolutie van digitale media** en **de grote invloed ervan op de verspreiding van valse informatie**. Wetenschappers en deskundigen zijn het erover eens dat sociale mediaplatforms niet alleen het bereik maar ook de snelheid van desinformatie hebben vergroot. Dit heeft geleid tot een complexe informatiesituatie waarin mensen steeds meer moeite hebben om feiten van fictie te onderscheiden.

Voor dit onderzoek is niet alleen gebruik gemaakt van studies en gegevens uit de landen van de Europese Unie, maar ook van onderzoeken uit niet-EU-landen en ervaringen uit andere werelddelen.

Een belangrijk terugkerend thema in de literatuur is het concept van de 'infodemie'. Dit verwijst naar de overweldigende hoeveelheid informatie, zowel waar als onwaar, die mensen dagelijks tegenkomen. Deze overdaad aan informatie bemoeilijkt het vermogen om betrouwbare en onbetrouwbare bronnen van elkaar te onderscheiden. Verschillende studies wijzen erop dat **vooral jongeren een bijzonder kwetsbare groep zijn**, omdat zij intensief gebruik maken van sociale media als primaire bron van nieuws en informatie. Zij hebben **nood aan betere digitale vaardigheden**. Dit blijkt uit onder meer uit de rapporten van het Amerikaanse Pew Research Center. De Stanford History Education Group (SHEG) ontdekte daarnaast dat middelbare scholieren en studenten moeite hebben om de betrouwbaarheid van online informatie te beoordelen. Het rapport "Evaluating Information: The Cornerstone of Civic Online Reasoning" laat zien dat jongeren vaak niet in staat zijn onderscheid te maken tussen geloofwaardige en onbetrouwbare bronnen.

Ook in het Verenigd Koninkrijk zijn vergelijkbare problemen vastgesteld. Volgens het jaarlijkse rapport "Children and Parents: Media Use and Attitudes" van Ofcom zijn jongeren steeds meer afhankelijk van sociale media voor nieuws en informatie, terwijl ze niet altijd over de vaardigheden beschikken om de nauwkeurigheid van deze informatie te beoordelen. Het rapport van de National Literacy Trust, "Fake News and Critical Literacy" (2018), kwam tot dezelfde conclusie en noemt jongeren een kwetsbare groep voor de gevolgen van desinformatie.

De literatuur benadrukt herhaaldelijk de nood aan verbeterde mediageletterdheid zodat mensen beter uitgerust zijn met de vaardigheden die nodig zijn om de enorme hoeveelheid informatie die zij consumeren te beoordelen. Onderzoekers stellen dat mediageletterdheid vanaf jonge leeftijd een basiselement van het onderwijs moet zijn, zoals zoals het Nationale Plan voor Mediageletterdheid en de Nationale Strategie voor Burgerschapsvorming in Portugal doet. Ook Finland wordt vaak genoemd als een voorbeeld van *best practices*. Mediageletterdheid is daar geïntegreerd in het nationale curriculum. UNESCO heeft Finland toonaangevend genoemd op het gebied van mediageletterdheid. Het Finse Nationaal Agentschap voor Onderwijs heeft deze integratie gedetailleerd uitgewerkt, waarbij de focus ligt op het bevorderen van kritisch denken en het beschermen van leerlingen tegen de risico's van desinformatie.

Een ander belangrijk aandachtspunt in de literatuur is de cruciale rol van leerkrachten bij het bestrijden van desinformatie. Het bieden van voortdurende professionele ontwikkeling aan

leraren is essentieel, zodat zij op de hoogte blijven van de nieuwste digitale hulpmiddelen en strategieën om desinformatie tegen te gaan. In Canada bijvoorbeeld zijn modules over digitale geletterdheid en kritisch denken opgenomen in lerarenopleidingen, zodat docenten beter voorbereid zijn op de uitdagingen van het digitale informatielandschap.

De literatuur benadrukt dat **effectieve trainingsprogramma's voor leerkrachten** niet alleen mediageletterdheid moeten omvatten, maar ook onderwerpen als kunstmatige intelligentie en algoritmische geletterdheid. Deze gebieden worden steeds belangrijker, omdat algoritmen een grote rol spelen bij de verspreiding van informatie op sociale mediaplatforms. In Canada bijvoorbeeld hebben lerarenopleidingen modules over digitale geletterdheid en kritisch denken opgenomen om toekomstige leerkrachten beter voor te bereiden op de uitdagingen die desinformatie met zich meebrengt.

Naast onderwijs speelt ook de **betrokkenheid van de gemeenschap** een grote rol bij het bestrijden van desinformatie. Veel onderzoekers pleiten voor een geïntegreerde aanpak waarin ouders, lokale gemeenschappen en mediaorganisaties samenwerken om mediageletterdheid te bevorderen. Voorbeelden uit Australië laten zien hoe samenwerking tussen scholen, ouders en lokale media heeft geleid tot succesvolle initiatieven om het publiek bewuster te maken van de risico's van desinformatie.

Andere succesvolle initiatieven zijn het News Literacy Project in Londen en het Segura Net-programma in Portugal. Deze programma's bieden effectieve hulpmiddelen en kaders voor leraren en studenten om kritische mediageletterdheid te ontwikkelen. Ook educatieve materialen, zoals het boek "Gosto, logo existo" dat is ontwikkeld door het Portugese Ministerie van Onderwijs, spelen een belangrijke rol bij het bevorderen van mediageletterdheid op een toegankelijke en aantrekkelijke manier. Vergelijkbare programma's in Zweden, zoals het initiatief "Media and Information Literacy," bieden uitgebreide hulpmiddelen en trainingen die zowel leraren als leerlingen ondersteunen.

Ten slotte bespreken veel studies **de rol van technologie en wetgeving** in de aanpak van desinformatie. Technologische oplossingen, zoals algoritmen voor het detecteren van valse informatie, worden steeds belangrijker. Daarnaast onderstrepen onderzoekers het belang van wetgevende kaders om de verspreiding van desinformatie te reguleren. Deze twee elementen zijn essentieel om, naast factchecking-mechanismen en een grotere journalistieke kwaliteit, het publieke vertrouwen in informatie te behouden. Hier volgen enkele voorbeelden van studies en rapporten die de noodzaak benadrukken van technologische oplossingen en wetgevende kaders om desinformatie aan te pakken:



- **"Tackling Online Disinformation: A European Approach" (2018)** - Dit rapport schetst de strategie van de Europese Unie om desinformatie tegen te gaan door een combinatie van technologische oplossingen, waaronder kunstmatige intelligentie en machinaal leren (*machine learning*) voor moderatie, en wetgevende inspanningen om de verspreiding van valse informatie te reguleren. Het rapport pleit voor een sterker regelgevend kader om ervoor te zorgen dat digitale platforms verantwoording afleggen. Bron: Europese Commissie. (2018). "Online desinformatie aanpakken: Een Europese aanpak."
- **"De wereldwijde desinformatieorde: 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation" door Oxford Internet Institute** - Deze studie bekijkt de rol van technologische hulpmiddelen, zoals botdetectiesoftware, om desinformatiecampagnes te identificeren en te limiteren. Het benadrukt ook het belang van overheidsbeleid en internationale samenwerking bij het reguleren van sociale mediaplatforms. Bron: Bradshaw, S., & Howard, P. N. (2019). "De wereldwijde desinformatieorde: 2019 Global Inventory of Organised Social Media Manipulation." Oxford Internet Institute.
- **"Artificial Intelligence and the Fight Against Disinformation" door NATO StratCom Centre of Excellence** - Dit rapport bespreekt de rol van AI-gebaseerde oplossingen bij het detecteren van nepnieuws, inclusief deepfakes, en hoe AI kan worden gebruikt om factchecking te verbeteren. Het rapport gaat ook in op de noodzaak van sterke beleidskaders om de ethische en regelgevende uitdagingen aan te pakken die AI-gebaseerde tools met zich meebrengen bij het bestrijden van desinformatie. Bron: NATO StratCom Centre of Excellence. (2020). "Kunstmatige intelligentie en de strijd tegen desinformatie."
- **"Desinformatie en 'nepnieuws': Final Report" van de commissie Digital, Culture, Media and Sport van het Britse Lagerhuis (2019)** - Dit rapport benadrukt de noodzaak van een wettelijk kader om sociale mediaplatforms verantwoordelijk te houden voor de verspreiding van desinformatie. Het pleit ook voor technologische innovatie om valse informatie te helpen detecteren en roept op tot strengere regelgeving voor politieke reclame op digitale platforms. Bron: House of Commons Digital, Culture, Media and Sport Committee. (2019). "Desinformatie en 'Fake News': Final Report."
- **UNESCO's "Journalism, 'Fake News' & Disinformation: Handbook for Journalism Education and Training"** - Hoewel dit handboek gericht is op journalistiek, bespreekt het ook de technologische en wetgevende benaderingen die nodig zijn om desinformatie te bestrijden. Het benadrukt de rol van geautomatiseerde detectietools en doet beleidsaanbevelingen voor initiatieven op het gebied van media- en digitale geletterdheid. Bron: UNESCO. (2018). "Journalistiek, 'Nepnieuws' & Desinformatie: Handbook for Journalism Education and Training."



De volgende studies benadrukken de kritieke rol van zowel technologische innovatie als regelgevende maatregelen bij het creëren van een allesomvattende strategie om de verspreiding van desinformatie tegen te gaan.

- **Wetgevende inspanningen in Duitsland**, door middel van de Network Enforcement Act, laten zien hoe regelgevende kaders de verspreiding van nepnieuws op sociale mediaplatforms effectief kunnen aanpakken. De Duitse Network Enforcement Act (Netzwerkdurchsetzungsgesetz of NetzDG), die in 2017 werd aangenomen, is een prima wetgevend voorbeeld om de verspreiding van nepnieuws en haatzaaiende uitlatingen op sociale mediaplatforms aan te pakken. De wet is ontworpen om ervoor te zorgen dat sociale mediabedrijven, zoals Facebook, Twitter en YouTube, verantwoordelijk worden gehouden voor de inhoud die op hun platforms wordt gedeeld. Vooral wanneer het gaat om illegaal materiaal volgens de Duitse wet, waaronder desinformatie, haatzaaiende taal en aanzetten tot geweld.
- Een belangrijk document in de strijd tegen desinformatie in Europa is het "**Actieplan tegen desinformatie**" van de Europese Commissie (2018). Dit plan legt uit hoe de EU desinformatie beter kan opsporen, voorkomen en aanpakken. Het benadrukt dat samenwerking tussen alle lidstaten nodig is en richt zich op vier hoofddoelen: beter opsporen van desinformatie, betere samenwerking, betrokkenheid van bedrijven en het vergroten van bewustzijn in de samenleving.
- De "**Gedragscode desinformatie**" (Europese Commissie, 2018) vormt een aanvulling op het Actieplan tegen desinformatie door grote online platforms en de reclame-industrie actief te betrekken in de strijd tegen valse informatie. Bedrijven zoals Facebook, Google en Twitter hebben zich verplicht tot maatregelen zoals het vergroten van de transparantie rond politieke advertenties, het verminderen van reclame-inkomsten voor misleidende inhoud en het aanpakken van nepaccounts en geautomatiseerde bots. De gedragscode benadrukt het belang van samenwerking binnen de sector om de verspreiding van desinformatie effectief tegen te gaan.
- Het **European Digital Media Observatory (EDMO)**, opgericht door de Europese Commissie, fungeert als een centraal platform voor factcheckers, academische onderzoekers en andere betrokkenen. EDMO bevordert de uitwisseling van best practices en stimuleert gezamenlijk onderzoek naar desinformatie, waarmee het een sleutelrol speelt in het opbouwen van een gecoördineerde Europese aanpak (EDMO, 2020). Het observatorium ondersteunt initiatieven om foute verhalen te ontcrachten



en mediageletterdheid te verbeteren, en draagt zo bij aan een sterker en veerkrachtiger informatie-ecosysteem.

- De academische gemeenschap heeft belangrijke bijdragen geleverd aan het begrijpen en bestrijden van desinformatie. Het rapport "**A Multi-Dimensional Approach to Disinformation**" van de European Parliamentary Research Service (EPRS, 2018) geeft een grondige analyse van de oorsprong, mechanismen en gevolgen van desinformatie. Er wordt gepleit voor een brede strategie die bestaat uit regelgevende maatregelen, onderwijs in mediageletterdheid en technologische innovaties. Het rapport benadrukt de complexe aard van desinformatie en de noodzaak van geïntegreerde en veelzijdige oplossingen.
- Auteurs zoals Wardle en Derakhshan (2017) bieden in hun studie "**Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making**" een theoretische basis voor het begrijpen van de verschillende soorten desinformatie en hun verspreidingsmethoden. Hun werk benadrukt het belang van interdisciplinair onderzoek bij het ontwikkelen van effectieve tegenmaatregelen.
- De lidstaten hebben nationale strategieën ontwikkeld die aansluiten bij bredere Europese kaders, elk met een eigen aanpak en unieke inzichten. Finland heeft bijvoorbeeld mediageletterdheid van jongs af aan in zijn nationale leerplan geïntegreerd, met als doel leerlingen de vaardigheden te geven om informatie kritisch te beoordelen (Ministerie van Onderwijs en Cultuur, Finland, 2018). Deze aanpak is effectief gebleken in het bevorderen van kritisch denken en weerbaarheid tegen desinformatie.
- Het Zweedse initiatief "**Media- en informatiegeletterdheid**" biedt uitgebreide middelen en training voor opvoeders en studenten, waarbij het belang van kritisch denken in de strijd tegen desinformatie wordt benadrukt (Swedish Media Council, 2019). Het initiatief benadrukt de rol van onderwijs bij het creëren van een samenleving die effectief kan omgaan met de uitdagingen van het digitale informatielandschap.
- De Duitse **Network Enforcement Act (NetzDG)** schept een precedent voor wetgevende actie door sociale mediaplatforms te verplichten om illegale inhoud, waaronder haatzaaiende teksten en nepnieuws, binnen specifieke termijnen te verwijderen (Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz, 2017). Deze wet is een voorbeeld van een proactieve juridische aanpak die platforms



verantwoordelijk stelt en bedrijven verplicht om snel op te treden tegen schadelijke inhoud.

- Technologische oplossingen zijn cruciaal bij het opsporen en tegengaan van desinformatie. De inspanningen van de Europese Unie om geavanceerde algoritmen en hulpmiddelen te ontwikkelen voor het identificeren van nepnieuws zijn goed gedocumenteerd. Het rapport "**Automated Detection of Disinformation**" van het Gemeenschappelijk Centrum voor Onderzoek (GCO, 2019) toont het potentieel van machinaal leren en kunstmatige intelligentie bij het monitoren en analyseren van online inhoud.
- Wetgevingskaders spelen een cruciale rol bij het reguleren van de verspreiding van valse informatie. In de resolutie van het Europees Parlement over "**Online platforms en de digitale interne markt**" (Europees Parlement, 2019) wordt gepleit voor strengere regelgeving om de transparantie en verantwoordelijkheid van online platforms te waarborgen. Deze resolutie onderstreept de groeiende consensus over de noodzaak van stevige wettelijke kaders als aanvulling op de vrijwillige inspanningen van de industrie.

Onderwijsmaterialen zoals "**Gosto, logo existo**" worden aanbevolen vanwege hun effectieve en boeiende aanpak van onderwerpen rond mediageletterdheid (Ramos, 2018). Deze materialen ondersteunen leerkrachten bij het vereenvoudigen van complexe concepten, waardoor leerlingen beter geïnformeerd raken en kritisch leren nadenken.¹

2.2 Transnationale context over media- en datageletterdheid

In het afgelopen decennium **zijn nepnieuws en desinformatie urgente problemen geworden voor Europa**, die niet alleen de integriteit van democratische processen bedreigen, maar ook het sociale weefsel van Europese samenlevingen aantasten. De groeiende afhankelijkheid van digitale platforms voor informatie heeft **nieuwe uitdagingen** gecreëerd voor zowel **burgers**

¹ Enkele andere zeer interessante bronnen zijn: "Een Europese aanpak van mediageletterdheid in de digitale omgeving"; "Mediageletterdheid voor iedereen: Ondersteuning van competenties om de informatiestoornis het hoofd te bieden"; "Actieplan voor digitaal onderwijs 2021-2027 van de Europese Commissie". Andere referenties die we onder de aandacht willen brengen zijn: Krotz, F. (2011). "Media Connectiviteit: Concepten, voorwaarden en gevolgen." Wiesbaden: Springer VS; Köhler, M. (2017). "Digitale communicatie en democratische participatie." Wien: Springer; de Jong, W., & Hoebink, P. (2017). "Media en Ontwikkeling: Issues and Challenges in Communication for Development." Den Haag: KIT Publishers

als overheden. Sociale mediaplatforms bieden mogelijkheden voor informatieverspreiding en verbinding, maar zijn ook een vruchtbare bodem geworden voor de verspreiding van valse en misleidende inhoud. Desinformatiecampagnes, uitgevoerd door zowel statelijke als niet-statelijke actoren, hebben als doel de publieke opinie te manipuleren, verkiezingen te beïnvloeden en verdeeldheid te zaaien binnen samenlevingen. Europese landen hebben de ernst van dit probleem erkend en hebben gereageerd met een scala aan maatregelen, waaronder regelgeving en bewustmakingscampagnes. De Europese Unie heeft hierbij een sleutelrol gespeeld door acties tussen lidstaten te coördineren, samenwerking te bevorderen en regelgevende kaders te ontwikkelen om desinformatie op Europees niveau te bestrijden.

Claire Wardle, medeoprichter van **First Draft** en een vooraanstaand expert op het gebied van desinformatie, benadrukt de ernst van dit fenomeen: *"De verspreiding van desinformatie is een fundamentele uitdaging voor de democratie. Zonder een goed geïnformeerde bevolking komt de basis van democratisch bestuur in gevaar"* (Wardle, 2019). Haar onderzoek onderstreept de dringende noodzaak van uitgebreide strategieën om de verspreiding van valse informatie in het digitale tijdperk te beperken. Volgens Wardle heeft de omvang van nepnieuws en desinformatie in Europa de afgelopen jaren een ongekend niveau bereikt, met een piek tijdens cruciale politieke gebeurtenissen zoals verkiezingen, referenda en de COVID-19-pandemie (Wardle, 2023). **Desinformatiecampagnes** waren gericht op Europese verkiezingen, volksgezondheidsmaatregelen en zelfs de legitimiteit van regeringen en instellingen. Deze campagnes hebben gebruik gemaakt van verschillende platforms — vooral sociale media, maar ook van websites, blogs en berichtendiensten — om snel valse informatie te verspreiden. **Een van de meest prominente voorbeelden van desinformatie in Europa** was het Brexit-referendum van 2016 in het Verenigd Koninkrijk. Desinformatie speelde een belangrijke rol bij de vorming van de publieke opinie aan beide kanten van het debat, met talloze valse beweringen over de Europese Unie en de gevolgen van een vertrek uit de Europese Unie. Misleidende advertenties en berichten, versterkt door algoritmes die waren ontworpen om gebruikersbetrokkenheid te maximaliseren, zorgden voor een stroom van valse verhalen. Deze desinformatiecampagnes droegen bij aan de polarisatie van de Britse samenleving en maakten het politieke debat over Brexit complexer en gespannener. Professor Rasmus Kleis Nielsen, directeur van het Reuters Institute for the Study of Journalism aan de Universiteit van Oxford, wijst op de impact van dergelijke campagnes: **"Het Brexit-referendum was een keerpunt in het begrijpen van de rol van desinformatie** bij het beïnvloeden van de publieke opinie. Het liet zien hoe gemakkelijk valse verhalen kunnen worden verspreid en welke diepgaande invloed ze kunnen hebben op politieke processen" (Nielsen, 2018).

Ook Oost-Europa werd zwaar getroffen door desinformatiecampagnes, met name in landen als Hongarije, Polen en Oekraïne (EUnews, 2024). Tegelijkertijd creëerde de COVID-19-



pandemie een ideale voedingsbodem voor de verspreiding van desinformatie in heel Europa. Als reactie hierop ontwikkelde de Europese Commissie gerichte strategieën, waaronder de **"Gezamenlijke mededeling - COVID-19 desinformatie aanpakken: de feiten op een rijtje zetten"** (2020) en de **"Richtsnoeren voor de versterking van de Praktijkcode desinformatie"** (2021). Dr. Divina Frau-Meigs, professor aan de Sorbonne Nouvelle Universiteit en expert in media- en informatiegeletterdheid, heeft de rol van digitale platforms bij het verspreiden van gezondheidsgelateerde desinformatie sterk onderstreept. Ze verklaarde: *"De pandemie heeft laten zien hoe snel desinformatie zich via sociale media kan verspreiden, vooral op gevoelige gebieden zoals de volksgezondheid, waar de gevolgen ernstig kunnen zijn. Het is cruciaal dat we onze mediageletterdheidsprogramma's versterken om mensen te helpen navigeren door dit complexe informatielandschap"* (Frau-Meigs, 2020).

De verspreiding van nepnieuws en desinformatie beperkt zich niet tot politiek of volksgezondheid, maar strekt zich ook uit tot **thema's zoals migratie, milieubeleid en sociale kwesties**. Valse verhalen worden vaak strategisch ingezet om spanningen te creëren en het publieke debat te polariseren. In landen als Spanje en Italië waren desinformatiecampagnes bijvoorbeeld gericht op immigratie, waarbij migranten werden neergezet als een bedreiging voor nationale veiligheid en culturele identiteit. Deze misleidende verhalen, vaak verspreid door extreemrechtse groepen, hebben bijgedragen aan een toename van anti-immigrantensentimenten in Europa en hebben het voor overheden moeilijker gemaakt om inclusief beleid te voeren.

De omvang en complexiteit van het probleem maken duidelijk dat er **geen enkele oplossing is die desinformatie volledig kan tegengaan. Een geïntegreerde aanpak is nodig**, waarin regeringen, mediaorganisaties, maatschappelijke organisaties en de privésector samenwerken.

Dit rapport gaat nu in op de strategieën en het beleid dat op Europees niveau is ontwikkeld om desinformatie te bestrijden, evenals op de specifieke maatregelen die door individuele landen zijn genomen. De Europese Unie heeft het voortouw genomen in de strijd tegen nepnieuws en desinformatie in haar lidstaten. De EU erkent dat desinformatie een bedreiging vormt voor democratische instellingen en heeft verschillende initiatieven ontwikkeld om het probleem op zowel Europees als nationaal niveau aan te pakken. Deze initiatieven zijn gebaseerd op de principes van samenwerking, transparantie en verantwoordingsplicht, met speciale aandacht voor het reguleren van digitale platforms en het bevorderen van mediageletterdheid. Een van de belangrijkste initiatieven van de EU is het **European Digital Media Observatory (EDMO)**, dat in 2020 werd gelanceerd. EDMO dient als een hub voor onderzoekers, feitencheckers en deskundigen op het gebied van mediageletterdheid en biedt een platform voor samenwerking en het delen van informatie. De belangrijkste doelen van

EDMO zijn het monitoren van trends rond desinformatie die zich in heel Europa afspeken, het bevorderen van *best practices* in mediageletterdheid en het stimuleren van samenwerking tussen verschillende belanghebbenden. **Het werk van EDMO is afgestemd op het Actieplan tegen desinformatie van de Europese Commissie**, dat in 2018 werd geïntroduceerd om de capaciteiten van de EU te versterken op het gebied van het opsporen, analyseren en aanpakken van desinformatie. Professor Sonia Livingstone, een gerenommeerd expert op het gebied van media en communicatie aan de London School of Economics, heeft de aanpak van de EU geprezen: "Het Europees Waarnemingscentrum voor digitale media is een belangrijke stap voorwaarts in onze inspanningen om desinformatie te bestrijden. Door deskundigen uit heel Europa samen te brengen, biedt het een broodnodig platform voor samenwerking en het delen van *best practices*." (Livingstone, 2021).

Een ander cruciaal initiatief is de **Digital Services Act (DSA)**, een uitgebreid regelgevingskader dat in 2022 werd aangenomen. De DSA introduceert nieuwe verplichtingen voor digitale platforms en verplicht hen om proactieve maatregelen te nemen om illegale inhoud, waaronder nepnieuws en desinformatie, te controleren en te verwijderen. **Onder de DSA moeten platforms transparanter zijn over de manier waarop ze algoritmen gebruiken om inhoud aan te bevelen, en ze moeten gebruikers meer controle geven over de informatie die ze te zien krijgen.** De DSA verplicht platforms ook om samen te werken met onafhankelijke factcheckers om desinformatie op te sporen en aan te duiden. De straffen voor niet-naleving zijn aanzienlijk, met boetes die kunnen oplopen tot 6% van de wereldwijde omzet van een bedrijf. De DSA is een grote stap voorwaarts om digitale platforms verantwoordelijk te stellen voor de inhoud die ze hosten en ervoor te zorgen dat ze verantwoordelijkheid nemen voor het bestrijden van desinformatie. **Het Europees actieplan voor democratie (EDAP)**, dat in december 2020 werd geïntroduceerd, vult de DSA aan door zich te richten op het versterken van democratische processen en het beschermen van vrije en eerlijke verkiezingen in heel Europa. Het EDAP **schetst een reeks maatregelen om de integriteit van verkiezingen te beschermen, onafhankelijke media te bevorderen en desinformatie te bestrijden.** Een van de belangrijkste onderdelen van het EDAP is de regulering van politieke reclame, een belangrijke bron van desinformatie tijdens verkiezingsperiodes. Het **EDAP** introduceert nieuwe regels die meer transparantie rondom politieke reclame vereisen, zodat burgers duidelijk kunnen zien wie verantwoordelijk is voor de advertenties die zij te zien krijgen en hoe zij worden getarget. Daarnaast legt het plan de nadruk op het belang van mediageletterdheid en pleit het voor versterkte inspanningen om burgers bewust te maken van de risico's van desinformatie. Het moedigt aan om mensen de vaardigheden te leren waarmee zij informatie kritisch kunnen beoordelen en misleidende inhoud kunnen herkennen.



Mediageletterdheid wordt algemeen beschouwd als een van de meest effectieve middelen in de strijd tegen desinformatie. Het houdt in dat mensen de vaardigheden aanleren die nodig zijn om de informatie die ze tegenkomen kritisch te evalueren, de bronnen van die informatie te begrijpen en weloverwogen beslissingen te nemen over de betrouwbaarheid ervan. In een tijdperk waarin desinformatie zich snel kan verspreiden via sociale media en andere digitale platforms, is mediageletterdheid essentieel om burgers te helpen door dit complexe informatielandschap te navigeren. Dr. Divina Frau-Meigs, die uitgebreid onderzoek heeft gedaan naar mediageletterdheid in Europa, stelt: "Mediageletterdheid is niet zomaar een set vaardigheden; het is een cruciaal onderdeel van burgerschapsonderwijs in de 21e eeuw. **Door individuen in staat te stellen kritisch met de media om te gaan, kunnen we een veerkrachtigere samenleving opbouwen die beter uitgerust is om desinformatie te weerstaan.**" (Frau-Meigs, 2020). Een voorbeeld van deze aanpak is Finland, dat vooroploopt op het gebied van onderwijs in mediageletterdheid en dit al vanaf jonge leeftijd in het nationale leerplan integreert. Finse scholen leren leerlingen hoe ze door digitale media moeten navigeren, desinformatie moeten herkennen en kritisch moeten denken. Deze proactieve aanpak heeft geresulteerd in een bevolking die weerbaarder is tegen desinformatie. Finland scoort steeds hoog in de wereldwijde mediageletterdheidsindexen (Europese Commissie, 2023).

De Europese Commissie heeft verschillende initiatieven ondersteund om mensen bewust te maken van de gevaren van desinformatie en het belang van kritisch denken. De campagne "#ThinkBeforeSharing" moedigt gebruikers van sociale media bijvoorbeeld aan om de juistheid van informatie te verifiëren voordat ze online wordt gedeeld. Dergelijke campagnes zijn essentieel om een cultuur van kritisch denken en gezonde scepsis onder het publiek te bevorderen. Naast formeel onderwijs **spelen bewustmakingscampagnes een belangrijke rol bij het versterken van mediageletterdheid** in heel Europa.

De strijd tegen desinformatie in Europa staat voor talrijke uitdagingen, waarvan vele diepgeworteld zijn in de digitale infrastructuur en maatschappelijke normen van het moderne informatietijdperk. Tot de belangrijkste uitdagingen behoren de rol van sociale mediaplatforms, het afnemende vertrouwen in de media en instellingen, en de verschillen in onderwijs tussen de verschillende regio's van Europa. Sociale mediaplatforms zijn het belangrijkste strijdtoneel geworden in de strijd tegen desinformatie. Deze platformen zijn ontworpen om de betrokkenheid van gebruikers te maximaliseren, waarbij vaak voorrang wordt gegeven aan sensationele inhoud die *clicks* en *shares* genereert boven meer accurate, maar minder boeiende informatie. Deze dynamiek heeft een omgeving gecreëerd waarin valse informatie zich snel en wijd kan verspreiden en vaak meer mensen bereikt dan correcte of feitelijke inhoud. Professor Rasmus Kleis Nielsen, die de rol van sociale media in de

verspreiding van desinformatie uitgebreid heeft bestudeerd, heeft opgemerkt: "Het ontwerp van sociale mediaplatforms bevordert inherent de verspreiding van desinformatie, omdat er prioriteit wordt gegeven aan inhoud die boeiend is, zelfs als deze niet nauwkeurig is. Dit vormt een grote uitdaging voor degenen die valse informatie willen bestrijden," (Nielsen, 2020). Een andere grote uitdaging is het afnemende vertrouwen in de media en openbare instellingen. In heel Europa is er een groeiende scepsis ten opzichte van traditionele mediakanalen, gedreven door percepties van vooringenomenheid, sensatiezucht en politieke beïnvloeding. Door dit afnemende vertrouwen wenden veel mensen zich tot alternatieve informatiebronnen, die mogelijk minder betrouwbaar zijn en meer geneigd zijn om desinformatie te verspreiden. Professor Sonia Livingstone benadrukt het belang om het vertrouwen in de media te herstellen: "Om desinformatie effectief te bestrijden, moeten we het vertrouwen van het publiek in de media herstellen. Dit vereist een toewijding aan transparantie, verantwoordingsplicht en journalistiek van hoge kwaliteit die het algemeen belang dient," (Livingstone, 2019).

Onderwijsverschillen in Europa vormen ook een belangrijke uitdaging bij het bevorderen van mediageletterdheid. In landen met een goed ontwikkeld onderwijssysteem is mediageletterdheid vaak geïntegreerd in het curriculum, waardoor leerlingen de noodzakelijke vaardigheden ontwikkelen om effectief door het digitale informatielandschap te navigeren. In landen met een minder sterk onderwijssysteem krijgt mediageletterdheid daarentegen vaak minder prioriteit, waardoor de bevolking kwetsbaarder wordt voor de impact van desinformatie. Dr. Frau-Meigs benadrukt dit probleem: "Onderwijsverschillen in Europa betekenen dat niet iedereen dezelfde toegang heeft tot onderwijs in mediageletterdheid. Dit creëert een digitale kloof waarbij sommige burgers beter uitgerust zijn om desinformatie te weerstaan dan anderen," (Frau-Meigs, 2021). Het aanpakken van deze uitdagingen vereist een gecoördineerde inspanning van overheden, onderwijsinstellingen, mediaorganisaties en maatschappelijke organisaties. In het volgende gedeelte worden enkele van de beste praktijkvoorbeelden die in Europa zijn ontstaan in de strijd tegen nepnieuws en desinformatie onderzocht.

Ondanks de uitdagingen hebben verschillende Europese landen **effectieve strategieën** geïmplementeerd **om nepnieuws te bestrijden**, wat waardevolle lessen oplevert voor anderen. Deze *best practices* omvatten gezamenlijke inspanningen, baanbrekende technologische innovaties en uitgebreide programma's voor mediageletterdheid.

Samenwerking tussen overheden, mediaorganisaties en maatschappelijke organisaties is van cruciaal belang voor een effectieve aanpak van desinformatie. Het **European Digital Media Observatory (EDMO)** speelt hierbij een sleutelrol door belanghebbenden uit heel Europa samen te brengen om succesvolle praktijkvoorbeelden te delen en innovatieve oplossingen te



ontwikkelen. Dr. Frau-Meigs prijst deze gezamenlijke inspanningen: *"De kracht van EDMO ligt in zijn vermogen om een diverse groep deskundigen en belanghebbenden te verenigen, waardoor een netwerk ontstaat dat snel en effectief kan reageren op nieuwe dreigingen van desinformatie"* (Frau-Meigs, 2020).

Technologische innovaties spelen ook een cruciale rol in de strijd tegen desinformatie. AI-gestuurde tools voor fact-checking, browserextensies die verdachte inhoud markeren en platforms die op feiten gecontroleerde informatie aanbieden, worden steeds belangrijker. Deze technologieën helpen gebruikers om nepnieuws te herkennen en geïnformeerde keuzes te maken over de informatie die zij consumeren. Dr. Nielsen benadrukt het potentieel van deze technologische hulpmiddelen: *"Technologische innovaties, met name die aangedreven door AI, kunnen ons vermogen om desinformatie te detecteren en aan te pakken aanzienlijk vergroten. Toch moeten ze worden toegepast in combinatie met bredere strategieën, zoals voorlichting en regelgeving"* (Nielsen, 2021).

Naast technologische oplossingen blijven uitgebreide mediageletterheidsprogramma's een fundament in de strijd tegen desinformatie. Landen zoals Finland en Zweden lopen voorop door mediageletterdheid te integreren in hun nationale onderwijsprogramma's, zodat burgers de vaardigheden ontwikkelen om effectief door het digitale informatielandschap te navigeren. Professor Livingstone benadrukt het belang van deze programma's: *"Mediageletterdheid gaat niet alleen over het leren herkennen van nepnieuws; het gaat erom mensen de vaardigheden te geven om kritisch om te gaan met alle vormen van media. Dit is essentieel voor het behoud van een gezonde democratie"* (Livingstone, 2020).

1) Statistieken over MIL en datageletterdheid:

Datageletterdheid, gedefinieerd als het vermogen om gegevens op verschillende manieren te lezen, te interpreteren en effectief te gebruiken (Harvard, 2021), speelt een steeds belangrijkere rol in het digitale tijdperk. Het stelt individuen in staat om beter geïnformeerde beslissingen te nemen, kritisch door het digitale landschap te navigeren en actief deel te nemen aan de informatiemaatschappij. Dit deel van het rapport presenteert de huidige statistieken en trends over datageletterdheid in Europese landen. Daarbij wordt aandacht besteed aan opvallende verschillen tussen landen en belangrijke initiatieven die gericht zijn op het verbeteren van deze essentiële vaardigheden.

Vanaf 2023 is er een aanzienlijke variatie ontstaan in datageletterdheid binnen de Europese Unie (EU). Volgens Eurostat **heeft 55% van de personen tussen 16 en 74 jaar in de EU een minimum aan digitale basisvaardigheden**. Achter dit gemiddelde gaan echter aanzienlijke



verschillen tussen landen schuilt. Zo hebben **Nederland en Finland met 79%** de hoogste niveaus van digitale basisvaardigheden, terwijl **Roemenië en Bulgarije met respectievelijk 28% en 31%** lager scoren (Eurostat, 2023). Deze verschillen worden beïnvloed door verschillende factoren, waaronder opleiding, leeftijd en sociaaleconomische status. Er bestaat een sterke correlatie tussen een hoger opleidingsniveau en betere digitale vaardigheden. In de EU beschikt bijvoorbeeld 80% van de personen met een hogere opleiding over digitale basisvaardigheden, vergeleken met slechts 34% van de personen zonder of met een lage opleiding. **De grootste verschillen in digitale vaardigheden naar onderwijsniveau worden waargenomen in Portugal (66 procentpunten), Griekenland (63 procentpunten) en Malta (59 procentpunten).** Daarentegen vertonen **Estland (12 procentpunten), Finland (14 procentpunten) en Litouwen (22 procentpunten) de kleinste verschillen** (Eurostat, 2023). Onderwijs is van grote invloed op datageletterdheid. Landen met onderwijssystemen die digitale geletterdheid in hun curricula integreren, hebben doorgaans hogere niveaus van datageletterdheid. Finland, een koploper op dit gebied, integreert media- en datageletterdheid van de vroege kinderjaren tot het hoger onderwijs. Deze alomvattende aanpak zorgt ervoor dat studenten sterke digitale vaardigheden ontwikkelen als onderdeel van hun algemene opleiding (Eurostat, 2023). **Leeftijd speelt ook een cruciale rol.** Jongere mensen hebben over het algemeen hogere niveaus op het vlak van digitale vaardigheden in vergelijking met oudere leeftijdsgroepen. In de EU **heeft 69% van de mannen in de leeftijd van 25-34 jaar digitale basisvaardigheden**, terwijl dit cijfer daalt tot **34%** voor de leeftijdsgroep 65-74 jaar. Voor **vrouwen geldt dat 71% van de 25-34-jarigen over digitale basisvaardigheden beschikt**, vergeleken met slechts **25% van de 65-74-jarigen**. Deze trend onderstreept de behoefte aan gerichte interventies om de digitale geletterdheid onder ouderen te verbeteren (Eurostat, 2023).

Zowel nationale als EU-brede initiatieven richten zich op het verbeteren van datageletterdheid. Het initiatief "**Digitaal Decennium**" van de Europese Commissie stelt ambitieuze doelen, waaronder dat tegen 2030 ten minste 80% van de EU-burgers tussen de 16 en 74 jaar over basis digitale vaardigheden moet beschikken. Dit programma biedt een uitgebreide visie op digitale transformatie en benadrukt het belang van digitale geletterdheid als sleutel om deze doelen te bereiken (World Economic Forum, 2023). Nationale programma's spelen eveneens een cruciale rol. Het **Data Literacy Education Network (DLEN)** in Duitsland biedt uitgebreide middelen en trainingsprogramma's, waarbij datageletterdheid wordt geïntegreerd in alle onderwijsniveaus. In Italië publiceert het **Nationaal Instituut voor de Statistiek (ISTAT)** gedetailleerde rapporten over digitale vaardigheden, waarmee beleidsmakers worden ondersteund bij het ontwikkelen van gerichte interventies (Eurostat, 2023). Hoewel deze initiatieven aanzienlijke vooruitgang hebben geboekt, blijven er diverse uitdagingen bestaan. Regionale en sociaaleconomische ongelijkheden wijzen op de noodzaak van een meer inclusieve en op maat gemaakte aanpak.



Plattelandsgebieden en economisch achtergestelde groepen hebben vaak minder toegang tot kwalitatief hoogwaardig digitaal onderwijs. Daarnaast is voortdurende professionele ontwikkeling voor leerkrachten essentieel om gelijke tred te houden met technologische vooruitgang en nieuwe pedagogische methoden. De integratie van digitale geletterdheid in het kader van **levenslang leren** biedt een belangrijke kans. Naarmate technologie zich blijft ontwikkelen, moeten vaardigheden worden aangepast en uitgebreid. Levenslang-leren-initiatieven kunnen ervoor zorgen dat individuen hun digitale vaardigheden voortdurend bijwerken, zodat ze vaardig blijven in een steeds veranderend digitaal landschap.

2) Huidige trends

Mediageletterdheid omvat technische, cognitieve, sociale, burgerlijke en creatieve vaardigheden die een burger in staat stellen om toegang te hebben tot de media, deze kritisch te begrijpen en ermee te interageren (EDMO, n.d.). In de afgelopen jaren hebben Europese landen het belang van mediageletterdheid steeds meer erkend als een cruciale factor voor het bevorderen van goed geïnformeerde en betrokken burgers. Volgens het **Europees Waarnemingscentrum voor de Audiovisuele Sector** (2018) geeft ongeveer 65% van de Europeanen aan vertrouwen te hebben in hun mediageletterdheid. Alleen zijn er aanzienlijke verschillen tussen landen.

Noord-Europese landen, zoals Finland en Zweden, lopen voorop in onderwijs in mediageletterdheid en integreren dit in hun nationale leerplannen. Finland wordt bijvoorbeeld vaak genoemd als een model voor onderwijs in mediageletterdheid, met een alomvattende aanpak die al in de vroege kinderjaren begint en doorloopt tot in het hoger onderwijs. Uit een studie van de Europese Commissie uit 2018 bleek dat 90% van de Finse studenten onderwijs in mediageletterdheid krijgt, vergeleken met slechts 30% in sommige Zuid- en Oost-Europese landen.

De **Europese Mediageletterdheidsindex (2020)** geeft aan dat landen als Denemarken, Nederland en Estland ook hoog scoren, dankzij sterke onderwijssystemen en een ondersteunend overheidsbeleid. Omgekeerd worden landen als Bulgarije, Roemenië en Griekenland geconfronteerd met uitdagingen, zoals beperkte middelen en onvoldoende opleiding voor leerkrachten. Verschillende pan-Europese initiatieven hebben tot doel de mediageletterdheid te verbeteren. De Europese Week van de Mediageletterdheid, gelanceerd door de Europese Commissie, zorgt voor bewustwording en bevordert beste praktijken. Het programma 'Media-geletterdheid voor iedereen' financiert projecten die innovatieve

instrumenten en middelen voor media-educatie ontwikkelen. Het **European Digital Media Observatory (EDMO)** ondersteunt onderzoek en beleidsaanbevelingen en bevordert de samenwerking tussen belanghebbenden. Het stimuleert ook initiatieven op het gebied van fact-checking en debunking, die van cruciaal belang zijn voor het bestrijden van desinformatie.

Nu de hoeveelheid gegenereerde gegevens exponentieel blijft groeien, is kennis van data een essentiële vaardigheid geworden voor zowel individuen als organisaties. **Uit een onderzoek van de European Data Portal (2019)** bleek echter dat 58% van de Europeanen zich niet voorbereid voelt om effectief met gegevens om te gaan, wat wijst op een aanzienlijke vaardigheidskloof in Europa. West-Europese landen, zoals Duitsland, het Verenigd Koninkrijk en Frankrijk, hebben de afgelopen jaren grote stappen gezet om datageletterdheid te bevorderen. In Duitsland biedt het **Data Literacy Education Network (DLEN)** uitgebreide middelen en trainingsprogramma's, met als doel datageletterdheid op alle onderwijsniveaus te integreren. Het Verenigd Koninkrijk heeft via het **Digital Skills Partnership** van de overheid prioriteit gegeven aan het verbeteren van datageletterdheid. Dit programma werkt samen met bedrijven en onderwijsinstellingen om het tekort aan vaardigheden aan te pakken en mensen beter toe te rusten voor een datagedreven economie. Zuid- en Oost-Europese landen hebben te maken met grotere uitdagingen op dit gebied. Volgens de **European Data Market Monitoring Tool (2020)** blijven landen zoals Italië, Spanje en Polen achter op het gebied van datageletterdheid, met minder onderwijsprogramma's en beperkte betrokkenheid van het bedrijfsleven. Om deze kloof te overbruggen, heeft de EU initiatieven zoals het **Data Literacy Project** opgezet. Dit project, een samenwerking tussen de publieke en private sector, biedt online cursussen, workshops en hulpmiddelen voor uiteenlopende doelgroepen, van studenten tot professionals. Daarnaast ondersteunt het **Horizon 2020-programma** onderzoeks- en innovatieprojecten die datageletterdheid verbeteren, met nadruk op interdisciplinaire benaderingen en geavanceerde technologieën.

Tegelijkertijd vormt nepnieuws, of desinformatie, een ernstige bedreiging voor democratische samenlevingen doordat het vertrouwen in media en instellingen wordt ondermijnd. Uit de **Eurobarometer-enquête (2018)** blijkt dat 83% van de EU-burgers nepnieuws ziet als een probleem voor de democratie, terwijl 73% zich zorgen maakt over de invloed van desinformatie op verkiezingen. Sociale mediaplatforms worden door 70% van de respondenten als de belangrijkste bronnen van nepnieuws beschouwd. Het voorkomen van desinformatie verschilt aanzienlijk tussen landen. Uit onderzoek van het **Reuters Institute for the Study of Journalism (2020)** blijkt dat 28% van de Europeanen regelmatig online met nepnieuws in aanraking komt. In Zuid- en Oost-Europa is de incidentie hoger dan in andere delen van het continent. Zo meldde 42% van de respondenten in Roemenië dat zij regelmatig met nepnieuws worden geconfronteerd, vergeleken met slechts 16% in Finland.



Het Gemeenschappelijk Centrum voor Onderzoek van de Europese Commissie (2019) benadrukte dat nepnieuws zich vaak sneller en op grotere schaal verspreidt dan feitelijk nieuws vanwege de sensationele aard ervan. Het onderzoek benadrukte de rol van algoritmen in het versterken van desinformatie, omdat zij prioriteit geven aan boeiende inhoud, die vaak misleidend is. Om nepnieuws te bestrijden, heeft de Europese Unie verschillende initiatieven geïmplementeerd. De Gedragscode desinformatie (2018) vraagt grote online platforms om inspanningen om de transparantie te vergroten, advertentie-inkomsten voor desinformatiebronnen te verstoren en nepaccounts aan te pakken. Het European Digital Media Observatory (EDMO) speelt een cruciale rol bij het coördineren van activiteiten op het gebied van feitencontrole en het ondersteunen van onderzoek naar desinformatie. Nationale strategieën dragen ook bij aan deze inspanningen. De Duitse Network Enforcement Act (NetzDG) verplicht sociale mediaplatforms om illegale inhoud, waaronder nepnieuws, snel te verwijderen. De uitgebreide mediageletterdheidprogramma's in Finland zijn erop gericht om van jongs af aan weerbaarheid op te bouwen tegen desinformatie.

Het **Open Data Maturity Report (2020)** benadrukt het belang van open-data-initiatieven bij het bevorderen van datageletterdheid. Landen met een sterk ontwikkeld open-data-beleid, zoals Frankrijk en Nederland, laten vaak een hoger niveau van datageletterdheid zien. Toegang tot openbare gegevens stimuleert immers een cultuur van datagebruik, innovatie en kritisch denken. Hoewel er aanzienlijke vooruitgang is geboekt, blijven er uitdagingen bestaan. Regionale verschillen, zoals die tussen landen, stedelijke en plattelandsgebieden, vragen om gerichte oplossingen. Investerings in de opleiding en voortdurende professionele ontwikkeling van leerkrachten zijn hierbij cruciaal, aangezien zij een sleutelrol spelen in het bijbrengen van media- en datageletterdheid. Samenwerking tussen overheden, onderwijsinstellingen en de privésector is onmisbaar om alomvattende en inclusieve programma's te ontwikkelen die alle bevolkingsgroepen bereiken. Beleidsmakers moeten prioriteit geven aan het financieren van initiatieven die digitale vaardigheden bevorderen, zodat iedereen de kans krijgt om media- en datageletterd te worden. Naarmate technologie zich blijft ontwikkelen, is voortdurende bij- en omscholing essentieel om in te spelen op nieuwe uitdagingen en kansen. De **Europese Agenda voor Vaardigheden**, die aandacht besteedt aan digitale geletterdheid, is een positieve stap in deze richting. Deze agenda onderstreept het belang van een gecoördineerde aanpak om digitale vaardigheden in heel Europa te verbeteren.



3) Obstakels en kansen

Het bestrijden van nepnieuws en desinformatie brengt zowel grote uitdagingen als belangrijke kansen met zich mee. In een tijd waarin samenlevingen steeds afhankelijker worden van digitale media voor informatie, vormt de verspreiding van valse informatie een urgent probleem. Het bedreigt de integriteit van het openbare debat en ondermijnt democratische processen. Zoals eerder besproken, vraagt de complexe aard van dit probleem om een **geïntegreerde aanpak die technologische, educatieve en regelgevende maatregelen combineert.**

Een van de **grootste uitdagingen** bij het bestrijden van nepnieuws is het **enorme volume en de snelheid waarmee desinformatie zich verspreidt.** Sociale mediaplatforms, die zijn ontworpen om gebruikersbetrokkenheid te maximaliseren, versterken vaak sensationele en misleidende inhoud. Algoritmen geven voorrang aan berichten die veel interactie genereren, waardoor nepnieuws onbedoeld een groter bereik krijgt. Deze snelle verspreiding bemoeilijkt het tijdig identificeren en weerleggen van valse verhalen. Daarnaast vormt de grenzeloze aard van het internet een aanzienlijke belemmering, omdat het reguleren en controleren van desinformatie over meerdere rechtsgebieden heen een complexe en vaak ongrijpbare taak is.

Een andere belangrijke uitdaging is **de technologische geavanceerdheid van moderne desinformatiecampagnes.** Vooruitgang in de technologie, zoals deepfake video's en geautomatiseerde bots, hebben het gemakkelijker gemaakt om overtuigend valse informatie te creëren en te verspreiden. Deze hulpmiddelen kunnen worden gebruikt om de publieke opinie te manipuleren en tweedracht te zaaien, waardoor het voor mensen moeilijker wordt om waarheid van fictie te onderscheiden. Bovendien kunnen kwaadwillenden dankzij de anonimiteit van het internet relatief straffeloos te werk gaan, waardoor het nog moeilijker wordt om daders ter verantwoording te roepen.

De vertrouwenskwestie vormt ook een aanzienlijk obstakel. Het vertrouwen van het publiek in traditionele media en instellingen is aangetast, deels door de verspreiding van desinformatie. Als mensen het vertrouwen in geloofwaardige bronnen verliezen, worden ze vatbaarder voor nepnieuws, dat vaak misbruik maakt van bestaande vooroordelen en emoties. Deze erosie van vertrouwen maakt het een uitdaging om betrouwbare informatie te promoten en valse verhalen effectief tegen te gaan.

Ondanks deze obstakels **zijn er aanzienlijke mogelijkheden** om nepnieuws en desinformatie aan te pakken. Een van de meest veelbelovende benaderingen is het **verbeteren van**

mediageletterdheid. Door het publiek, vooral jongeren, te leren hoe ze informatiebronnen kritisch kunnen evalueren, kunnen ze weerbaarder worden tegen desinformatie. Scholen en onderwijsinstellingen spelen een cruciale rol in deze inspanning en integreren mediageletterdheid in de leerplannen om leerlingen de vaardigheden te geven die nodig zijn om door het digitale informatielandschap te navigeren. Programma's zoals het uitgebreide onderwijs in Finland op het gebied van mediageletterdheid dienen als succesvolle modellen, die het positieve effect van dergelijke initiatieven aantonen.

Technologische innovatie biedt ook aanzienlijke kansen. Geavanceerde algoritmen en kunstmatige intelligentie kunnen worden ingezet om desinformatie efficiënter op te sporen en aan te duiden. Fact-checking tools en apps voor digitale geletterdheid kunnen gebruikers helpen bij het verifiëren van de authenticiteit van informatie. Samenwerking tussen techbedrijven, overheden en maatschappelijke organisaties kan leiden tot de ontwikkeling van efficiënte oplossingen om de verspreiding van nepnieuws te identificeren en te beperken.

Regelgevende maatregelen zijn een andere manier om desinformatie aan te pakken. Regeringen kunnen wetgeving invoeren die sociale mediaplatforms verantwoordelijk houdt voor de inhoud die op hun sites wordt verspreid. De Gedragscode desinformatie van de Europese Unie en de Duitse Network Enforcement Act (NetzDG) zijn voorbeelden van regelgevende kaders die gericht zijn op het vergroten van transparantie en verantwoordelijkheid. Deze regelgevingen kunnen platforms dwingen om proactievere stappen te ondernemen bij het controleren en verwijderen van valse informatie.

Bovendien is het bevorderen van een cultuur van transparantie en verantwoordingsplicht binnen de media-industrie van vitaal belang. De journalistieke normen en ethiek moeten worden gehandhaafd om het vertrouwen van het publiek te behouden. Initiatieven die transparantie bevorderen, zoals de openbaarmaking van bronnen en financiering, kunnen helpen om de geloofwaardigheid van traditionele mediakanalen te herstellen. Het ondersteunen van onafhankelijke journalistiek en fact-checking-organisaties is ook cruciaal in de strijd tegen desinformatie.

Internationale samenwerking is essentieel gezien het wereldwijde karakter van het internet. Landen kunnen beste praktijken delen en reacties op grensoverschrijdende desinformatiecampagnes coördineren. Internationale organisaties en allianties, zoals de European Digital Media Observatory (EDMO), spelen een centrale rol in het bevorderen van samenwerking en het delen van kennis.

We kunnen besluiten dat het bestrijden van nepnieuws en desinformatie aanzienlijke uitdagingen met zich meebrengt, maar het biedt ook tal van mogelijkheden om deze

problemen effectief aan te pakken. Een succesvolle aanpak vereist een combinatie van onderwijs, technologie, regelgeving en internationale samenwerking. Het versterken van mediageletterdheid, het inzetten van technologische innovaties, het invoeren van duidelijke en effectieve regelgeving, en het bevorderen van transparantie binnen de media zijn essentiële pijlers van een alomvattende strategie.

Door deze veelzijdige benadering kunnen samenlevingen hun weerbaarheid tegen desinformatie vergroten en de integriteit van het openbare debat en democratische processen beschermen. De gezamenlijke inspanningen van overheden, onderwijsinstellingen, technologiebedrijven, mediaorganisaties en maatschappelijke organisaties zijn onmisbaar om de obstakels te overwinnen en de kansen optimaal te benutten in de strijd tegen nepnieuws.

2.3 Veelbelovende praktijken

Dit hoofdstuk onderzoekt veelbelovende praktijken die door de partners van het **MILES-project** zijn geïdentificeerd om desinformatie te bestrijden en mediageletterdheid in educatieve omgevingen in Europa te bevorderen. Door middel van gezamenlijk onderzoek en proefimplementaties hebben de MILES-partners een reeks innovatieve strategieën en tools ontwikkeld en verfijnd. Deze zijn gericht op het verbeteren van kritisch denken, het versterken van digitale geletterdheid en het ondersteunen van leerkrachten en leerlingen bij het navigeren door het complexe landschap van online informatie.

Door deze praktijken te documenteren en analyseren, biedt dit hoofdstuk waardevolle inzichten in effectieve benaderingen die kunnen worden aangepast en toegepast in diverse onderwijscontexten. De uitgelichte praktijken tonen een sterke toewijding voor het bevorderen van weerbaarheid tegen desinformatie, het uitrusten van leerkrachten met de benodigde middelen om digitale uitdagingen aan te gaan, en het bieden van zinvolle leerervaringen aan leerlingen. Deze ervaringen dragen bij aan hun vermogen tot kritisch onderzoek en geïnformeerd burgerschap.

In totaal identificeerden de MILES-partners **44 veelbelovende praktijken**, onderverdeeld in verschillende categorieën: trainingsprogramma's, competentiekaders voor vaardigheden, methodologieën gericht op het stimuleren van kritische media- en datageletterdheid (inclusief pre-bunkingstrategieën), beleidsmaatregelen en andere relevante initiatieven. Uit deze lijst zijn 8 representatieve praktijken geselecteerd om een reeks inspirerende voorbeelden te presenteren. De volledige lijst met praktijken is te vinden in de nationale rapporten van de partners, die op verzoek beschikbaar zijn.



1.

Projectnaam	Generaties Connesse
Land	Italië
Type:	■ Trainingsprogramma ■ Competentiekader voor vaardigheden ■ Praktijk of methodologie gericht op het stimuleren van kritische media- en gegevensvaardigheden ■ Beleid
Jaar van implementatie	Van 2022 - 2024 (zesde editie van het project)
Context	
<i>Behoeften</i>	"Generazioni Connesse" voorziet in de behoefte aan uitgebreid digitaal onderwijs door een meerlagig platform te ontwikkelen. Het creëert educatief materiaal, gidsen en trainingsprogramma's voor leerkrachten, ouders en leerlingen. Het ondersteunt scholen ook bij het opstellen van een digitaal beleid, biedt communicatiecampagnes en bewustmakingsinitiatieven, en biedt mechanismen voor rapportage en hulp met betrekking tot internetveiligheid.
<i>Betrokken doel: geef een korte beschrijving van het doel waarop deze veelbelovende praktijken zijn gericht.</i>	Als capaciteitsversterkend programma worden leerkrachten en opvoeders vanaf de kleuterschool waarschijnlijk beschouwd als de directe doelgroep van de meeste resultaten van het project. Toch zijn er ook indirecte begunstigden, aangezien het project erin geslaagd is om in 2021 meer dan 357.000 volwassenen, inclusief ouders, en bijna 900.000 jongens en meisjes te bereiken.
<i>Hoofddoel</i>	Het doel van het project is om de digitale, media- en informatievaardigheden te verbeteren en een verantwoord internetgebruik in verschillende leeftijdsgroepen te bevorderen, met de nadruk op inclusiviteit.
Beschrijving	
<i>Inhoud</i>	Generazioni Connesse, al vele jaren gesteund door het Ministerie van Onderwijs, heeft een meerlagig



platform ontwikkeld voor het verbeteren van digitaal onderwijs, waarbij partners zoals Save the Children, Telefono Azzurro, Cooperativa EDI Onlus en CREMIT betrokken zijn bij het produceren van educatief materiaal en gidsen. Het platform houdt rekening met verschillende niveau's. Het begint met basistoegang tot informatiemateriaal, via een nieuwe onderwijskit met gedetailleerde handleidingen voor het gebruik in de klas. Er is ook thematische verdieping over thema's rond digitale burgerschapseducatie. Vervolgens kijkt het naar de ontwikkeling van een digitaal beleid en digitale praktijken voor scholen via lerarenopleidingen en gezamenlijke studentenprojecten. Het omvat communicatiecampagnes, bewustmakingsinitiatieven en trainingsprogramma's voor volwassenen (zoals leerkrachten, ouders, opvoeders en professionals in de kinderopvang) en jongeren (inclusief kinderen en adolescenten). Jongeren worden actief betrokken bij het vormen van journalistieke teams om hun kijk op de digitale wereld te delen. Het project organiseert ook evenementen met nationale en internationale experts om specifieke onderwerpen met betrekking tot de thema's te bespreken. Middelbare scholen worden aangemoedigd om deel te nemen aan een actieoproep om apps of hulpmiddelen te maken die een positief en bewust gebruik van technologie stimuleren. Ondersteuningsmechanismen zijn onder andere een hotline voor het melden van illegale online inhoud, die zich specifiek richt op kinderpornografie, en een hulplijn die hulp biedt bij problemen met betrekking tot het gebruik van internet en digitale technologie. Het project blijft schoolgemeenschappen helpen bij het ontwikkelen van intern beleid om digitale vaardigheden te bevorderen, het gebruik van technologie in het onderwijs te verbeteren, problematische situaties te voorkomen en procedures op te stellen om misbruik te herkennen, beheren, rapporteren en controleren. Deze inspanningen



	maken deel uit van een bredere inzet om digitale geletterdheid effectief te integreren in de onderwijspraktijk.
<i>Interessante eigenschappen</i>	Het Generations Connected project van het Safer Internet Centre wordt ondersteund door de Europese Commissie via het Digital Europe programma. Het maakt deel uit van het "Beter internet voor kinderen"-netwerk dat wordt beheerd door European Schoolnet in samenwerking met INSAFE en Inhope, die respectievelijk Europese Centra voor Veilig Internet en hotlines samenbrengen.
Link	https://www.generazioniconnesse.it/site/it/home/

2.

Projectnaam	Infuzarea educatiei media. Ghid de bune practice pentru profesorii de limba si literatura romana (liceu)/ Doordringen van mediageletterdheid.
Land	Roemenië
Type:	Methodologische handleiding voor leerkrachten, als resultaat van een trainingsprogramma
Jaar van implementatie	2022 (online publicatie)
Context	
Behoeften	Er is een gebrek aan praktische hulpmiddelen voor leerkrachten om te leren hoe ze de mediageletterdheid van hun leerlingen kunnen ontwikkelen
Betrokken doel	Docenten Roemeense taal- en letterkunde voor middelbare scholieren
Hoofddoel	Docenten Roemeense taal- en letterkunde begeleiding bieden bij het ontwikkelen van mediageletterdheid in het formele onderwijs (Roemeense taal- en letterkundeklas) met middelbare scholieren
Beschrijving	
Inhoud	Gids met veelbelovende praktijken voor docenten Roemeense taal en literatuur (middelbare school), een publicatie gecoördineerd door Monica Halaszi,



	Centrum voor Onafhankelijke Journalistiek (ontwikkeld in het kader van het project I teach media literacy! - Laboratorium voor media-educatie en cultuur. Theoretische informatie over verschillende centrale concepten in media-educatie, op een geïntegreerde manier benaderd door middel van 25 lesplannen die hun concrete toepasbaarheid in de klas laten zien, in nauwe samenhang met de specifieke inhoud van de Roemeense taal en literatuur.
Interessante eigenschappen	Zeer praktisch, ontwikkeld door leerkrachten voor leerkrachten om te laten zien hoe ze mediageletterdheid in hun lessen kunnen integreren, gebruikmakend van de mogelijkheden die het nationale curriculum biedt.
Link	https://educatiemedia.cji.ro/2022/12/23/infuzarea-educatiei-media-lb-ro-ghid-2022/

3.

Projectnaam	Podcast - de waarheid in tijden van corona
Land	Duitsland
Type:	Audio podcast
Jaar van implementatie	
Context	
<i>Behoeften</i>	• De beperkingen van klassikaal lesgeven overwinnen • Interesse wekken voor een onderwerp • Een diepere duik in het onderwerp bieden dan in een les mogelijk is
<i>Betrokken doel</i>	Algemeen publiek dat geïnteresseerd is in een diepere duik in het onderwerp desinformatie.
<i>Hoofddoel</i>	Een beter begrip van samenzweringstheorieën creëren
Beschrijving	
<i>Inhoud</i>	De podcast, gemaakt door de Bundeszentrale für politische Bildung, is gewijd aan samenzweringstheorieën en mythes rondom het coronavirus. Hiervoor sprak journalist Axel Schröder in



	met verschillende experts over de meest uiteenlopende aspecten in deze vaak bizarre en niet zelden haatdragende en gewelddadige wereld. In de eerste aflevering praat Axel Schröder met Karolin Schwarz (oprichter van hoaxmap.org) en Jan Rathje van de Amadeu Antonio Foundation over de meest voorkomende theorieën, het antisemitisme dat er vaak inherent aan is, en strategieën tegen complottheorieën. De tweede aflevering gaat over de sociaalpsychologische aspecten van samenzweringstheorieën, en kijkt ook naar de rol van aanbieders van sociale media. Sociaal psycholoog Pia Lamberty en blogger Katharina Nocun geven hierover informatie. Preventie van complottheorieën staat centraal in de discussie met Saba-nur Cheema (Anne Frank Educational Center) en Renate Pulz (BildungsBausteine e.V.). En in de vierde aflevering praat Schröder met David Begrich (Miteinander e.V.) over 'verzet' in de context van de zogenaamde 'hygiëne-betogingen', en met historica Hedwig Richter over de moeilijke relatie tussen autoritaire maatregelen en democratie.
<i>Interessante eigenschappen</i>	De podcast kan op elk moment en op elke plaats beluisterd worden - wat hem veel toegankelijker maakt dan andere soorten leermateriaal. Het kan ook zorgen voor een diepgaand begrip van een onderwerp in een korte tijd. Tot slot kan het gezien worden als een introductie tot andere podcasts over politieke educatie van dezelfde auteur, bpb.
Link	https://www.bpb.de/mediathek/podcasts/wahrheit-in-zeiten-von-corona/

4.

Projectnaam	Observatorium voor digitale media in het Middellandse Zeegebied
Land	Cyprus



Type:	Pre-bunking methodologie/project
Jaar van implementatie	2022
Context	
<i>Behoeften</i>	Het MedDMO-project is van bijzonder belang voor de verdediging van de democratie en de versterking van de mediageletterdheid, waaraan de Autoriteit bijzonder veel belang hecht. Door het bestrijden van verkeerde informatie dragen we bij aan het versterken van kritisch denken en het creëren van actieve burgers. Fact-checking is van cruciaal belang om ervoor te zorgen dat burgers geïnformeerd zijn" en dat de Autoriteit overweegt burgers te informeren, de verspreiding van onjuist nieuws en desinformatie te voorkomen, en vooral de vaardigheden van burgers te cultiveren en voortdurend te versterken.
<i>Betrokken doel</i>	Algemeen publiek
<i>Hoofddoel</i>	fungeert als knooppunt voor de EDMO en bestrijkt de zuidoostelijke grenzen van Europa, met deelname van Cyprus, Griekenland en Malta die, afgezien van hun geografische nabijheid, te maken hebben met gemeenschappelijke uitdagingen op het gebied van desinformatiecampagnes, die vaak proberen polarisatie te creëren rond Europese publieke debatten, zoals immigratie- en grenscontrolekwesties.
Beschrijving	
<i>Inhoud</i>	Het Mediterranean Digital Media Observatory (MedDMO) is een regionaal knooppunt van het European Digital Media Observatory dat Griekenland, Cyprus en Malta omvat. Het project, dat op 1 december 2022 van start ging en loopt tot mei 2025, heeft financiering ontvangen van het programma Digitaal Europa van de Europese Commissie (2021-2027) voor het opzetten van nationale centra voor digitale media met als doel het bereik van EDMO te vergroten. Afgezien van de geografische overeenkomsten staan Griekenland, Cyprus en Malta voor vergelijkbare uitdagingen met betrekking tot desinformatiecampagnes die het EU-debat vaak



	proberen te polariseren, zoals immigratie- en grenscontrolekwesties. MedDMO is een consortium dat nieuwe mogelijkheden biedt voor gezamenlijke feitencontrole door zich te richten op opkomende desinformatiecampagnes die specifiek relevant zijn voor het Middellandse Zeegebied. Het wil een cruciale bron van kennis zijn over lokale informatieomgevingen. Het brengt onderzoeks-, fact-checking- en mediaorganisaties samen die internationaal erkend onderzoekswerk verrichten en activiteiten ontplooiën op het gebied van desinformatie. MedDMO mengt zich in de media-ecosystemen van de drie landen. Het is van plan om een technologisch platform op te zetten dat rechtstreeks verbonden is met de EDMO-infrastructuur en ook om dagelijks onderzoek te doen dat de centrale en andere nationale hubs dagelijks van waardevolle informatie voorziet. Het meddmo.eu-portaal is de digitale toegangspoort waar het fact-checking werk van journalisten en onderzoekers uit de drie landen te vinden is. Het bevat ook de gedetailleerde activiteiten van het consortium met betrekking tot de verdere bevordering van mediageletterdheid en nieuwsverificatiemethoden. Van de partners wordt verwacht dat zij onderwerpen op een journalistieke en wetenschappelijke manier aanpakken, zoals immigratie, klimaatverandering, gezondheid, verkiezingszaken en technologie - onderwerpen die vaak centraal staan in desinformatiecampagnes die de EU hebben gepolariseerd.
<i>Interessante eigenschappen</i>	De informatie die we uit het programma zullen ontvangen is van cruciaal belang voor de Autoriteit, niet alleen als een belangrijk instrument voor een betere uitvoering van haar verantwoordelijkheden op het gebied van radio en televisie, maar vooral ook voor de uitvoering van de nieuwe verantwoordelijkheden die de Autoriteit onlangs heeft gekregen, als Nationaal



	Coördinator voor de uitvoering en werking van de DSA-verordening (Digital Services Act).
Link	https://meddmo.eu/

5.

Projectnaam	#FakeHunter-Edu
Land	Polen
Type	Praktijk of methodologie gericht op het stimuleren van kritische media- en datageletterdheid / pre-bunking
Jaar van implementatie	2022
Context	
<i>Behoeften</i>	De primaire behoefte waarop het #FakeHunter-Edu project inspeelt, is het gebrek aan kritische digitale geletterdheid onder middelbare scholieren. Aangezien het internet en sociale media voor veel jongeren primaire informatiebronnen zijn, is het dringend noodzakelijk om hen te leren hoe ze geloofwaardige bronnen van valse of misleidende bronnen kunnen onderscheiden.
<i>Betrokken doel</i>	Het doelpubliek van het #FakeHunter-Edu project bestaat uit middelbare scholieren, meestal tussen 13 en 18 jaar oud. Deze bevolkingsgroep is bijzonder gevoelig voor de invloed van sociale media en online informatie, waardoor ze een kritieke groep vormen voor interventies die gericht zijn op het verbeteren van digitale geletterdheid. De leerkrachten van middelbare scholen zijn ook een belangrijke doelgroep, aangezien zij de inhoud van het project faciliteren en een cruciale rol spelen in de educatie van leerlingen.
<i>Hoofddoel</i>	Het hoofddoel van het #FakeHunter-Edu project is om middelbare scholieren bewust te maken van de gevaren van desinformatie en nepnieuws. Het project wil jongeren de vaardigheden bijbrengen om online inhoud te verifiëren, valse informatie te herkennen en veilig en verantwoordelijk gedrag op het internet te



	vertonen. Door uitgebreide onderwijsmiddelen aan te bieden, waaronder videotrainingen, activiteitenkits en lesplannen, wil het project een generatie kritische denkers opleiden die met vertrouwen en onderscheidingsvermogen door de digitale wereld kunnen navigeren. Uiteindelijk is het doel om een beter geïnformeerde en weerbare samenleving te creëren die de verspreiding van desinformatie effectief kan bestrijden.
Beschrijving	
<i>Inhoud</i>	#FakeHunter-Edu is een educatief project gericht op middelbare scholieren, met als doel het bewustzijn van de gevaren van desinformatie te vergroten, nepnieuws te bestrijden, jongeren te leren om inhoud die op het internet wordt gepubliceerd te verifiëren en veilig gedrag te versterken. Als onderdeel van het project heeft de dienst #FakeHunter videotrainingen voorbereid over het tegengaan van desinformatie, die leerkrachten tijdens schoolklassen met leerlingen hebben gebruikt. In de opnames leggen we uit hoe je nepnieuws kunt herkennen, wat het fenomeen desinformatie is, wat de rol van sociale media is bij het verspreiden van valse inhoud en geven we tips over hoe je verstandig en bewust tijd kan doorbrengen in de virtuele wereld. Naast de videotraining ontvingen alle middelbare scholen ook een activiteitenkit en een lesscenario. Het project wordt uitgevoerd door: Pools Persagentschap, het Ministerie van Onderwijs en Wetenschap, het GovTech Poland Centre en het Educational Research Institute.
<i>Interessante eigenschappen</i>	Het project richt zich specifiek op jongeren op middelbare scholen en richt zich op een kritische leeftijdsgroep die online zeer actief en beïnvloedbaar is. Het hoofddoel is om jongeren bewust te maken van de gevaren van desinformatie en hen technieken aan



	te leren om de authenticiteit van online inhoud te controleren. Het biedt videotrainingsmodules die leerkrachten kunnen gebruiken tijdens schoollessen. Deze video's behandelen het herkennen van nepnieuws, het begrijpen van het fenomeen desinformatie, de rol van sociale media bij het verspreiden van valse informatie en tips om verstandig en bewust door de virtuele realiteit te navigeren. Elke school ontvangt een activiteitenpakket met praktische hulpmiddelen en bronnen om leerlingen interactief te betrekken. Over het geheel genomen is #FakeHunter-Edu een goed voorbeeld van een veelzijdige, gezamenlijke en praktische aanpak om jongeren voor te lichten over desinformatie en hen de vaardigheden bij te brengen die ze nodig hebben om veilig en verantwoordelijk door de digitale wereld te navigeren.
Link	https://fake-hunter.pap.pl/edukacja

6.

Projectnaam	De commissaris voor nepnieuws is op vrije voeten
Land	Oostenrijk
Type	Het project "Der Fake News Kommissar geht um" (De nepnieuwscommissaris loopt vrij rond) is een online spel dat gericht is op het vergroten van de mediageletterdheid en de weerbaarheid tegen nepnieuws onder leerlingen. Door elementen van spelgebaseerd leren te combineren met psychologische benaderingen zoals de inoculatietheorie, biedt het project een unieke aanpak voor het aanpakken van onjuiste informatie in de schoolcontext.
Jaar van implementatie	2022-2024
Context	
<i>Behoeften</i>	In een tijdperk vol digitale desinformatie is er een dringende behoefte om jongeren uit te rusten met kritische mediageletterdheid. Ze moeten leren zich te wapenen tegen nepnieuws, online inhoud kritisch



	evalueren en onderscheid maken tussen feitelijke informatie en desinformatie.
<i>Betrokken doel</i>	De primaire doelgroep van het project bestaat uit scholieren, met name adolescenten die in toenemende mate worden blootgesteld aan digitale desinformatie. Daarnaast worden leerkrachten bij het project betrokken, die een cruciale rol spelen bij het faciliteren van de implementatie van interventies en het ondersteunen van leerlingen bij het ontwikkelen van mediageletterdheid.
<i>Hoofddoel</i>	Het hoofddoel van het project is om de mediageletterdheid en weerbaarheid van studenten tegen nepnieuws te versterken. Door spelgebaseerd leren te combineren met psychologische strategieën zoals de inoculatietheorie, wil het project studenten uitrusten met de nodige vaardigheden om online inhoud kritisch te evalueren en desinformatie te identificeren.
Beschrijving	
<i>Inhoud</i>	Het project bestaat uit twee hoofdonderdelen: een interactief online spel over nepnieuws en een flyer met dezelfde informatie en illustraties als het online spel. Het spel dompelt leerlingen onder in een interactieve ervaring waarin ze de rol spelen van undercoveragenten die nepnieuws moeten creëren en verspreiden zonder gepakt te worden door de commissaris voor nepnieuws. Door middel van boeiende gameplay en inhoud die relevant is voor jongeren, leren leerlingen veelgebruikte strategieën in nepnieuws te herkennen en ontwikkelen ze vaardigheden om kritisch na te denken. De flyer bevat dezelfde theoretische informatie over nepnieuws die in het online spel wordt gepresenteerd en geleerd. Daarnaast zal er in de komende maanden educatief materiaal voor leerkrachten worden gepubliceerd op de website van het spel, met richtlijnen voor het



	integreren van het spel in activiteiten in de klas en voor het faciliteren van discussies over mediageletterdheid.
<i>Interessante eigenschappen</i>	Spelend leren: Het project gebruikt gamification-elementen om de betrokkenheid en motivatie van studenten bij het leren over mediageletterdheid en het detecteren van nepnieuws te vergroten. Inoculatietheorie: door psychologische principes zoals de inoculatietheorie te gebruiken, wil het project de weerbaarheid van studenten tegen nepnieuws vergroten door hen bloot te stellen aan milde vormen van verkeerde informatie. Inhoud die relevant is voor jongeren: de interventies bevatten inhoud en scenario's die relevant zijn voor jongeren, waardoor de leerervaring voor de leerlingen herkenbaar en boeiend is. Ondersteuning voor leerkrachten: aanvullend materiaal en workshops bieden leerkrachten ondersteuning bij het effectief implementeren van de benaderingen en het integreren van mediageletterdheid in het lesprogramma.
Link	https://www.fakenewskommissar.eu/

7.

Projectnaam	Stampmedia
Land	België
Type	• Trainingsprogramma
Jaar van implementatie	
Context	
Behoeften	StampMedia richt zich op de behoefte aan meer kritische mediageletterdheid bij jongeren in België. In een tijdperk gekenmerkt wordt door een snelle verspreiding van informatie via verschillende mediakanalen, is er een groeiende noodzaak voor jonge mensen om het vermogen te ontwikkelen om media-inhoud kritisch te analyseren, te evalueren en te creëren. Het richt zich op het gebrek aan betrokkenheid van jongeren met betrekking tot mediageletterdheid.



Betrokken doel	De <i>best practice</i> van StampMedia richt zich voornamelijk op jongeren, met name adolescenten en tieners, die zich een weg banen door het steeds complexere medialandschap. Deze mensen zijn vaak actieve consumenten en producenten van media-inhoud, maar missen mogelijk de nodige vaardigheden om geloofwaardige informatie van verkeerde informatie te onderscheiden.
Hoofddoel	StampMedia is het eerste jongerenmediabureau in Vlaanderen dat de stem van alle jongeren in de media versterkt. StampMedia is door de Vlaamse Vereniging van Journalisten erkend als 'algemeen nieuwsmedium'. Het hoofddoel van StampMedia is om jongeren de kennis, vaardigheden en tools te geven om kritisch met media om te gaan en effectief bij te dragen aan het mediadiscours. Door het aanbieden van trainingsprogramma's en praktische mogelijkheden om te experimenteren, wil StampMedia mediageletterdheid, digitale geletterdheid en kritisch denken bij haar doelpubliek bevorderen.
Beschrijving	
Inhoud	StampMedia biedt een uitgebreid trainingsprogramma en methodologie die ontworpen is om de kritische media- en datageletterdheid onder jongeren te verbeteren. Door middel van workshops, begeleiding en praktijkprojecten worden deelnemers begeleid bij het verkennen van verschillende aspecten van mediaproductie, waaronder tekst, fotografie, video en audio. Daarnaast legt StampMedia sterk de nadruk op actief burgerschap, door jonge mensen aan te moedigen hun mening te geven en deel te nemen aan maatschappelijke discussies via de media. PROJECTEN Jongeren kunnen bij ons terecht om te experimenteren met tekst, fotografie, video, audio, ... Zij begeleiden hen op maat en voorzien hen van workshops en trainingen.



	Bovendien vinden ze de stem van jongeren erg belangrijk. Jongeren zijn actieve burgers en eisen hun plaats in de samenleving op. Daarom hebben we verschillende projecten lopen om de stem van jongeren te versterken door bottom-up te werken en hen te activeren. Projecten zoals Lab X en Press Change maken hier deel van uit. StampMedia richt zich ook sterk op op maat gemaakte producties en multimediacprojecten. Jonge freelancers kunnen met hen samenwerken om video- en storytellingopdrachten uit te voeren. Bovendien werken ze regelmatig samen met scholen, en is iedereen vrij om gebruik te maken van hun tutorials en handleidingen met leuke weetjes, nuttige informatie en handige knowhow.
Interessante eigenschappen	Ze organiseren workshops voor volwassenen en jongeren. Een van de opvallendste kenmerken van StampMedia is de gezamenlijke aanpak. Door partnerschappen aan te gaan met scholen, mediaorganisaties en andere belanghebbenden, creëert StampMedia een ondersteunend ecosysteem voor de betrokkenheid van jongeren bij de media. Deze aanpak breidt niet alleen het ondersteuningsnetwerk uit, maar verrijkt ook de mogelijkheden voor jongeren om deel te nemen aan mediacreaties en het publieke debat. Centraal in het ethos van StampMedia staat de empowerment van jongeren. Door direct betrokken te zijn bij mediaproducties krijgen jongeren een stem en een platform om zich authentiek uit te drukken. Deze empowerment bevordert niet alleen het zelfvertrouwen en de zelfexpressie, maar moedigt ook actief burgerschap aan doordat jonge makers bijdragen aan de openbare dialoog en de verhalen van de gemeenschap. StampMedia speelt ook een cruciale rol in de aanpak van mediageletterdheid onder jongeren. Door hen te betrekken



	bij het creëren van mediacontent, rust StampMedia jonge deelnemers uit met kritische denkvaardigheden en een dieper begrip van mediaproductie en -consumptie. Deze praktijkgerichte aanpak van mediageletterdheid helpt jongeren om de complexiteit van het digitale tijdperk te beheersen en kritische mediaconsumenten en -makers te worden. Bovendien biedt StampMedia mogelijkheden voor verkenning en betrokkenheid. Of het nu gaat om workshops, projecten of multimedia-initiatieven, jonge deelnemers worden aangemoedigd om verschillende mediaformaten, onderwerpen en verteltechnieken te verkennen. Dit stimuleert creativiteit, nieuwsgierigheid en een gevoel van eigenaarschap over mediaverhalen, waardoor jongeren de verhalen kunnen vormgeven die voor hen en hun gemeenschap van belang zijn. In essentie creëert StampMedia's toewijding aan samenwerking, empowerment van jongeren en mediageletterdheid een dynamisch platform waar jongeren niet alleen hun stem kunnen laten horen, maar ook een betekenisvolle bijdrage kunnen leveren aan het bredere discours, waardoor uiteindelijk een inclusiever en beter geïnformeerd medialandschap ontstaat.
Link	https://beinternetawesome.withgoogle.com/el_gr/interland

8.

Projectnaam	Be Internet Awesome & "Interland" Spel
Land	Griekenland
Type	• Trainingsprogramma • Serieus spel
Jaar van implementatie	
Context	
<i>Behoeften</i>	Interland is een online spel met als doel kinderen voor te lichten over digitale risico's, manieren om deze aan te pakken en de digitale burgers van de toekomst voor te bereiden.
<i>Betrokken doel</i>	• Studenten



	• Leraren • Gezinnen
<i>Hoofddoel</i>	Het doel van het spel is kinderen op een interactieve en leuke manier meer te leren over digitale veiligheid en digitaal burgerschap. Door te spelen helpen kinderen andere 'Internauten' bij het bestrijden van malafide hackers, online phishers, 'overcommunicators' en pestkoppen, waarbij ze de vaardigheden oefenen die ze nodig hebben om goede burgers van de digitale wereld te zijn.
Beschrijving	
<i>Inhoud</i>	Interland is een gratis, webgebaseerd spel dat is ontworpen om kinderen vijf basislessen te leren in vier verschillende minigames, of 'landen'. Kinderen worden uitgenodigd om hun weg naar Internet Awesome te spelen in een zoektocht om hackers te ontmaskeren, phishers onderuit te halen, cyberbullies te overtreffen, oversharers te slim af te zijn en veilige, zelfverzekerde verkenner van de onlinewereld te worden. Voor leerkrachten biedt het een reeks hulpmiddelen voor digitale veiligheid die in de klas kunnen worden gebruikt. Het lespakket "Be Internet Awesome" geeft leerkrachten de hulpmiddelen en methoden die ze nodig hebben om de basisprincipes van digitale veiligheid te onderwijzen. Voor gezinnen is er de "Be Internet Awesome Family Guide", die gezinnen helpt om thuis te leren over online veiligheid en burgerschap en om goede digitale gewoonten in hun dagelijks leven op te nemen en te oefenen.
<i>Interessante eigenschappen</i>	De Be Internet Awesome-campagne, ontwikkeld door Google in samenwerking met tal van instellingen die gespecialiseerd zijn in technologie en onderwijs, promoot digitale geletterdheid en mediageletterdheid bij jongeren, in de klas en bij gezinnen. Het Interland-spel en veel van het ontwikkelde materiaal is in talloze talen vertaald (waaronder Grieks).
Link	https://beinternetawesome.withgoogle.com/el_gr/interland



3. Veldonderzoek

3.1 Interviews

Dit hoofdstuk bespreekt de belangrijkste resultaten van de interviews die op nationaal niveau zijn uitgevoerd, en identificeert de belangrijkste behoeften en ervaringen die waardevol zijn voor de volgende fase van het project en een sterke impact garanderen.

De aanpak van het **MILES-project** voor het verzamelen van informatie tijdens de interviewfase is zorgvuldig ontworpen om zowel systematisch als inclusief te zijn. Dit is gedaan om een uitgebreid inzicht te verkrijgen in het landschap van mediageletterdheid en de uitdagingen rond desinformatie. Deze fase maakt gebruik van een kwalitatieve, semigestructureerde interviewmethodologie, waarmee een balans wordt gevonden tussen consistente gegevensverzameling en de flexibiliteit om thema's te onderzoeken die tijdens de gesprekken spontaan naar voren komen. Door het gebruik van semigestructureerde interviews heeft het project zowel consistente, vergelijkbare antwoorden als unieke, contextspecifieke inzichten verzameld. Deze aanpak draagt bij aan een dieper en rijker begrip van mediageletterdheidspraktijken en de obstakels die moeten worden overwonnen om desinformatie effectief te bestrijden.

De interviewgids is zorgvuldig ontwikkeld en omvat een reeks relevante onderwerpen die zijn onderverdeeld in thematische secties. Deze secties behandelen onder meer de huidige praktijken op het gebied van mediageletterdheid, de uitdagingen en obstakels waar professionals mee te maken hebben, de effectiviteit van bestaande methoden en aanbevelingen voor verbeteringen. Om de gids duidelijk en praktisch toepasbaar te maken, wordt deze vóór volledige implementatie getest met een kleine steekproef van deelnemers. Deze pilotfase stelt het project in staat de gids aan te passen op basis van waardevolle feedback en ervoor te zorgen dat hij optimaal aansluit bij de behoeften van de deelnemers.

Een diverse selectie van deelnemers is essentieel om een breed scala aan perspectieven op mediageletterdheid te vertegenwoordigen. Tot de deelnemers behoren opvoeders, deskundigen op het gebied van mediageletterdheid, beleidsmakers, vertegenwoordigers van NGO's, studenten en ouders. Deze diversiteit garandeert dat het project inzichten verzamelt

van personen die direct betrokken zijn bij zowel de implementatie als de ervaring van mediageletterdheidsinitiatieven. Om de kwaliteit en diepgang van de gegevens te waarborgen, wordt een doelgerichte steekproefstrategie toegepast. Hierbij worden deelnemers geselecteerd op basis van hun expertise en ervaring.

De interviews werden op verschillende manieren afgenomen – via persoonlijke gesprekken, virtuele vergaderingen en telefoongesprekken – om de toegankelijkheid voor de deelnemers te maximaliseren. Met toestemming van de deelnemers werden opnames gemaakt en werden notities bijgehouden, wat de nauwkeurigheid van de gegevensverzameling en de latere analyse bevorderde. Naast individuele interviews maakt het **MILES-project** ook gebruik van waardevolle bijdragen van experts en praktijkmensen via workshops, paneldiscussies en gezamenlijke sessies. Deze interactieve sessies dienen meerdere doelen: ze bieden experts een platform om *best practices* te delen, bevindingen te valideren en aanvullende informatie te verzamelen voor de ontwikkeling van trainingsmateriaal. Door deze bijdragen wordt gewaarborgd dat de resultaten van het project niet alleen theoretisch onderbouwd zijn, maar ook gebaseerd zijn op praktijkervaringen en de nieuwste inzichten op het gebied van mediageletterdheid.

Na de gegevensverzameling voerde het MILES-projectteam een grondige analyse uit om belangrijke thema's en patronen te identificeren. Hierbij werd gebruik gemaakt van thematische analyse, een gestructureerde methode waarbij gegevens worden gecategoriseerd in kernthema's zoals succesvolle praktijken in mediageletterdheid, barrières voor implementatie en aanbevelingen voor toekomstige initiatieven. Het proces omvatte nauwgezette codering en vergelijking, zodat inzichten systematisch werden georganiseerd en verbanden tussen verschillende antwoorden van deelnemers konden worden vastgesteld.

De bevindingen uit de interviews en de bijdragen van experts zijn geïntegreerd in de resultaten van het **MILES-project**, wat direct heeft bijgedragen aan het ontwerp van trainingsmodules, toolkits voor leerkrachten en beleidsaanbevelingen. Door de ervaringen en behoeften van verschillende belanghebbenden als uitgangspunt te nemen, garandeert het project dat de ontwikkelde middelen zowel relevant als praktisch toepasbaar zijn. De verzamelde inzichten hebben geleid tot de ontwikkeling van een toolkit die specifiek is gericht op de uitdagingen waarmee leerkrachten worden geconfronteerd en die hen ondersteunt bij het effectief onderwijzen van mediageletterdheid.

De methodologie van het MILES-project voor het verzamelen van informatie is zowel breed als collaboratief. Door kwalitatieve interviews te combineren met inzichten uit workshops,

paneldiscussies en focusgroepen, krijgt het project een holistisch beeld van het landschap van mediageletterdheid. Deze aanpak waarborgt dat de strategieën en middelen die binnen het project worden ontwikkeld, niet alleen gebaseerd zijn op afdoende bewijs, maar ook flexibel genoeg zijn om aan te passen aan uiteenlopende onderwijscontexten.

De nadruk van het project op inclusiviteit en nauwkeurigheid in de gegevensverzameling draagt bij aan het overkoepelende doel: het bevorderen van een goed geïnformeerde en kritisch denkende samenleving. Met deze aanpak ondersteunt het MILES-project opvoeders, leerlingen en gemeenschappen in hun strijd tegen desinformatie, terwijl het de veerkracht en bewustwording binnen de samenleving versterkt.

3.1.1 Steekproef

Het steekproefproces maakt gebruik van een doelgerichte steekproefstrategie, waarbij zorgvuldig wordt gezocht naar personen met relevante ervaring en expertise op het gebied van mediageletterdheid. Deelnemers worden geselecteerd op basis van specifieke criteria, zoals hun professionele achtergrond, rol en betrokkenheid bij mediageletterdheids- of educatieve initiatieven. Deze gerichte aanpak waarborgt dat het project waardevolle en diepgaande inzichten verzamelt, doordat elke deelnemer een uniek perspectief biedt dat voortkomt uit hun specifieke positie en ervaring.

De geselecteerde deelnemers zijn onderwijzers, deskundigen op het gebied van mediageletterdheid, beleidsmakers, vertegenwoordigers van NGO's en leden van de gemeenschap, zoals leerlingen en ouders. Elk van deze groepen biedt een verschillend standpunt over de doeltreffendheid en de uitdagingen van mediageletterdheidsprogramma's. Opvoeders bieden bijvoorbeeld inzichten in de praktische toepassing van mediageletterdheid in de klas, terwijl beleidsmakers bredere systemische en regelgevende kaders kunnen bespreken die deze initiatieven beïnvloeden. Door leerlingen en ouders bij het project te betrekken, kunnen de perspectieven van degenen die rechtstreeks te maken hebben met mediageletterdheidsinspanningen in het project worden opgenomen, wat een waardevolle laag van ervaringsinzicht toevoegt aan de verzamelde gegevens. Deze doelgerichte en inclusieve steekproefmethodologie waarborgt dat het **MILES-project** een uitgebreid en genuanceerd inzicht biedt in de behoeften en praktijken op het gebied van mediageletterdheid. Door strategisch deelnemers met diverse achtergronden te selecteren, kan het project gegevens verzamelen die recht doen aan de veelzijdige aard van mediageletterdheid en de cruciale rol ervan bij het versterken van weerbaarheid tegen desinformatie in verschillende educatieve en sociale contexten. In het volgende gedeelte

presenteren we een samenvatting van de profielen van de betrokken deelnemers bij de interviews, gespecificeerd per land en type profiel. Daarnaast wordt, zoals vereist door de Europese Commissie, een uitsplitsing van de gegevens op basis van geslacht gegeven om een volledig beeld te bieden van de demografische diversiteit binnen het onderzoek.

Landen	Beleidsma- kers	Actore n aan het werk in School	Belanghebbende n	Manne n	Vrouwe n	Niet- binair e	Totaal mense n bereikt
<i>Italië</i>	5	5	2	5	7	0	12
<i>Roemenië</i>	5	5	2	1	11	0	12
<i>Duitsland</i>	3	6	3	6	6	0	12
<i>Cyprus</i>	6	13	2	10	11	0	21
<i>Polen</i>	5	5	2	2	10	0	12
<i>Oostenrijk</i>	5	5	2	2	10	0	12
<i>België</i>	6	5	2	8	5	0	13
<i>Griekenlan- d</i>	6	7	4	6	11	0	17
<i>Portugal</i>	5	5	3	8	5	0	13
Totaal aantal	46	56	22	48	76	0	124

De volledige lijst van de betrokken personen is beschikbaar in de bijlage van dit onderzoek.

3.1.2 Opzet van het interview

De interviews werden op verschillende manieren uitgevoerd, waaronder persoonlijke gesprekken, virtuele bijeenkomsten en telefonische interviews, afhankelijk van de beschikbaarheid en locatie van de deelnemers. De één-op-één-indeling bood experts en belanghebbenden de ruimte om diepgaand na te denken over de situatie op scholen, effectieve strategieën om nepnieuws en desinformatie aan te pakken, en de middelen die daarvoor nodig zijn. Ook werd besproken welke veelbelovende praktijken uit andere Europese landen kunnen worden overgenomen.

Het ontwerp van de interviewfase in het **MILES-project** was essentieel voor het verzamelen van diepgaande, kwalitatieve inzichten van een diverse groep belanghebbenden. Deze fase was zorgvuldig gestructureerd om niet alleen individuele perspectieven vast te leggen, maar ook om bredere thema's te verkennen die relevant zijn voor mediageletterdheid, desinformatie en de effectiviteit van educatieve interventies. Het voornaamste doel van de interviews was om een genuanceerd beeld te krijgen op het huidige landschap van onderwijs



in mediageletterdheid en de uitdagingen rondom desinformatie. De interviews waren gericht op het bereiken van vier belangrijke doelstellingen:

1. Identificeren van succesvolle praktijken en strategieën op het gebied van mediageletterdheid en pre-bunking.
2. Begrijpen van barrières en obstakels waarmee belanghebbenden worden geconfronteerd bij het bevorderen van mediageletterdheid.
3. Verzamelen van aanbevelingen voor het verbeteren van educatieve kaders en het ontwikkelen van praktische hulpmiddelen om desinformatie te bestrijden.
4. Zorgen dat de projectresultaten aansluiten bij de werkelijke behoeften en ervaringen van degenen die actief betrokken zijn in het veld.

Deze doelen bepaalden de structuur en inhoud van de interviewvragen, die zorgvuldig waren ontworpen om specifieke thema's te behandelen, maar ook voldoende flexibiliteit boden om de persoonlijke inzichten van elke deelnemer vast te leggen. Deze aanpak zorgde ervoor dat de interviews niet alleen relevante gegevens opleverden, maar ook waardevolle perspectieven die bijdragen aan de ontwikkeling van effectieve strategieën en middelen om mediageletterdheid en desinformatie aan te pakken.

Het project maakte gebruik van een semi-gestructureerde aanpak voor de interviews, waarbij een balans werd gevonden tussen structuur en flexibiliteit. Dit ontwerp stelde interviewers in staat om kernonderwerpen systematisch te behandelen, terwijl er ruimte bleef om in te gaan op interessante inzichten of nieuwe ideeën die door de deelnemers werden aangedragen. De semigestructureerde interviews waren gebaseerd op een reeks vooraf opgestelde vragen, wat consistentie tussen de interviews waarborgde, maar lieten tegelijkertijd een natuurlijk verloop van het gesprek toe. Hierdoor konden deelnemers hun relevante ervaringen en expertise diepgaand delen, wat leidde tot een rijker en meer genuanceerd begrip van de besproken thema's. De interviews waren georganiseerd rond thematische secties, elk gericht op een specifiek aspect van mediageletterdheid en desinformatie, om een heldere en coherente structuur te waarborgen. De eerste sectie richtte zich op het verkrijgen van achtergrondinformatie over de professionele rollen en ervaring van de deelnemers binnen mediageletterdheid of desinformatie, wat hielp om hun antwoorden in de juiste context te plaatsen. Andere secties behandelden specifieke methoden en strategieën die de deelnemers gebruikten of waarvan ze op de hoogte waren bij het bevorderen van mediageletterdheid en het bestrijden van desinformatie. Dit bood waardevolle inzichten in best practices en veelgebruikte hulpmiddelen. Daarnaast onderzocht het interview de obstakels waarmee deelnemers in hun werk te maken hadden, zoals beperkte middelen, institutionele beperkingen of een gebrek aan bewustzijn bij het publiek. Deze informatie was essentieel voor het identificeren van gebieden waar extra ondersteuning of innovatie nodig is. De interviews moedigden deelnemers ook aan om de impact en effectiviteit van specifieke instrumenten,



programma's of benaderingen te bespreken, evenals hun suggesties voor het verbeteren van mediageletterdheidsprogramma's. Een belangrijke focus lag op het verzamelen van inzichten over opkomende trends in mediageletterdheid en mogelijke toekomstige uitdagingen. Dit hielp niet alleen bij het identificeren van bedreigingen en kansen in het snel veranderende informatielandschap, maar bood ook inspiratie voor innovatieve en toekomstgerichte benaderingen.

3.1.3 Ethische overwegingen

Ethische overwegingen stonden centraal bij de opzet van het interviewproces. Het projectteam zorgde ervoor dat deelnemers geïnformeerd werden over het doel van het onderzoek, hoe hun gegevens gebruikt zouden worden en hun recht om zich op elk moment terug te trekken. Persoonlijke informatie en specifieke antwoorden werden vertrouwelijk behandeld en alleen gebruikt voor de onderzoeksdoeleinden die in het toestemmingsformulier werden beschreven. Alle opnames en transcripties werden veilig opgeslagen om ongeoorloofde toegang te voorkomen, zodat de gegevens gedurende het hele onderzoeksproces beveiligd waren.

Geen ethische overwegingen te melden.

4. Analyseresultaten van interviews

De interviews die in het kader van het MILES-project werden afgenomen, waren gericht op belanghebbenden, beleidsmakers en actoren die werkzaam zijn in de schoolomgeving. In totaal namen 22 belanghebbenden, 46 beleidsmakers en 56 actoren uit de schoolomgeving deel, met de volgende statistieken.

Belanghebbenden

- Totaal: 22
- Geslacht
 - Mannelijk: 9 (40,9%)
 - Vrouwelijk: 13 (59,1%)
- Professionele rollen
 - Vertegenwoordigers van maatschappelijke organisaties: 6 (27.3%)
 - Media/Communicatiespecialisten: 6 (27,3%)
 - Opvoeders en leerkrachten: 5 (22.7%)
 - Journalisten: 4 (18.2%)
 - Anderen (bijv. psychologen, studenten): 1 (4.5%)



- **Type instelling/organisatie**
 - Maatschappelijke organisaties/NGO's: 9 (40,9%)
 - Onderwijsinstellingen: 8 (36,4%)
 - Particuliere sector: 2 (9,1%)
 - Andere (bijv. Oudervertegenwoordigers): 3 (13,6%)
- **Gebieden van expertise**
 - Mediageletterdheid: 6 (27,3%)
 - Algemeen onderwijs: 5 (22,7%)
 - Journalistiek/Media: 4 (18,2%)
 - Betrokkenheid bij de gemeenschap: 4 (18,2%)
 - Psychologie en welzijn: 3 (13,6%)

Beleidsmakers

- Totaal: 44
- **Geslacht**
 - Mannelijk: 23 (52,3%)
 - Vrouwelijk: 21 (47,7%)
- **Professionele rollen**
 - Ambtenaren openbaar beleid: 17 (38,6%)
 - Leraren/Academici: 15 (34,1%)
 - Vertegenwoordigers van NGO's: 7 (15,9%)
 - Mediatrainers/opleiders: 2 (4,5%)
 - Anderen (bijv.: programmacoördinatoren): 3 (6,8%)
- **Type instelling/organisatie**
 - Publieke/overheidssector: 23 (52,3%)
 - Onderwijsinstellingen: 11 (25%)
 - NGO's: 7 (15,9%)
 - Particuliere sector: 3 (6,8%)
- **Gebieden van expertise**
 - Mediageletterdheid: 6 (13,6%)
 - Beleid en regelgeving: 17 (38,6%)
 - Digitaal onderwijs/geletterdheid: 9 (20,5%)
 - Journalistiek/Mediapraktijk: 5 (11,4%)
 - Betrokkenheid bij de gemeenschap: 7 (15,9%)



Actoren aan het werk op school

- Totaal: 61
- **Geslacht**
 - Mannelijk: 23 (37,7%)
 - Vrouwelijk: 38 (62,3%)
- **Professionele rollen**
 - Leraren: 38 (62.3%)
 - Trainers/trainers: 13 (21.3%)
 - Universitaire assistenten: 5 (8.2%)
 - Studenten/Administratieve medewerkers: 3 (4.9%)
 - Mediaopvoeders: 2 (3.3%)
- **Type instelling/organisatie**
 - Onderwijsinstellingen: 55 (90.2%)
 - Particuliere sector: 1 (1,6%)
 - Gemeenschapsverenigingen: 3 (4.9%)
 - Andere: 2 (3,3%)
- **Gebieden van expertise**
 - Mediageletterdheid: 2 (3,3%)
 - Onderwijs (verschillende disciplines): 47 (77.0%)
 - Actief Burgerschap/Sociale Studies: 6 (9.8%)
 - Wetenschappen, Geesteswetenschappen en Talen: 4 (6.6%)
 - Opleiding en professionele ontwikkeling: 2 (3,3%)

In de volgende secties doen we verslag van de belangrijkste resultaten van de interviews met de betrokken profielen.

4.1 Belanghebbenden

Algemene informatie

De documenten geven uitgebreid inzicht in de algemene informatie en bevindingen over de betrokken doelgroepen en hun competentiegebieden. De doelgroepen omvatten een verscheidenheid aan belanghebbenden zoals studenten, onderwijzers, onderzoekers, beleidsmakers en mediaprofessionals, die allemaal bijdragen aan de inspanningen om verkeerde informatie te bestrijden en mediageletterdheid te verbeteren.

Het verslag uit Polen benadrukt de betrokkenheid van studenten van de studie Engelse filologie aan de universiteit van Rzeszow.

Bij de Griekse focusgroep waren belanghebbenden betrokken zoals een feitencontroleur, een vertegenwoordiger van een populair feitencontroleplatform, een lid van een NGO die zich bezighoudt met internetveiligheid en een vertegenwoordiger van de afdeling Cybercriminaliteit van de Griekse politie. Zij hebben expertise over innovatieve leermethoden, psychologisch onderzoek, educatieve activiteiten, journalistiek en beleidsontwikkeling. Ze richten zich op het bestrijden van desinformatie, het verbeteren van mediageletterdheid op scholen en het integreren van digitale vaardigheden in onderwijskaders.

In Oostenrijk waren onder andere een ontwikkelaar van mediacontent en een mediadeskundige betrokken bij het onderzoek. Zij benadrukten het dringende belang van onderwijs in mediageletterdheid, het stimuleren van kritisch denken en het moderniseren van onderwijsmethoden om nepnieuws effectief te bestrijden. Daarnaast werden uitdagingen zoals de snelle verspreiding van desinformatie via sociale mediaplatforms en de verouderde structuren van het huidige onderwijssysteem als belangrijke obstakels genoemd.

Samenvatting van de belangrijkste behoeften en uitdagingen die naar voren kwamen

Belangrijkste behoeften en uitdagingen Verbeteren van mediageletterdheid In verschillende rapporten is er consensus over de noodzaak om mediageletterdheid systematisch op te nemen in het lesprogramma van scholen. Inspanningen om jongeren te leren de geloofwaardigheid van bronnen te controleren en juiste informatie van onwaarheden te onderscheiden, zijn van cruciaal belang. De huidige initiatieven zijn vaak sporadisch en beperkt tot internetveiligheid in plaats van het ontwikkelen van een brede mediageletterdheid. Een belangrijke uitdaging is het gebrek aan middelen en ondersteuning om leerkrachten in staat te stellen onderwijs in mediageletterdheid effectief te implementeren. Leerkrachten beschikken vaak niet over voldoende opleiding en moderne technologische hulpmiddelen, wat het geven van effectief onderwijs in mediageletterdheid belemmert. Er is een erkende behoefte aan gestructureerde interdisciplinaire programma's en voortdurende training van leerkrachten. Samenwerkingsverbanden tussen scholen, overheidsinstellingen, NGO's en de privésector kunnen initiatieven op het gebied van mediageletterdheid versterken. Duidelijk beleid en richtlijnen op nationaal niveau zijn nodig om een consistente en effectieve implementatie op alle scholen te garanderen.

Hulpbronnen en veelbelovende praktijken

Enkele van de belangrijkste onderwijsbronnen die werden genoemd:

#FakeHunter-Edu Project: Een educatief project gericht op middelbare scholieren om hen bewust te maken van de gevaren van desinformatie. Het biedt videotraining, activiteitenkits en lesplannen om leerlingen en leraren te helpen nepnieuws te herkennen en te bestrijden.

Het 'Digital Youth' programma van de Digital Poland Foundation: Een programma dat hulpmiddelen biedt voor het onderwijzen van digitale geletterdheid en media-educatie. Het omvat lesplannen, workshops en activiteiten die ontworpen zijn om kritisch denken en media-evaluatievaardigheden bij jongeren te verbeteren.

Stichting Szkoła z Klasą - Fake kNOw More: Een trainingsprogramma gericht op kinderen en jongeren van 10 tot 15 jaar. Het programma omvat educatieve spellen, lesplannen en ondersteunende materialen die zijn ontworpen om weerbaarheid tegen desinformatie op te bouwen. Het legt de nadruk op het vergroten van zelfbewustzijn en het begrijpen van de psychologische mechanismen achter desinformatie, zodat deelnemers kritisch leren omgaan met informatie.

NASK - (Dez)informacja, czyli w co wierzyć w internecie: Een uitgebreid trainingsprogramma voor opvoeders en studenten, gericht op het herkennen van desinformatie, het ontwikkelen van kritisch denkvermogen en het begrijpen van de impact van nepnieuws. Het programma biedt interactieve elementen en praktische hulpmiddelen, waarmee docenten effectief mediageletterdheid kunnen onderwijzen en studenten leren kritisch met informatie om te gaan.

Initiatieven zoals de workshops "Keyboard Warriors" zijn bedoeld om leerlingen te onderwijzen over de gevaren van desinformatie en hen uit te rusten met praktische vaardigheden om op verantwoorde wijze media te gebruiken. Deze workshops bevorderen kritisch denken en bewustzijn en helpen leerlingen om betrouwbare informatie te onderscheiden en verkeerde informatie te bestrijden, waardoor ze beter voorbereid zijn om de weg te vinden in de digitale wereld.

De betrokken partijen benadrukten het belang van het oprichten van openbare websites waarop gebruikers de authenticiteit van video's en artikelen kunnen verifiëren. Deze platforms fungeren als toegankelijke hulpmiddelen voor studenten en het brede publiek om de geloofwaardigheid van informatie te controleren. Daarnaast zijn workshops ontwikkeld die jongeren leren over cyberbeveiliging en het detecteren van nepnieuws. Deze praktische sessies zijn gericht op het bijbrengen van vaardigheden die nodig zijn om veilig, verantwoord en kritisch door de digitale wereld te navigeren. Dit specifiek programma, aangepast aan Poolse scholen, ondersteunt zowel leerlingen als leerkrachten bij het ontwikkelen van kritische mediavaardigheden. Dit programma legt de nadruk op praktijkgericht leren en stimuleert de toepassing van kritisch denken in de dagelijkse mediaconsumptie. Het biedt ook voortdurende professionele ontwikkelingsmogelijkheden voor leerkrachten, zodat zij hun expertise in mediageletterdheid kunnen uitbreiden en op de hoogte blijven van de nieuwste hulpmiddelen en methodologieën. Dit is essentieel om mediageletterdheid effectief te

onderwijzen in een voortdurend veranderend medialandschap.

De deelnemers hebben ook een breed scala aan middelen en programma's aangemerkt die gericht zijn op het verbeteren van mediageletterdheid en het bestrijden van desinformatie. Deze omvatten onderwijsprojecten, trainingsprogramma's, tools voor publieke verificatie en initiatieven voor de professionele ontwikkeling van leerkrachten. Door deze middelen effectief in te zetten, kunnen onderwijsinstellingen leerlingen beter voorbereiden met de vaardigheden die nodig zijn om media kritisch te beoordelen en weerstand te bieden tegen desinformatie.

Open ruimte voor ideeën, citaten, opmerkingen, enz.

Stakeholders benadrukken de dringende noodzaak om onderwijs in mediageletterdheid structureel te integreren in schoolcurricula om kritisch denken bij leerlingen te bevorderen. Dit omvat het leren herkennen en in twijfel trekken van bronnen, het evalueren van bewijsmateriaal en het onderscheiden van geloofwaardige informatie van misleidende of valse beweringen. Daarnaast wordt aanbevolen om praktische en interactieve methoden, zoals gamification, storytelling en projectmatig leren, op te nemen in het onderwijs. Deze aanpak helpt leerlingen niet alleen actief betrokken te blijven, maar laat ook de reële impact van desinformatie zien. Een belangrijke uitdaging is de trage aanpassing van scholen aan snel veranderende digitale fenomenen. Huidige programma's zijn vaak reactief van aard, in plaats van gericht op proactieve educatie. Bovendien is er een opvallende inconsistentie in hoe mediageletterdheid wordt geïntegreerd tussen scholen en regio's. Leerkrachten hebben daarnaast te maken met belemmeringen, zoals een gebrek aan kennis van nieuwe technologieën, technologische angst, beperkte tijd en motivatie, die het effectief onderwijzen van mediageletterdheid bemoeilijken. Om deze obstakels te overwinnen, is samenwerking tussen verschillende betrokken partijen – waaronder scholen, NGO's, technologiebedrijven en overheidsinstanties – cruciaal. Door expertise en middelen te bundelen, kunnen gecoördineerde inspanningen worden geleverd om een robuust en consistent kader voor mediageletterdheid te ontwikkelen. Dit kader moet leerkrachten, ouders en gemeenschapsorganisaties actief betrekken bij het bevorderen van mediageletterdheid en het bestrijden van desinformatie.

Onder de effectieve praktijken die worden aanbevolen, is de integratie van journalisten in educatieve omgevingen een opvallend voorbeeld. Zij bieden leerlingen en studenten waardevolle inzichten in het proces van nieuwsproductie en verificatie, waardoor hun begrip over betrouwbare informatiebronnen wordt vergroot. Daarnaast worden projecten voorgesteld die wetenschappelijke en humanistische elementen combineren, waarbij professionals uit verschillende vakgebieden praktische workshops geven. Deze multidisciplinaire aanpak bevordert een dieper begrip van complexe thema's en versterkt de betrokkenheid van deelnemers. Het creëren van openbare platforms waar video's en artikelen op authenticiteit kunnen worden gecontroleerd, evenals het organiseren van workshops over cyberveiligheid voor jongeren, wordt genoemd als een belangrijke strategie om nepnieuws

tegen te gaan. Deze middelen helpen jongeren niet alleen om desinformatie te herkennen, maar versterken ook hun digitale weerbaarheid. Ouders spelen een essentiële rol in media-educatie. Naast de inspanningen van scholen wordt ouders aangeraden hun kinderen actief te begeleiden in het omgaan met nepnieuws en onjuiste informatie. Door ouders bewust te maken van het belang van mediageletterdheid en hun rol in het ontwikkelen van deze vaardigheden thuis, kan de effectiviteit van mediageletterdheidsinitiatieven aanzienlijk worden vergroot.

Er is daarnaast behoefte aan zorgvuldig ontworpen wettelijke kaders om de verspreiding van desinformatie te beperken zonder inbreuk te maken op de vrijheid van meningsuiting. Stakeholders benadrukken het belang van een evenwichtige benadering, waarin regelgevende maatregelen worden aangevuld met zelfregulering door mediaplatforms.

Het opleiden van leerkrachten en het betrekken van experts om het publiek bewust te maken van de gevolgen van nepnieuws zijn essentiële stappen in de strijd tegen desinformatie. Voortdurende scholing en training voor leerkrachten zijn daarbij cruciaal om hen in staat te stellen gelijke tred te houden met technologische ontwikkelingen en mediageletterdheid effectief te onderwijzen. De bevindingen benadrukken het belang van het integreren van mediageletterdheid in onderwijssystemen, het aanpakken van uitdagingen waar leerkrachten mee te maken hebben, zoals een gebrek aan middelen en training, en het bevorderen van samenwerking tussen verschillende belanghebbenden. Het ontwikkelen van gestructureerde en goed ontworpen leerprogramma's, het aanbieden van kwalitatieve hulpmiddelen en het aangaan van partnerschappen zijn fundamentele stappen om mediageletterdheid te verbeteren. Deze inzichten wijzen op de noodzaak van een alomvattende aanpak, die gebruikmaakt van praktische, interactieve en samenwerkingsgerichte methoden.

Bevindingen over de betrokken doelgroepen en hun competentiegebied

Poolse studenten hebben een sterke academische achtergrond in taal en literatuur, wat hen mogelijk uitrust met essentiële kritische denk- en analytische vaardigheden voor het beoordelen van media en informatie. Hun inzichten zijn waardevol omdat ze de mening vertegenwoordigen van jonge volwassenen die zowel consumenten als critici van media-inhoud zijn.

Griekse deelnemers benadrukten het belang van het verifiëren van nieuwsbronnen, de ondersteunende rol van technologie en de behoefte aan zelfreflectie over de hulpmiddelen die worden gebruikt voor informatieverspreiding, de doelgroep bestaat uit onderzoekers en beleidsmakers die zich bezighouden met onderwijs, mediageletterdheid en betrokkenheid van jongeren.

In Oostenrijk benadrukten de stakeholders het belang van publieksvoorlichting over het identificeren van geloofwaardige bronnen en de noodzaak van krachtige communicatiestrategieën om verkeerde informatie tegen te gaan. Inspanningen om praktische mediageletterdheidstraining te integreren in leerplannen en samenwerking tussen onderwijsinstellingen en mediakanalen te bevorderen zijn essentieel. Mediageletterdheid integreren in leerplannen, mediageletterdheid integreren in bestaande vakken zoals



maatschappijleer of speciale modules creëren binnen het leerplan kan nuttig zijn. Het inkorten van het aantal uren voor traditionele vakken om ruimte te maken voor mediageletterdheid kan ook een effectieve aanpak zijn. Het aanbieden van voortdurende trainingsprogramma's voor leerkrachten om gelijke tred te houden met de technologische vooruitgang en het veranderende medialandschap is essentieel. Dit omvat het moderniseren van onderwijsmethoden en het gebruik van gamificatietechnieken om leerlingen te betrekken. Scholen hebben bijgewerkte middelen en technologische hulpmiddelen nodig om uitgebreide initiatieven op het gebied van mediageletterdheid en kritisch denken effectief te implementeren. Investerings op deze gebieden zullen zowel leerkrachten als leerlingen sterker maken. Het stimuleren van gezamenlijke inspanningen en het ontwikkelen van een samenhangend beleid door samenwerking tussen leerkrachten, beleidsmakers, mediaprofessionals en maatschappelijke organisaties is essentieel voor het succes van mediageletterdheidsprogramma's. Het delen van *best practices* en middelen kan de effectiviteit en reikwijdte van deze initiatieven aanzienlijk vergroten.

Deze inzichten benadrukken het cruciale belang van onderwijs, beleid en samenwerking bij het bevorderen van mediageletterdheid en het bestrijden van desinformatie. De gezamenlijke expertise, inzet en samenwerking van alle betrokken partijen zijn van onschatbare waarde om deze initiatieven te versterken.

4.2 Beleidsmakers

Algemene informatie

De documenten geven een gedetailleerd inzicht in de algemene informatie en bevindingen over de doelgroepen die betrokken zijn bij mediageletterdheid en hun competentiegebieden, en richten zich met name op beleidsmakers. Tot de belangrijkste stakeholders behoren organisaties zoals het Regionaal Ontwikkelingsagentschap van Rzeszow (RRDA) en het Arbeidsbureau van het woiwodschap Rzeszów (VLO). Deze instellingen spelen een cruciale rol in de regionale ontwikkeling en het bevorderen van werkgelegenheid. Ze worden echter geconfronteerd met uitdagingen op het gebied van mediageletterdheid, nepnieuws en desinformatie, die een directe invloed kunnen hebben op regionale stabiliteit en de beroepsbevolking.

Samenvatting van de belangrijkste behoeften en uitdagingen

De documenten geven een uitgebreid overzicht van de behoeften en uitdagingen op het gebied van mediageletterdheid en desinformatie zoals die door beleidsmakers in verschillende regio's zijn vastgesteld. Een van de belangrijkste uitdagingen is de integratie van alomvattend onderwijs in mediageletterdheid en kritisch denken in het formele schoolcurriculum. Leerkrachten benadrukken de noodzaak van gestructureerde programma's die leerlingen leren hoe ze media-inhoud kritisch kunnen analyseren, geloofwaardige bronnen kunnen onderscheiden en op verantwoorde wijze door digitale informatie kunnen navigeren. Er is echter een opvallend gebrek aan gestandaardiseerde leerplanrichtlijnen en hulpmiddelen

die op deze behoeften zijn afgestemd.

Leerkrachten geven aan dat er aanzienlijke hiaten zijn in hun opleiding en hun voorbereiding om mediageletterdheid en kritisch denken effectief te onderwijzen. Veel leerkrachten missen specifieke kennis en pedagogische strategieën, wat de dringende behoefte benadrukt aan voortdurende professionele ontwikkelingsprogramma's die zijn afgestemd op het snel veranderende medialandschap en de technologische vooruitgang.

Scholen kampen daarnaast met beperkte middelen, zoals een gebrek aan actueel lesmateriaal, digitale hulpmiddelen en financiering voor gespecialiseerde trainingen. Deze beperkingen verminderen de reikwijdte en effectiviteit van media-educatie, waardoor leerlingen essentiële vaardigheden missen die nodig zijn in het digitale tijdperk.

Er is een groeiende behoefte aan een grotere betrokkenheid van ouders en de bredere gemeenschap bij het bevorderen van mediageletterdheid buiten de schoolomgeving. Veel ouders voelen zich onvoldoende voorbereid om hun kinderen te begeleiden in het navigeren door digitale informatie en het onderscheiden van betrouwbare bronnen.

Het gebrek aan een alomvattend onderwijsbeleid en gecoördineerde inspanningen tussen de overheids-, onderwijs- en mediasectoren vormt een aanzienlijke uitdaging. Stakeholders benadrukken de noodzaak van samenhangend beleid dat mediageletterdheidsinitiatieven ondersteunt, samenwerking tussen verschillende belanghebbenden bevordert en middelen efficiënt toewijst om een duurzaam effect te garanderen.

Hoewel leerlingen vaak bedreven zijn in het gebruik van digitale platforms, ontbreekt het hen vaak aan de kritische denkvaardigheden die nodig zijn om de betrouwbaarheid en geloofwaardigheid van online informatie te beoordelen. Er is dringend behoefte aan een evenwicht tussen technologische vaardigheden en sterke competenties in kritisch denken, zodat leerlingen zich kunnen ontwikkelen tot goed geïnformeerde en verantwoordelijke digitale burgers.

Daarnaast is er een sterke roep om systematische evaluatie en meting van de impact van mediageletterdheidsprogramma's. Opvoeders en beleidsmakers hebben behoefte aan datagestuurde inzichten om de effectiviteit van programma's te beoordelen, verbeterpunten te identificeren en voortdurende investeringen in mediageletterdheid te rechtvaardigen. De unieke culturele en taalkundige context van Cyprus brengt extra uitdagingen met zich mee bij het bestrijden van desinformatie en het bevorderen van mediageletterdheid. Effectieve strategieën moeten worden afgestemd op lokale verschillen en talen om diverse gemeenschappen te betrekken en inclusiviteit te waarborgen in mediageletterdheidsinitiatieven.

Het aanpakken van deze uitdagingen vereist een gecoördineerde, multisectorale aanpak die prioriteit geeft aan onderwijshervorming, professionele ontwikkeling, beleidsbeïnvloeding en maatschappelijke betrokkenheid. Door een cultuur van kritisch denken en mediageletterdheid te stimuleren, kunnen burgers worden uitgerust met de vaardigheden die nodig zijn om met veerkracht en kritisch vermogen door het digitale informatielandschap te navigeren.

Hulpbronnen en veelbelovende praktijken

Beleidsmakers benadrukken het belang van de integratie van mediageletterdheid in het



schoolcurriculum. Ze erkennen de noodzaak van voortdurende professionele ontwikkeling voor leerkrachten om de snelle veranderingen in media en technologie bij te houden. Dit omvat het gebruik van online platforms en hulpmiddelen voor interactief onderwijs in digitale geletterdheid, samenwerkingsprojecten tussen scholen en gemeenschapsorganisaties, en bijgewerkt lesmateriaal dat de huidige mediatrends en uitdagingen weerspiegelt.

Een belangrijke bron is het IREX Learn to Discern Program, dat in Poolse scholen is aangepast om zowel leerlingen als leerkrachten te helpen bij het ontwikkelen van kritische mediavaardigheden. Een andere belangrijke bron is het NASK, een nationaal onderzoeksinstituut in Polen, dat oplossingen heeft ontwikkeld om desinformatie tegen te gaan. Hiertoe behoort ook de afdeling voor het tegengaan van desinformatie, de eerste in zijn soort in Polen.

Veelbelovende praktijken die door beleidsmakers zijn aangedragen, omvatten het betrekken van leerlingen bij praktische mediaprojecten die zowel kritisch denken als creativiteit stimuleren. Ook wordt samenwerking met lokale mediakanalen aanbevolen om leerlingen echte media-ervaring te bieden, evenals het opnemen van mediaproductieopdrachten in opleidingsprogramma's voor leerkrachten. Workshops en seminars over actuele mediakwesties worden eveneens gezien als waardevolle toevoegingen. Initiatieven zoals het **'Digital Youth'-programma** van de **Digital Poland Foundation** en de website <https://fakenews.pl/> worden erkend als belangrijke hulpmiddelen bij het ontkrachten van manipulatieve informatie in de Poolse media. Deze tools bieden een gestructureerde aanpak om mediageletterdheid te onderwijzen en weerbaarheid tegen desinformatie op te bouwen.

Daarnaast hebben beleidsmakers gewezen op de **InVID - WeVerify Verification Plugin**, een browserplugin die helpt bij het ontkrachten van nepnieuws en het verifiëren van video's en afbeeldingen. Gamification-methoden, zoals het gebruik van een "nepnieuws-spel" om leren over mediageletterdheid aantrekkelijk te maken, worden ook als bijzonder effectief beschouwd. In Cyprus benadrukken docenten de noodzaak van een gezamenlijke aanpak waarbij zij inzichten en strategieën delen met collega's om de effectiviteit van hun onderwijs in mediageletterdheid te vergroten. Het ervaringsproject over mediageletterdheid, geleid door de **Cypriotische Radio Television Authority**, is een voorbeeld van een veelbelovende praktijk. Dit project richt zich op voortdurende educatie en helpt leerkrachten om bekwaam te blijven in het omgaan met het steeds veranderende medialandschap.

Andere toonaangevende initiatieven zijn te vinden in België, waar het **Mediawijs Kenniscentrum** en de publieke omroep **VRT** met hun **Eduboxen** kwalitatieve educatieve hulpmiddelen en bronnen aanbieden. Deze hulpmiddelen zijn specifiek ontworpen om mediageletterdheid bij leerlingen te bevorderen en bieden technieken die eenvoudig in het onderwijs kunnen worden geïmplementeerd, waardoor mediageletterdheid toegankelijker en effectiever wordt.

Door gebruik te maken van deze middelen en door veelbelovende praktijken over te nemen, streven beleidsmakers naar de ontwikkeling van een sterk kader voor

mediageletterdheidseducatie. Dit kader stelt zowel leerlingen als leerkrachten in staat om kritisch met media om te gaan.

Open ruimte voor ideeën, citaten, opmerkingen, enz.

Beleidsmakers benadrukken de essentiële noodzaak om degelijk onderwijs in mediageletterdheid te integreren in de leerplannen van scholen. Ze benadrukken het belang van het ontwikkelen van kritisch denkvermogen bij leerlingen, zodat ze bronnen in twijfel kunnen trekken, bewijsmateriaal kunnen evalueren en geloofwaardige informatie kunnen onderscheiden van misleidende of valse beweringen. Dit onderwijsproces moet worden ondersteund door ouders, die een cruciale rol spelen door hun kinderen te leren hoe ze thuis moeten omgaan met nepnieuws en onjuiste informatie, als aanvulling op de inspanningen op school.

Er wordt bezorgdheid geuit over wettelijke kaders, waarbij belanghebbenden waarschuwen dat inspanningen om desinformatie te beperken geen inbreuk mogen maken op de vrijheid van meningsuiting. Ze benadrukken het delicate evenwicht dat nodig is in de beleidsvorming om de vrijheid van meningsuiting te beschermen en tegelijkertijd desinformatie te bestrijden. Verder is er een belangrijke uitdaging met betrekking tot de middelen die beschikbaar zijn voor vrijwilligersorganisaties, zoals de Journalist Ethics Committee, die vaak niet over de nodige financiering en middelen beschikken om hun inspanningen uit te breiden en langetermijneffecten te creëren.

De training van leerkrachten komt naar voren als een kritieke behoefte, waarbij de belanghebbenden het erover eens zijn dat leerkrachten betere training nodig hebben om effectief de ontwikkeling van MIL-vaardigheden, mediageletterdheid en kritisch denken bij leerlingen effectief te ondersteunen. Dit wordt nog verergerd door de verschillende niveaus van digitale competentie onder leerkrachten, een gebrek aan vertrouwen in het onderwijzen van mediageletterdheid en het overweldigende aantal beschikbare bronnen, die verwarrend en moeilijk te navigeren kunnen zijn.

Effectieve praktijken en middelen die werden geïdentificeerd zijn onder andere praktische mediaprojecten voor leerlingen, partnerschappen met lokale mediakanalen om echte media-ervaring te bieden, en het gebruik van nieuwsartikelen en interactieve lesmethoden in het onderwijs. Projecten zoals het 'Learn to Discern'-programma van IREX en het 'Digital Youth'-programma van de Digital Poland Foundation worden genoemd als waardevolle hulpmiddelen om mediageletterdheid onder leerlingen en leerkrachten te verbeteren.

Beleidsmakers benadrukken ook het belang van voortdurende professionele ontwikkeling

voor leerkrachten om op de hoogte te blijven van de ontwikkelingen op het gebied van media en technologie. Ze bevelen praktische hulpmiddelen aan zoals Eduthek, workshops van Saferinternet.at en het mediadecreet voor scholen, die gestructureerde ondersteuning bieden voor het integreren van mediageletterdheid in leerplannen. Samenwerking met organisaties zoals "Lie Detectors" voor workshops over kritisch denken en het herkennen van nepnieuws wordt ook benadrukt.

Samenvattend wijzen beleidsmakers op de noodzaak van een gecoördineerde aanpak met meerdere belanghebbenden om het onderwijs in mediageletterdheid te verbeteren. Dit houdt in dat leerkrachten voortdurend worden bijgeschoold, uitgebreide lesprogramma's worden ontwikkeld, praktische hulpmiddelen worden ingezet en dat ervoor wordt gezorgd dat wettelijke kaders zowel de vrijheid van meningsuiting als de inspanningen om verkeerde informatie te bestrijden, beschermen. Deze initiatieven zijn gericht op het creëren van een goed geïnformeerde en kritisch denkende samenleving die in staat is om te navigeren door de complexiteiten van het moderne medialandschap.

Bevindingen over de betrokken doelgroep en hun competentiegebied

Beleidsmakers hebben vastgesteld dat er een aanzienlijke leemte is in het onderwijs in mediageletterdheid binnen de regionale en nationale leerplannen. Er is een duidelijke behoefte aan uitgebreide trainingsprogramma's voor leerkrachten om hen de nodige vaardigheden bij te brengen om mediageletterdheid effectief te onderwijzen. Scholen beschikken vaak niet over de technologische hulpmiddelen en ondersteuning die nodig zijn om onderwijs in mediageletterdheid efficiënt te implementeren, wat de algemene effectiviteit van dergelijke programma's belemmert.

Bovendien zijn het publiek en de studenten zich nauwelijks bewust van nepnieuws en desinformatie. Dit wijst op de noodzaak van bredere educatieve campagnes om het bewustzijn te vergroten en de mediageletterdheid onder de bevolking te verbeteren. Effectief onderwijs in mediageletterdheid is niet alleen een kwestie van integratie in het lesprogramma, maar ook van ervoor zorgen dat opvoeders goed voorbereid zijn en dat het publiek geïnformeerd is.

Beleidsmakers erkennen ook het belang van samenwerkingen met technologiebedrijven om toegang te krijgen tot de benodigde hulpmiddelen en expertise die essentieel zijn voor het verbeteren van programma's voor mediageletterdheid. Daarnaast zijn voortdurende beoordelingsmechanismen van cruciaal belang om de effectiviteit van mediageletterdheidsinitiatieven te monitoren en te waarborgen dat ze relevant en impactvol blijven in een voortdurend veranderend digitaal landschap.

Samenvattend richten beleidsmakers zich op het dichten van de hiaten in het onderwijs op het gebied van mediageletterdheid, het versterken van technologische ondersteuning op

scholen, het vergroten van het publieke bewustzijn en het bevorderen van samenwerking tussen verschillende belanghebbenden. Deze gezamenlijke inspanningen zijn essentieel om een robuust kader voor mediageletterdheid te creëren. Het uiteindelijke doel is het opbouwen van een goed geïnformeerde, kritische en veerkrachtige samenleving die effectief kan navigeren door de complexiteiten van het hedendaagse medialandschap.

4.3 Actoren in de schoolomgeving

Algemene informatie

Opvoeders op scholen staan voor de uitdaging om mediageletterdheid in hun onderwijspraktijk te integreren door een gebrek aan gestructureerde richtlijnen en basismiddelen. Er is duidelijk behoefte aan uitgebreide training in digitale en mediageletterdheid voor zowel leerkrachten als leerlingen. De huidige onderwijsinspanningen richten zich vaak op internetveiligheid in plaats van een brede, interdisciplinaire aanpak van mediageletterdheid. Deze kloof benadrukt de noodzaak van systematische en voortdurende training van leerkrachten, om ervoor te zorgen dat leerkrachten toegerust zijn om mediageletterdheid effectief te onderwijzen. Daarnaast wijzen leerkrachten op het belang van het aanpakken van onjuiste informatie en nepnieuws, waarvoor ze een evenwicht moeten vinden tussen feitelijk onderwijs en het respecteren van de emoties en culturele achtergronden van leerlingen.

Samenvatting van de belangrijkste behoeften en uitdagingen

De documenten geven een diepgaande analyse van de belangrijkste uitdagingen die door actoren die op scholen werken zijn geïdentificeerd met betrekking tot de integratie van mediageletterdheid en de strijd tegen desinformatie.

Een van de belangrijkste uitdagingen is de inconsistente integratie van mediageletterdheid in verschillende vakken van het lesprogramma. Deze inconsistentie zorgt voor grote hiaten in de kennis van leerlingen, omdat leerkrachten vaak niet voldoende opleiding en middelen hebben om effectief mediageletterdheid te onderwijzen en desinformatie te bestrijden. Bovendien maakt de snelle vooruitgang van de technologie het moeilijk voor lesprogramma's om up-to-date te blijven, wat resulteert in verouderde lesmethoden die niet ingaan op de huidige digitale fenomenen.

Een andere belangrijke uitdaging is het gebrek aan goede training en professionele ontwikkeling voor leerkrachten. Veel leerkrachten maken zich zorgen of ze wel in staat zijn om effectief mediageletterdheidsvaardigheden te verzamelen, waarbij ze wijzen op de behoefte aan voortdurende en uitgebreide trainingsprogramma's die gelijke tred houden met

het veranderende medialandschap. Leerkrachten geven ook aan dat ze zich overweldigd voelen door de enorme hoeveelheid beschikbare digitale hulpmiddelen en bronnen, die zonder de juiste begeleiding en ondersteuning verwarrend zijn.

Beperkte middelen zijn ook een belangrijk probleem: scholen hebben vaak beperkte toegang tot moderne technologie en er is onvoldoende financiering voor initiatieven op het gebied van mediageletterdheid. Dit beperkt de reikwijdte en effectiviteit van mediageletterdheidprogramma's, omdat leerkrachten moeite hebben om leerlingen te betrekken met verouderde of ontoereikende hulpmiddelen.

Een andere uitdaging is om leerlingen kritisch te laten nadenken over online informatie. Veel leerlingen zijn niet betrokken en sterk afhankelijk van het internet voor informatie, en accepteren online inhoud vaak zonder kritische analyse. Leerkrachten vinden het een uitdaging om een cultuur van scepticisme en kritisch onderzoek te stimuleren bij leerlingen, die gewend zijn aan het gemak en de onmiddellijke beschikbaarheid van online bronnen.

Bovendien wordt de samenwerking tussen leerkrachten en externe deskundigen vaak belemmerd door traditionele onderwijspraktijken en tijdsbeperkingen. Leerkrachten melden weerstand tegen het integreren van nieuwe methodologieën en externe expertise in hun onderwijspraktijk, wat de effectiviteit van onderwijs in mediageletterdheid kan beperken.

De documenten benadrukken de bredere systemische problemen binnen het onderwijssysteem, zoals de zware academische werkdruk en de overwegend reactieve benadering van de huidige schoolprogramma's. Deze programma's zijn vaak gericht op het oplossen van acute problemen, zoals cyberpesten, in plaats van leerlingen proactief uit te rusten met de kritische denkvaardigheden die nodig zijn om effectief en verantwoordelijk door de digitale wereld te navigeren. Er is een duidelijke behoefte aan een meer gestructureerde, consistente en uniforme aanpak van mediageletterdheid in het onderwijs, die wordt ondersteund door gecoördineerde inspanningen en de betrokkenheid van alle relevante belanghebbenden.

Samenvattend zijn de belangrijkste uitdagingen die door betrokkenen in het onderwijs zijn geïdentificeerd als volgt: inconsistente integratie van mediageletterdheid in curricula, een gebrek aan adequate opleiding en middelen voor leerkrachten, beperkte toegang tot moderne technologie, moeilijkheden om leerlingen kritisch te laten nadenken, weerstand tegen de invoering van nieuwe onderwijsmethoden, en bredere systemische problemen binnen het onderwijskader.

Het aanpakken van deze uitdagingen vereist een goed gecoördineerde en gezamenlijke aanpak met meerdere belanghebbenden. Dit omvat de ontwikkeling van effectieve mediageletterdheidsprogramma's die leerlingen uitrusten met de vaardigheden om digitale informatie kritisch te evalueren.



Hulpbronnen en veelbelovende praktijken

Leerkrachten worden geconfronteerd met persoonlijke uitdagingen, zoals een gebrek aan vertrouwdsheid met nieuwe technologieën, technologische angst, tijdgebrek en een gebrek aan motivatie. Hoewel technologische ondersteuning essentieel wordt geacht, hangt de effectiviteit ervan sterk af van hoe deze wordt ingezet. Daarnaast is er een dringende behoefte aan een gestructureerde en consistente aanpak om mediageletterdheid in het curriculum te integreren, aangezien dit vaak ongelijkmatig wordt toegepast tussen onderwijsinstellingen.

Effectieve praktijken omvatten samenwerkingsprojecten die wetenschappelijke en menselijke elementen combineren, evenals praktische workshops geleid door professionals uit diverse vakgebieden. Interactieve en praktijkgerichte leermethoden worden aanbevolen, waarbij gebruik wordt gemaakt van digitale hulpmiddelen, gegevensanalyse en discussies. Deze aanpak stimuleert het kritisch denken en de vaardigheid om media effectief te evalueren.

De ontwikkeling en verspreiding van hoogwaardige hulpmiddelen voor het onderwijzen van mediageletterdheid zijn essentieel. Dit omvat digitale platforms, samenwerkingsprojecten en mogelijkheden voor de professionele ontwikkeling van leerkrachten. Ook initiatieven zoals openbare websites voor het verifiëren van video's en artikelen, evenals workshops over cyberbeveiliging en het herkennen van nepnieuws, zijn van groot belang. Samenwerking tussen belanghebbenden is daarbij cruciaal om verschillende vormen van expertise en middelen te benutten. Partnerschappen tussen scholen, NGO's en technologiebedrijven zijn van vitaal belang, net zoals de coördinatie tussen beleidsmakers, onderwijzers en de bredere gemeenschap om een effectief kader voor mediageletterdheid te ontwikkelen.

Veelbelovende praktijken leggen de nadruk op praktische, levensechte leerervaringen. Gamification en interactieve spellen worden genoemd als effectieve hulpmiddelen om leerlingen actief te betrekken bij het leren over mediageletterdheid. Het betrekken van studenten bij mediaproductieprojecten versterkt hun begrip en kritische evaluatievaardigheden aanzienlijk. De rapporten benadrukken consequent de noodzaak om mediageletterdheid systematisch te integreren in onderwijssystemen, de beperkingen van leerkrachten aan te pakken en technologie en samenwerkingsinspanningen optimaal te benutten. Het ontwikkelen van gestructureerde leerprogramma's, het beschikbaar stellen van kwalitatieve hulpmiddelen en het bevorderen van partnerschappen zijn essentiële stappen om mediageletterdheid te verbeteren en desinformatie tegen te gaan. Deze inzichten wijzen op de behoefte aan een alomvattende aanpak met praktische, interactieve en samenwerkingsgerichte methoden om leerlingen de essentiële vaardigheden van kritisch denken en mediawaardering bij te brengen.

Open ruimte voor ideeën, citaten, opmerkingen, enz.

Leerkrachten en opvoeders benadrukken de kritieke behoefte aan voortdurende en uitgebreide training om effectief mediageletterdheid te onderwijzen. Veel leerkrachten voelen zich onvoorbereid en missen de specifieke kennis en pedagogische strategieën die nodig zijn om het snel veranderende digitale landschap aan te pakken. Een leerkracht zei: "We hebben meer nodig dan alleen digitale geletterdheid; onze leerlingen moeten waarheid van onwaarheid kunnen onderscheiden en leren om vragen te stellen." Dit gevoel komt terug in verschillende onderwijsinstellingen, wat wijst op een gedeelde bezorgdheid over de

effectiviteit van de huidige opleidingsprogramma's.

Opvoeders ondervinden aanzienlijke problemen bij het integreren van mediageletterdheid in bestaande leerplannen vanwege de beperkte toegang tot moderne technologie en hulpmiddelen. Ze hebben vaak moeite om leerlingen kritisch te laten nadenken over online informatie. Zoals een docent stelde: "Studenten nemen internetinformatie vaak zonder kritische analyse aan, beïnvloed door het gemak en de onmiddellijke beschikbaarheid van onlinebronnen." Dit probleem wordt nog verergerd door de snelle vooruitgang van de technologie, waardoor het voor onderwijsprogramma's een uitdaging is om actueel en effectief te blijven.

Er is ook een inconsistentie in de integratie van mediageletterdheid op verschillende scholen en vakken, wat leidt tot hiaten in de kennis van leerlingen. Leerkrachten wijzen op de noodzaak van een meer gestructureerde en uniforme aanpak van onderwijs in mediageletterdheid, in plaats van te vertrouwen op de inzet van individuele leerkrachten. Een van hen merkte op: "Mediageletterdheid is nog geen formeel onderdeel van het lesprogramma; de inspanningen hangen grotendeels af van de inzet van individuele leerkrachten".

Het betrekken van ouders en de bredere gemeenschap bij inspanningen op het gebied van mediageletterdheid wordt benadrukt als een kritieke factor. Opvoeders benadrukken het belang van het betrekken van ouders bij het onderwijzen van mediageletterdheid thuis als aanvulling op de inspanningen op school. Deze tweeledige aanpak zorgt ervoor dat leerlingen zowel op school als thuis een consistente boodschap krijgen over het belang van kritisch denken en verantwoord mediagebruik.

Bovendien staan leerkrachten voor de uitdaging om onjuiste informatie en nepnieuws in de klas aan te pakken en tegelijkertijd een positieve leeromgeving te behouden. Discussies over emotioneel beladen onderwerpen kunnen bijzonder moeilijk zijn en vereisen een zorgvuldige balans tussen feitelijk onderwijs en gevoeligheid voor de emoties en culturele achtergronden van leerlingen. Een leerkracht merkte op: "Omdat nepnieuws meestal werkt met sterke emoties, wordt het een grotere uitdaging om ze in twijfel te trekken en te bespreken".

Bevindingen over de betrokken doelgroep en hun competentiegebied

In de praktijk ondervinden leerkrachten vaak moeilijkheden bij het stimuleren van kritisch denken bij leerlingen over online informatie, het omgaan met emotioneel beladen onderwerpen en het behouden van een positieve en constructieve leeromgeving. Veel leerkrachten zijn niet vertrouwd met moderne technologieën en kampen met persoonlijke uitdagingen zoals technologische angst en een gebrek aan motivatie, wat hun vermogen om

mediageletterdheid effectief te onderwijzen verder belemmert. Bovendien worden scholen geconfronteerd met bredere systemische problemen, zoals beperkte toegang tot moderne technologie en een overladen lesprogramma dat weinig ruimte laat voor praktisch onderwijs in essentiële levensvaardigheden.

Ondanks deze obstakels benadrukken leerkrachten het belang van praktische mediaprojecten, samenwerkingsverbanden met lokale mediakanalen en het opnemen van mediaproductieopdrachten in hun lessen. Ze maken gebruik van verschillende methoden om desinformatie te bestrijden, zoals klasdiscussies, interactieve hulpmiddelen en het aanmoedigen van leerlingen om de betrouwbaarheid van online-informatie kritisch te evalueren.

De integratie van mediageletterdheid in schoolcurricula blijft echter inconsistent en is vaak afhankelijk van de persoonlijke inzet en inspanningen van individuele leerkrachten, in plaats van een gestandaardiseerde en systematische aanpak. Dit benadrukt de dringende noodzaak van uitgebreide strategieën en structurele ondersteuning om een consistente en effectieve implementatie van mediageletterdheid op alle scholen te garanderen.

Over het algemeen erkennen leerkrachten en andere betrokkenen in het onderwijs het cruciale belang van mediageletterdheid, maar zij staan voor aanzienlijke uitdagingen bij het effectief integreren ervan in het onderwijssysteem. Het aanpakken van deze uitdagingen vereist een gecoördineerde en gezamenlijke inspanning om leerkrachten de nodige training, middelen en ondersteuning te bieden. Alleen op deze manier kan een goed geïnformeerde, kritisch denkende en mediageletterde samenleving worden bevorderd.

3.2 Vragenlijsten

3.2.1 Steekproeftrekking, vragenlijstontwerp en gegevensverzameling

Wat de vragenlijsten betreft, namen meer mensen deel dan voorzien: **in plaats van 900 respondenten waren er in totaal 1159 mensen betrokken bij het onderzoek.** Er waren 795 volwassenen en 364 minderjarigen die de enquête beantwoordden.

De gestelde vragen werden onderverdeeld in de volgende categorieën:

- 1) Sociodemografisch profiel;
- 2) Blootstelling aan nieuwsbronnen;
- 3) Perceptie en impact van nepnieuws;
- 4) Informatiezoekgedrag;
- 5) Mediageletterdheid en -educatie;
- 6) Behoeften, beste praktijken en voorbeelden;



De vragenlijst was online beschikbaar en de partners nodigden het grootste deel van de respondenten rechtstreeks uit. Wat minderjarigen betreft, gaf iedereen toestemming van de ouders, en de leeftijden waren boven de 12 jaar.

De vragenlijsten werden per e-mail en WhatsApp verstuurd naar partners-contactpersonen, die vooraf geselecteerd waren op basis van de doelgroep. Er werd een korte presentatie van het project bijgevoegd. Voor de minderjarigen werden, indien nodig bij gebrek aan eerdere overeenkomsten, verzoeken tot samenwerking per e-mail verstuurd naar scholen met leerlingen tussen 12 en 18 jaar oud. Na de aanvaarding van de uitnodiging werden de toestemmingen afgeleverd die door de ouders ondertekend werden. Een groot deel van de vragenlijsten werd klassikaal afgenomen.

5. Analyseresultaten van vragenlijsten

5.1 Van een nationale naar een transnationale dimensie

Ondanks de ambitie van MILES om een Europese, grensoverschrijdende dimensie te bereiken, benadrukt de vergelijking van de nationale bevindingen de diversiteit in benaderingen en percepties van mediageletterdheid en kritisch denken in de aanpak van nepnieuws binnen de deelnemende landen. Deze analyse werpt nieuw licht op de complexiteit van het onderwerp door overeenkomsten, verschillen, trends en essentiële inzichten uit de rapporten van landen zoals Griekenland, Italië, Duitsland, Portugal, Cyprus, Oostenrijk, Polen, Roemenië, België en Nederland uit te lichten.

De demografische gegevens uit de vragenlijsten bieden een extra dimensie aan de analyse en laten zien hoe de kenmerken van de respondenten – zoals leeftijd, geslacht en culturele context – hun houding ten opzichte van media en nepnieuws beïnvloeden. Hoewel er aanzienlijke verschillen tussen landen bestaan, onderstrepen de resultaten de noodzaak van lokale strategieën die rekening houden met deze variaties om mediageletterdheid effectiever te bevorderen.

De vragenlijsten van het MILES-project bieden rijk inzicht in het landschap van mediageletterdheid en belichten uiteenlopende niveaus van begrip, blootstelling aan nieuwsbronnen en strategieën om nepnieuws te bestrijden. Deze sectie presenteert een gedetailleerde en vergelijkende analyse van belangrijke thema's, waaronder demografie, nieuwsconsumptiepatronen, percepties van nepnieuws en de onderwijsbehoeften in de deelnemende landen.

De demografische analyse bevestigt en versterkt trends die al in de nationale verslagen naar voren kwamen. Zo blijkt er een duidelijk verband te bestaan tussen het opleidingsniveau van de deelnemers en hun bewustzijn van het belang van mediageletterdheid. In landen met een hoger percentage deelnemers met een hogere opleiding, zoals Portugal, Duitsland en Oostenrijk, wordt meer de nadruk gelegd op de noodzaak van kritische vaardigheden om nieuwsbronnen te evalueren en nepnieuws effectief te bestrijden. Ook de leeftijdsverschillen tussen landen bieden inzichten. In landen zoals Griekenland, waar de deelnemers overwegend ouder zijn, is er een groter vertrouwen in traditionele nieuwsbronnen zoals televisie en radio. Daarentegen is in landen zoals Duitsland en Denemarken, waar de respondenten gemiddeld jonger zijn, het gebruik van sociale netwerken als primaire informatiebron veel gebruikelijker. Ook genderverschillen zijn opmerkelijk. Het overwicht van vrouwelijke deelnemers in de meeste landen kan wijzen op een grotere bereidheid van vrouwen om deel te nemen aan educatieve en sociale initiatieven rond mediageletterdheid. Dit benadrukt het belang van het ontwikkelen van gerichte programma's die rekening houden met de behoeften van zowel mannen als vrouwen.

De demografische samenstelling van de respondenten verschilde aanzienlijk tussen de landen en had een duidelijke invloed op hun percepties en praktijken met betrekking tot mediageletterdheid en het omgaan met desinformatie. In **Griekenland** waren de meeste deelnemers 46-55 jaar oud, met een hoog percentage vrouwen (meer dan 71%) en een sterke vertegenwoordiging van professionals uit de onderwijssector. Deze groep toonde een grote interesse in formele trainingen over mediageletterdheid en een zekere mate van scepsis tegenover digitale nieuwsbronnen. Hun leeftijdsprofiel suggereert een publiek dat al ervaring heeft met mediaconsumptie, maar op zoek is naar tools om de complexiteit van digitale desinformatie beter te begrijpen.

In **Italië** waren de antwoorden gelijkmatiger verdeeld over de leeftijdsgroepen, met een opmerkelijke deelname van jongere volwassenen (25-35 jaar). Deze jongere groep was sterk afhankelijk van digitale media en sociale platforms voor hun nieuwsconsumptie, wat een weerspiegeling is van wereldwijde trends. Italiaanse respondenten uitten diepe bezorgdheid over de impact van nepnieuws, vooral met betrekking tot sociale kwesties en volksgezondheid, wat hun actieve betrokkenheid bij de hedendaagse digitale uitdagingen benadrukt.

Portugal was verschillend en toonde een breed leeftijdsbereik onder de deelnemers, met een concentratie bij volwassenen van middelbare leeftijd (36-45 jaar). Er was een opvallend hoog vertrouwen in traditionele media, wat wijst op een mediaomgeving waarin verantwoordelijkheid en kwaliteit belangrijk worden gevonden. Tegelijkertijd werd aangegeven dat digitale alfabetiseringsprogramma's verbeterd moeten worden om het vertrouwen van jongere doelgroepen, die steeds meer gebruikmaken van platforms zoals Instagram en TikTok, te vergroten.

In **Duitsland** was de demografische samenstelling evenwichtig, met een gelijkmatige vertegenwoordiging van respondenten tussen de 25 en 55 jaar. De deelnemers toonden een goed begrip van mediabronnen, waarbij velen informatie regelmatig kruisverifieerden. Wat uniek was, is de voorkeur van Duitse respondenten voor radio en podcasts naast digitale

platforms, wat wijst op een gevarieerd mediagebruik en een blijvend vertrouwen in publieke omroepen.

In **Cyprus** bestond de meerderheid van de deelnemers uit onderwijzers en onderzoekers, voornamelijk in de leeftijdsgroep 36-45 jaar. Ondanks hun professionele achtergrond uitten zij grote zorgen over hun vermogen om desinformatie te onderscheiden, wat de nood onderstreept aan uitgebreide en op maat gemaakte mediageletterdheidsprogramma's die zijn afgestemd op professionele omgevingen.

Oostenrijk kenmerkte zich door een deelnemersgroep die voor een groot deel uit opvoeders bestond, met 58% leerkrachten of opleiders. De leeftijdsgroep van 36-55 jaar was dominant, en respondenten benadrukten het belang van het integreren van kritisch denken in onderwijscurricula. Oostenrijkse deelnemers toonden veel vertrouwen in hun vermogen om desinformatie te herkennen en te bestrijden, waarschijnlijk dankzij de gevestigde onderwijsinitiatieven in het land.

In **Polen** lag de grootste groep respondenten in de leeftijdscategorie 36-45 jaar, gevolgd door de groep 25-35 jaar. Vrouwen waren iets sterker vertegenwoordigd dan mannen, en de meerderheid van de deelnemers had een bachelor- of masterdiploma. Net zoals veelal onderwijzers, onderzoekers en psychologen deelnamen aan het onderzoek. Sociale mediaplatforms en online nieuwswebsites waren er de dominante nieuwsbronnen, waarbij TikTok en Facebook als de meest kwetsbare platforms voor nepnieuws werden genoemd.

Roemenië en **België** presenteerden jongere cohorten, met een opvallende aanwezigheid van studenten en jonge professionals. Roemeense respondenten wezen op problemen met toegang tot geloofwaardige bronnen, terwijl Belgische deelnemers meer gebruikmaakten van institutionele bronnen voor mediageletterdheid. Dit weerspiegelt de robuuste educatieve infrastructuur van het GO! onderwijsnetwerk in België.

In **Nederland** toonde de technisch onderlegde bevolking een unieke trend in het gebruik van digitale hulpmiddelen voor mediaverificatie. De respondenten, voornamelijk in de leeftijd van 25-45 jaar, hadden een hoge Engelse taalvaardigheid, wat hen toegang gaf tot wereldwijde bronnen op het gebied van mediageletterdheid.

5.2 Vergelijking

In **Griekenland** waren de meeste respondenten ouder (46-55 jaar) en werkten zij vaak in het onderwijs of de academische wereld. Deze groep toonde een acuut bewustzijn van de risico's van nepnieuws en een uitgesproken interesse in formele trainingsprogramma's om desinformatie te bestrijden. Hoewel online platforms de primaire nieuwsbronnen waren, waren de respondenten bezorgd over de betrouwbaarheid van deze bronnen. Deze nadruk op formele training als oplossing voor desinformatie lijkt in Griekenland sterker aanwezig dan in andere landen.

Italië toonde een diversere leeftijdsopbouw, met een aanzienlijke vertegenwoordiging van jongvolwassenen (25-35 jaar) en een sterke aanwezigheid van mensen uit de onderwijssector. Italiaanse respondenten waren sterk afhankelijk van digitale platforms voor hun nieuwsconsumptie en benadrukten het belang van praktische hulpmiddelen, zoals gebruiksvriendelijke apps en platforms, om nepnieuws te herkennen en te bestrijden. Deze



focus op technologische oplossingen onderscheidt Italië van landen die meer institutionele of curriculumgerichte benaderingen prefereren.

In **Portugal** kwam een van de hoogste niveaus van vertrouwen in nieuws naar voren, wat wordt toegeschreven aan institutionele inspanningen om mediageletterdheid te bevorderen via onderwijshervormingen en bewustmakingscampagnes. Desalniettemin blijft de verspreiding van desinformatie, vooral tijdens crises zoals de COVID-19-pandemie, een uitdaging. Portugese respondenten pleitten voor een sterkere integratie van kritisch denken en fact-checking in het schoolcurriculum, wat in lijn is met bredere Europese trends.

In **Duitsland** liet de analyse een balans zien tussen traditionele en digitale mediaconsumptie. Respondenten vertoonden een hoge mate van kritisch bewustzijn en waren proactief in het verifiëren van informatie via institutionele bronnen en onafhankelijke hulpmiddelen. Het Duitse onderwijssysteem heeft mediageletterdheid al op brede schaal geïntegreerd, wat waarschijnlijk bijdraagt aan deze proactieve houding. Er blijft echter een kloof bij oudere bevolkingsgroepen, die meer vertrouwen op traditionele media zonder evenveel aandacht voor de verificatie van nieuwsbronnen.

In **Cyprus** was de meerderheid van de respondenten werkzaam als onderwijzer of onderzoeker, voornamelijk in de leeftijdsgroep van 36-45 jaar. Ondanks hun professionele achtergrond uitten zij zorgen over hun vermogen om nepnieuws te onderscheiden. Dit wijst op een gebrek aan gestructureerde initiatieven voor mediageletterdheid en benadrukt de noodzaak van alomvattende educatieve kaders die zowel volwassenen als jongeren bereiken. Hierin is een belangrijke taak weggelegd voor opvoeders.

In **Oostenrijk** toonden jongere bevolkingsgroepen en professionals in de onderwijssector een hoog niveau van mediageletterdheid. De respondenten lieten zien informatie kritisch te kunnen evalueren, wat het succes toont van interactieve workshops en bewustmakingscampagnes. Deze aanpak benadrukt het belang van digitale hulpmiddelen en praktische trainingen die individuen in staat stellen zelfstandig nepnieuws te herkennen en te bestrijden.

Roemenië liet aanzienlijke uitdagingen zien, met respondenten die aangaven meer blootgesteld te zijn aan nepnieuws en minder toegang te hebben tot verificatiemiddelen, vooral in plattelandsgebieden. Er is een dringende behoefte aan gerichte onderwijsprogramma's en institutionele ondersteuning om de kloof in mediageletterdheidsinfrastructuur te overbruggen.

In **België**, vertegenwoordigd door het GO! netwerk, is mediageletterdheid sterk ingebed in het onderwijssysteem. Hoewel de integratie van kritisch denken in de curricula een gevestigde praktijk is, gaven respondenten aan dat meer geavanceerde hulpmiddelen en middelen nodig zijn om gelijke tred te houden met de snel veranderende dynamiek van desinformatie.

In **Nederland** lag de nadruk op het gebruik van technologie voor het bestrijden van nepnieuws. Respondenten gaven aan actief gebruik te maken van digitale platforms en apps om informatie te verifiëren. De brede Engelse taalvaardigheid onder de Nederlandse bevolking vergemakkelijkt de toegang tot internationale bronnen en verrijkt het nationale discours over mediageletterdheid.

In alle landen kwamen gemeenschappelijke trends naar voren, zoals de toenemende afhankelijkheid van digitale platforms voor nieuws, de wijdverspreide impact van desinformatie en de universele erkenning van de noodzaak om mediageletterdheid te



versterken. Toch verschilden de strategieën en prioriteiten aanzienlijk per regio. Zuid-Europese landen zoals Griekenland en Italië legden sterk de nadruk op institutionele hervormingen en educatieve initiatieven, terwijl Noord-Europese landen zoals Duitsland en Nederland de voorkeur gaven aan het inzetten van geavanceerde technologieën en onafhankelijke hulpmiddelen om mediageletterdheid te bevorderen.

Deze bevindingen benadrukken de noodzaak om mediageletterdheidsinitiatieven af te stemmen op de unieke culturele, demografische en technologische context van elk land. Het **MILES-project** biedt een waardevol en robuust kader om grensoverschrijdende samenwerking te bevorderen, waardoor best practices kunnen worden gedeeld en aangepast. Dit draagt bij aan het vergroten van de weerbaarheid tegen desinformatie en het versterken van de democratische veerkracht in heel Europa.

Dit rapport dient als fundament voor een diepgaandere analyse van de methodologieën en resultaten van het MILES-project. Het pleit voor duurzame investeringen in mediageletterdheid als een cruciaal element van democratische weerbaarheid in het digitale tijdperk. Indien nodig kunnen specifieke secties verder worden uitgewerkt of aanvullende vergelijkingspunten worden toegevoegd.

5.3 Nieuws Consumptiepatronen

In alle landen bleken digitale platforms de belangrijkste nieuwsbron te zijn. Sociale mediaplatforms zoals Facebook, YouTube en Instagram werden vaak genoemd in **Griekenland, Italië, Portugal** en **Roemenië**, terwijl professionele platforms zoals LinkedIn en nieuwsverzamelwebsites meer voorkwamen in **Duitsland** en **Oostenrijk**.

De afhankelijkheid van televisie als nieuwsbron varieerde, waarbij **Portugal** en **Griekenland** een grotere betrokkenheid lieten zien dan **Nederland**, waar traditionele televisie een minder belangrijke rol speelde. Podcasts en radio waren vooral populair in **Duitsland** en **Oostenrijk**, wat de culturele voorkeur voor auditieve mediavormen weerspiegelt.

Respondenten in **Cyprus** en **Roemenië** constateerden lacunes in hun vermogen om de betrouwbaarheid van onlinebronnen te onderscheiden, wat correleert met een hogere mate van zelfgerapporteerde blootstelling aan nepnieuws. Dit staat in contrast met **België** en **Nederland**, waar respondenten meer vertrouwen toonden in hun vermogen om geloofwaardige bronnen te herkennen, dankzij gerichte initiatieven op het gebied van mediageletterdheid.

5.4 Percepties van nepnieuws

De perceptie van nepnieuws als een maatschappelijke bedreiging was unaniem in alle landen, hoewel de mate van bezorgdheid varieerde. In **Griekenland** en **Italië** wezen respondenten sociale mediaplatforms aan als primaire vectoren voor desinformatie, met veel nadruk op de

rol van beïnvloeders en niet-geverifieerde, door gebruikers gegenereerde inhoud. Ook **Roemeense** deelnemers merkten op dat sensatiezucht en emotioneel geladen inhoud in belangrijke mate bijdragen aan desinformatie.

Portugal en **Oostenrijk** toonden relatief veel vertrouwen in institutionele nieuwsbronnen, waardoor de gepercipieerde dreiging van nepnieuws werd afgezwakt. Deelnemers in deze landen erkenden echter de uitdaging van het bestrijden van onjuiste informatie tijdens crises, zoals de COVID-19-pandemie, die de traditionele vertrouwensdynamiek verstoortte. In **Polen** wordt in het rapport benadrukt dat, hoewel een meerderheid van de respondenten te maken heeft met nepnieuws en dit als een belangrijke bedreiging voor de democratie en de politiek ziet, er een opvallend gebrek is aan formeel onderwijs in mediageletterdheid. De meeste deelnemers gaven aan dat er een gebrek is aan training in kritisch denken of mediageletterdheid, wat de noodzaak voor gerichte interventies onderstreept. Desondanks houden veel respondenten zich actief bezig met het verifiëren van nieuws door meerdere bronnen te raadplegen en gebruik te maken van betrouwbare fact-checking platforms.

In **Cyprus** gaven respondenten aan kwetsbaarder te zijn voor nepnieuws, voornamelijk door de beperkte toegang tot betrouwbare verificatie-instrumenten. In **Nederland** werd daarentegen het proactieve gebruik van technologische oplossingen en fact-checking platforms benadrukt, wat bijdraagt aan het bevorderen van een cultuur van verantwoordelijke en kritische nieuwsconsumptie.

5.5 Onderwijsbehoeften en beste praktijken

De behoefte aan meer mediageletterdheid was een weerkerend thema in alle landen. **Griekenland** en **Cyprus** benadrukten de ontwikkeling van basisopleidingsprogramma's voor leerkrachten en studenten, omdat er een tekort is aan geformaliseerde leerplannen. **Italië** en **Roemenië** pleitten voor de integratie van kritisch denken en digitale geletterdheid in het nationale onderwijsbeleid, met de nadruk op het aanpakken van desinformatie met betrekking tot sociale en politieke kwesties.

In **Duitsland** en **Oostenrijk** werden goed ontwikkelde kaders voor mediageletterdheid aangetoond. Respondenten pleitten voor een uitbreiding met meer interactieve workshops en realtime simulaties om effectief in te spelen op de steeds evoluerende uitdagingen van het digitale medialandschap. **België** benadrukte het belang van sectoroverschrijdende samenwerking tussen scholen, NGO's en overheidsinstellingen om een uitgebreide mediageletterdheidsagenda te ondersteunen.

Portugal en **Nederland** benadrukten het belang van het gebruik van technologie om nepnieuws te bestrijden. Portugese respondenten steunden de ontwikkeling van mobiele

toepassingen voor fact-checking, terwijl Nederlandse deelnemers pleitten voor AI-hulpmiddelen om misinformatie in realtime te detecteren.

5.6 Belangrijkste inzichten

Uit de vergelijkende analyse blijkt dat landen weliswaar voor dezelfde uitdagingen staan bij het bestrijden van nepnieuws, maar dat hun strategieën unieke sociaal-culturele en institutionele contexten weerspiegelen. Landen met een degelijk onderwijssysteem, zoals **Duitsland**, **Oostenrijk** en **België**, hebben meer vertrouwen in mediageletterdheid, terwijl landen als **Roemenië** en **Cyprus** de nadruk leggen op lacunes in middelen en training.

Het proactieve gebruik van technologie, zoals in **Nederland**, biedt een blauwdruk voor het integreren van innovatie in initiatieven voor mediageletterdheid. Tegelijkertijd illustreert de nadruk op het opbouwen van vertrouwen en de betrokkenheid van de gemeenschap in **Portugal** en **Griekenland** het belang van culturele aanpassing bij het aanpakken van verkeerde informatie.

Dit gedetailleerde onderzoek biedt een basis voor interventies op maat in het kader van het MILES-project, waarbij ervoor gezorgd wordt dat de strategieën afgestemd zijn op de specifieke behoeften en capaciteiten van elk land. Verder onderzoek en samenwerking zullen van cruciaal belang zijn voor het bevorderen van een samenhangend Europees kader voor mediageletterdheid en kritisch denken in het digitale tijdperk.

Grafieken en getallen

5.7. Sociaal-demografisch profiel

Antwoorden op vragenlijsten

Er werd gekozen voor een hoofdonderzoek met volwassenen en een ander met aangepaste vragen voor minderjarigen. Het totale aantal respondenten in het onderzoek was 1159. Het aantal volwassenen was 795, terwijl 364 minderjarigen de enquête beantwoordden. In ons verslag zullen we eerst alleen de antwoorden van volwassenen behandelen en de antwoorden van minderjarigen beschrijven we pas in de laatste cijfers.

Grafiek #1

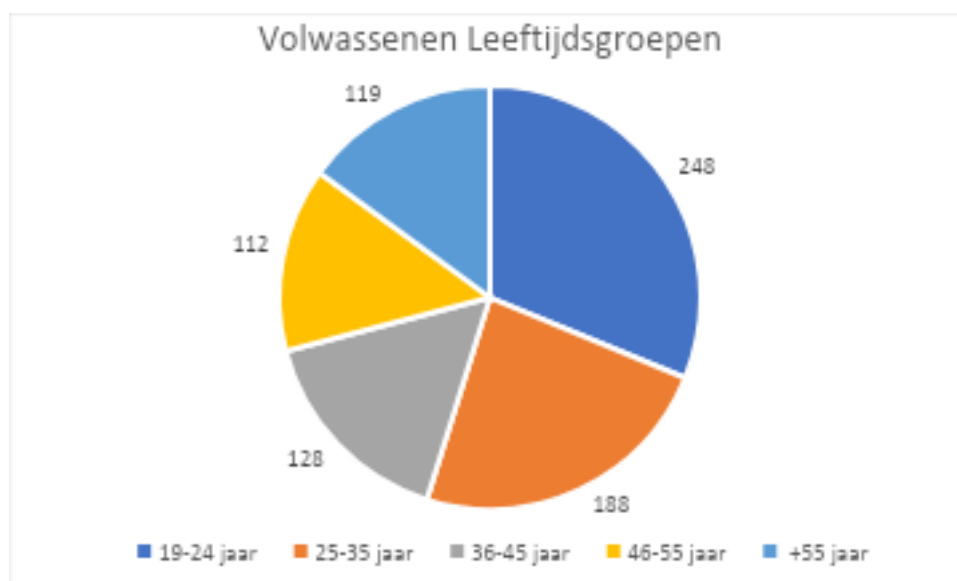


Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

Leeftijdsgroepen

De enquête kende een grotere deelname van volwassenen in de leeftijdsgroepen **19-24 jaar** en **25-35 jaar**, waarbij de laatste groep duidelijk dominant was. Deze leeftijdsverdeling biedt belangrijke context voor de interpretatie van de enquêteresultaten. De prominente vertegenwoordiging van de groep **25-35 jaar** suggereert dat hun opvattingen en ervaringen een significante invloed hebben op de algemene bevindingen van het onderzoek. Tegelijkertijd laat de aanwezigheid van oudere volwassenen (**55+ jaar**) zien dat er een breed leeftijdsbereik onder de deelnemers is. Dit biedt diverse perspectieven op onderwerpen zoals mediageletterdheid, blootstelling aan desinformatie en andere onderzochte thema's. Het analyseren van de leeftijdsverdeling is essentieel om te begrijpen hoe verschillende leeftijdsgroepen media en informatie waarnemen, ermee omgaan en worden beïnvloed door desinformatie.

Grafiek #2



Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

Genderverdeling van volwassenen

De genderverdeling van de volwassen respondenten in de enquête is weergegeven in een grafiek die is onderverdeeld in drie segmenten. Elk segment vertegenwoordigt een specifieke categorie van genderidentificatie onder de deelnemers, wat een helder beeld geeft van de diversiteit binnen de groep respondenten.

Vrouwelijk (58%): het grootste segment van het taartdiagram wordt vertegenwoordigd door de kleur oranje, wat aangeeft dat 58% van de respondenten vrouw was. Deze meerderheid suggereert dat er meer vrouwen dan mannen aan de enquête deelnamen.

Man (38%): het op één na grootste segment, in het blauw weergegeven, vertegenwoordigt 38% van de respondenten die als man geïdentificeerd waren. Dit aandeel geeft aan dat een aanzienlijk maar kleiner deel van de deelnemers aan de enquête man was.

Liever niet zeggen (4%): een klein grijs segment, dat 4% van het totaal uitmaakt, geeft respondenten aan die ervoor kozen om hun geslacht niet bekend te maken. Deze optie is belangrijk om de inclusiviteit te behouden en de privacy te respecteren van deelnemers die om persoonlijke redenen hun geslacht niet wilden vermelden.

De genderverdeling in deze enquête toont een hogere vertegenwoordiging van vrouwen in vergelijking met mannen, met een zeer klein percentage deelnemers die ervoor kozen om hun geslacht niet bekend te maken. Deze demografische verdeling is van cruciaal belang voor het begrijpen van de perspectieven en ervaringen die in de enquête worden weergegeven, aangezien het geslacht van invloed kan zijn op de gewoonten op het gebied van

mediaconsumptie, de perceptie van nepnieuws en de betrokkenheid bij initiatieven op het gebied van mediageletterdheid. Deze verdeling moet in overweging worden genomen bij het analyseren van andere enquêteresultaten, omdat het de generaliseerbaarheid van de bevindingen naar de bredere populatie kan beïnvloeden.

Grafiek #3



Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

Opleidingsniveau

De staafdiagram hieronder illustreert de verdeling van volwassen respondenten op basis van hun opleidingsniveau. Elke staaf vertegenwoordigt een ander onderwijsniveau, gaande van basisonderwijs tot hogere studies, en de hoogte van de staaf komt overeen met het aantal respondenten binnen elke categorie.

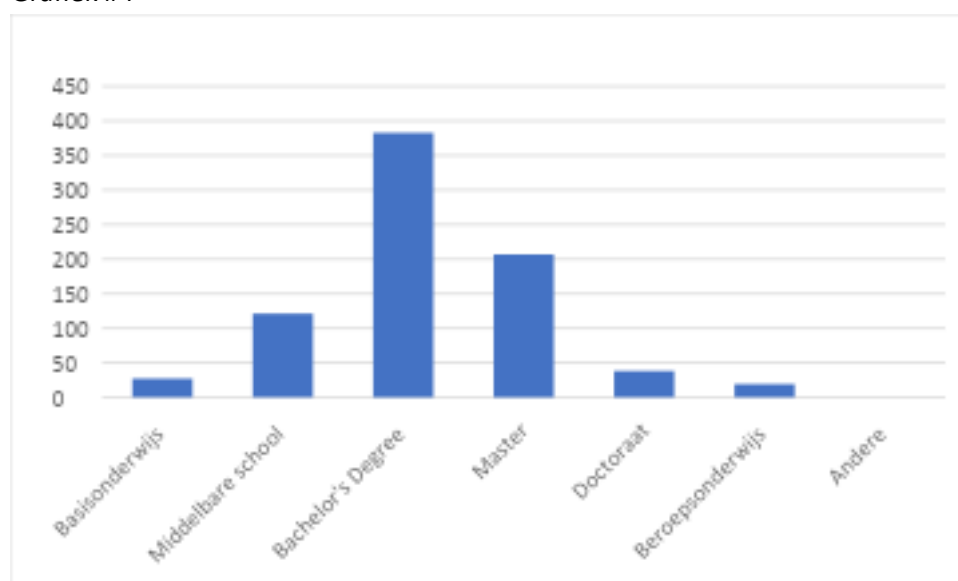
Aan het laagste uiteinde van het spectrum heeft een klein aantal volwassen respondenten alleen basisonderwijs gevolgd. Dit suggereert dat de meerderheid van de deelnemers aan de enquête een opleidingsniveau heeft bereikt dat verder gaat dan basisonderwijs, wat wijst op een over het algemeen goed opgeleide steekproef. Binnen deze groep is het aantal respondenten met een middelbare schoolopleiding groter dan het aantal met uitsluitend basisonderwijs, hoewel deze laatste categorie slechts een klein deel van de totale groep vormt. Dit kunnen individuen zijn die direct na de middelbare school de arbeidsmarkt zijn opgegaan of hebben gekozen voor een beroepsopleiding in plaats van hoger onderwijs.

Het meest voorkomende opleidingsniveau onder de respondenten is een bachelordiploma, zoals aangegeven door de hoogste balk in de grafiek. Dit wijst erop dat een aanzienlijk deel van de deelnemers aan de enquête een bacheloropleiding heeft afgerond, wat duidt op een demografische groep die goed opgeleid is. Zij worden op de voet gevolgd door deelnemers met een masterdiploma, de op één na grootste groep in de enquête. De aanzienlijke aanwezigheid van deelnemers met een universitaire opleiding weerspiegelt een sterke nadruk op geavanceerd leren en verdere specialisatie binnen hun vakgebied.

Een kleiner segment van de respondenten heeft een doctoraat, wat aangeeft dat slechts een beperkt aantal deelnemers dit hoogste academische niveau heeft bereikt. Deze groep bestaat waarschijnlijk uit individuen die zich hebben toegelegd op diepgaand onderzoek en gespecialiseerde studies. Hun deelname draagt bij aan een hoog niveau van academische en professionele expertise binnen de steekproefpopulatie.

De grafiek toont ook een klein aantal respondenten die een beroepsopleiding hebben gevolgd. Deze categorie omvat waarschijnlijk individuen die een gespecialiseerde opleiding hebben voltooid gericht op het ontwikkelen van praktische vaardigheden voor specifieke beroepen. Dit wijst op een loopbaangericht onderwijs traject dat sterk gericht is op praktijkervaring en directe inzetbaarheid op de arbeidsmarkt. Tot slot suggereert de categorie "Andere", met de minste respondenten, dat heel weinig deelnemers buiten de traditionele onderwijs trajecten vallen. Hieronder vallen mogelijk niet-traditionele vormen van onderwijs, zoals alternatieve leermethoden of diploma's die niet overeenkomen met de andere categorieën.

Grafiek #4



Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

Beroep

De onderstaande donutgrafiek illustreert de professionele of beroepsmatige verdeling van de respondenten over verschillende categorieën. De grootste groep, gelabeld als "Andere", omvat 281 respondenten, wat wijst op een breed scala aan beroepen die niet specifiek in het diagram zijn gecategoriseerd. Dit wijst op een diverse achtergrond van de deelnemers.

De op één na grootste groep bestaat uit "Universitaire studenten", met 187 respondenten, wat wijst op een aanzienlijke betrokkenheid van personen die hoger onderwijs volgen. Deze demografische groep is belangrijk in discussies over mediageletterdheid, gezien hun actieve betrokkenheid bij digitale media.

"Onderwijzers/docenten" vertegenwoordigen met 197 respondenten een cruciaal segment, aangezien zij rechtstreeks betrokken zijn bij het onderwijzen van mediageletterdheid. Hun perspectieven zijn van vitaal belang om de uitdagingen en mogelijkheden in het onderwijs met betrekking tot dit vakgebied te begrijpen.

Kleinere segmenten zijn "Onderzoekers" (26 respondenten), "Journalisten" (31 respondenten) en "Psychologen" (27 respondenten). Onderzoekers bieden wetenschappelijke inzichten, journalisten dragen perspectieven aan op de impact van desinformatie op de media, en psychologen bieden begrip voor de cognitieve en emotionele effecten van desinformatie.

Tot slot zijn er 46 "Werkloze" respondenten. Hoewel ze niet geassocieerd worden met een specifiek beroep, helpt hun opname om een breder maatschappelijk perspectief weer te geven.

In het algemeen benadrukt de grafiek de verschillende professionele achtergronden van de respondenten, die elk waardevolle inzichten bijdroegen aan de enquête.

Grafiek #5



Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

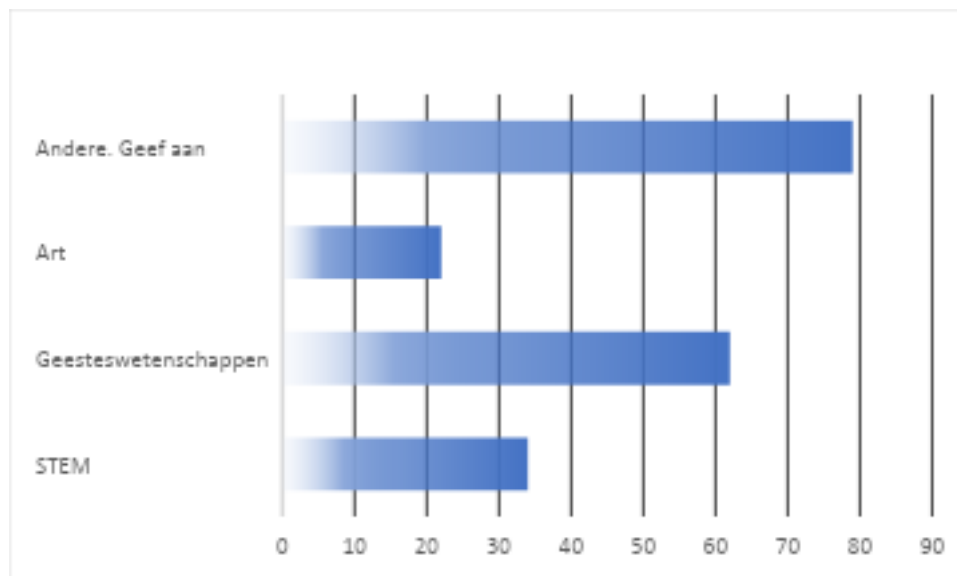
Expertise in lesgeven

Wat betreft de reikwijdte van de expertise van leerkrachten, zoals geïllustreerd in grafiek #6, heeft de categorie "Andere" het grootste aantal leerkrachten, wat aangeeft dat veel leerkrachten gespecialiseerd zijn in gebieden die niet specifiek in de grafiek vermeld staan. Hierna volgt "Geesteswetenschappen" met ook een aanzienlijk aantal leerkrachten, wat wijst op een sterke vertegenwoordiging in vakken zoals geschiedenis, talen en sociale wetenschappen.

"STEM" (Wetenschap, Technologie, Techniek en Wiskunde) is matig vertegenwoordigd, wat aangeeft dat een aanzienlijk aantal leerkrachten zich op deze technische en wetenschappelijke disciplines richt. "Kunst" heeft de minste leerkrachten van alle categorieën, wat suggereert dat dit het minst vertegenwoordigde onderwijsgebied is in de enquête.

Over het geheel genomen laat de grafiek een diverse verdeling van onderwijsexpertise zien, met een opmerkelijke nadruk op "Overige" en "Geesteswetenschappen", terwijl "Kunst" en "Bèta/techniek" een kleinere maar nog steeds belangrijke vertegenwoordiging hebben.

Grafiek #6



Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

5.8 Blootstelling aan nieuwsbronnen

Het cirkeldiagram hieronder toont de verdeling van de primaire nieuwsbronnen van de respondenten, waarbij meerdere keuzes mogelijk zijn. Het diagram is verdeeld in verschillende segmenten, die elk een ander medium vertegenwoordigen waarmee respondenten voornamelijk nieuws consumeren.

Het grootste segment is Sociale Media, weergegeven in blauw, wat aangeeft dat een aanzienlijk deel van de respondenten vertrouwt op sociale mediaplatforms als hun primaire nieuwsbron. Dit weerspiegelt de groeiende trend van mensen die zich wenden tot platforms zoals Facebook, Twitter en Instagram voor realtime informatie en updates.

Online kranten/websites, weergegeven in oranje, vormen een andere belangrijke nieuwsbron voor respondenten, wat wijst op het blijvende belang van traditionele nieuwsorganisaties die zijn overgestapt op digitale toepassingen. Dit suggereert dat, ondanks de populariteit van sociale media, er nog steeds een duidelijke voorkeur bestaat voor gespecialiseerde nieuwssites wanneer het gaat om diepgaande en uitgebreide berichtgeving.

Televisie wordt grijs weergegeven en vertegenwoordigt een aanzienlijk deel van de nieuwsconsumptiegewoonten van de respondenten. Ondanks de opkomst van digitale media blijft televisie een cruciale nieuwsbron, met name voor bepaalde demografische groepen die de voorkeur geven aan audiovisuele en live nieuwsverslaggeving.

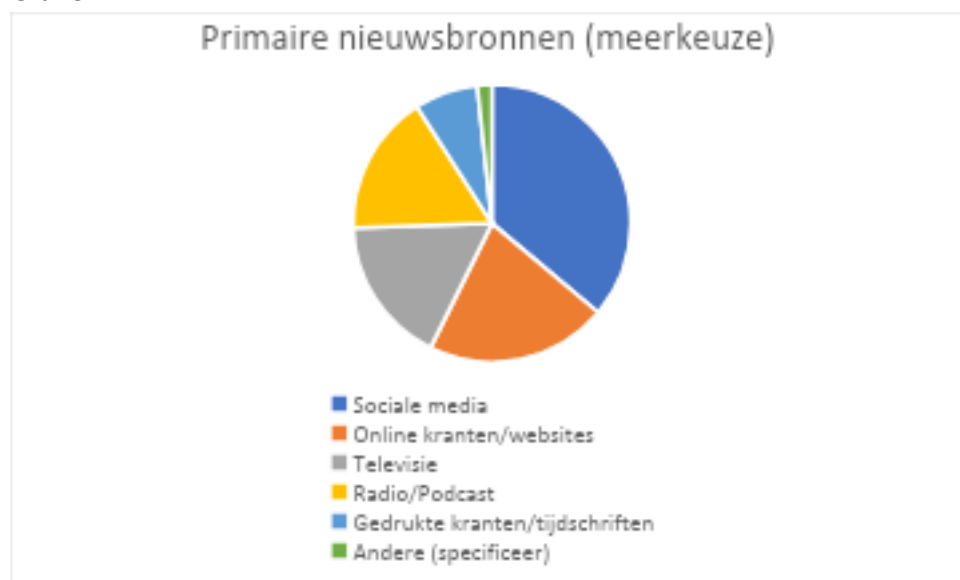
Radio/Podcasts, weergegeven in geel, maken een kleiner, maar nog steeds aanzienlijk deel uit van de primaire nieuwsbronnen van de respondenten. Dit geeft aan dat audiomedia, waaronder zowel traditionele radio-uitzendingen als moderne podcasts, nog steeds een belangrijke rol spelen in de manier waarop mensen toegang krijgen tot nieuws.

Gedrukte kranten/tijdschriften worden in lichtblauw weergegeven, wat aangeeft dat een kleinere groep respondenten nog steeds de voorkeur geeft aan traditionele gedrukte media. Hoewel dit segment kleiner is, onderstreept het de blijvende relevantie van fysieke publicaties in een steeds meer digitale wereld.

Tot slot vertegenwoordigt een klein groen segment met het label Overige alternatieve nieuwsbronnen die door respondenten zijn opgegeven. Dit kunnen nichepublicaties, nieuwsbrieven of andere vormen van media zijn die niet onder de hoofdcategorieën vallen.

Over het geheel genomen laat de grafiek een divers scala aan nieuwsconsumptiegewoonten zien onder respondenten, met een sterke nadruk op digitale en sociale media, maar ook een aanzienlijk deel dat nog steeds vertrouwt op traditionele platforms zoals televisie, radio en gedrukte media.

Grafiek #7



Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

Frequentie van nieuwe inhoud

De grafiek #8 illustreert de frequentie waarmee respondenten omgaan met nieuwsinhoud. De grafiek is onderverdeeld in vier categorieën: "Dagelijks", "Meerdere keren per week",

"Wekelijks" en "Minder vaak", die elk verschillende niveaus van nieuwsconsumptie vertegenwoordigen.

De grootste balk vertegenwoordigt de categorie "Dagelijks", waaruit blijkt dat een aanzienlijke meerderheid van de respondenten dagelijks het nieuws volgt. Dit suggereert dat op de hoogte blijven van de actualiteit voor veel deelnemers een dagelijkse prioriteit is.

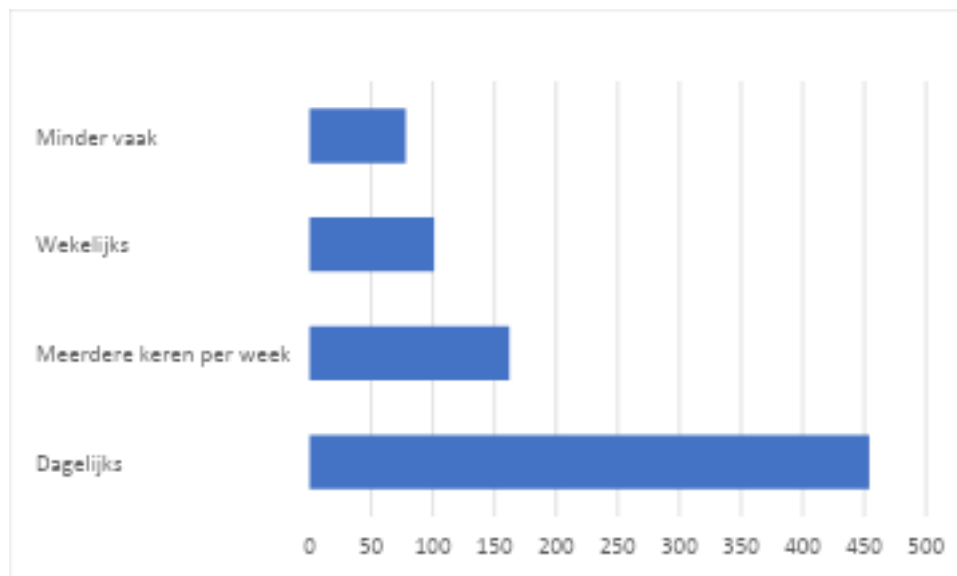
De volgende grootste groep is "Meerdere keren per week", wat aangeeft dat een aanzienlijk aantal respondenten meerdere keren per week, maar niet noodzakelijkerwijs elke dag, nieuws leest. Deze groep is nog steeds frequent betrokken bij nieuwscontent, zij het met iets minder intensiteit dan dagelijkse consumenten.

"Wekelijkse" betrokkenheid wordt weergegeven door een kleinere balk, waaruit blijkt dat sommige respondenten er de voorkeur aan geven om één keer per week nieuws te volgen. Deze groep kan personen vertegenwoordigen die zich selectiever met nieuws bezighouden of personen die er de voorkeur aan geven om nieuws in grotere, minder frequente sessies te verwerken.

De kleinste balk geeft de categorie "Minder vaak" aan, waarbij respondenten minder vaak dan één keer per week nieuwsinhoud bekijken. Deze groep bestaat waarschijnlijk uit personen die ofwel weinig belangstelling hebben voor actuele gebeurtenissen of liever op een andere manier of met langere tussenpozen op de hoogte blijven.

De grafiek toont aan dat de meerderheid van de respondenten regelmatig een hoge betrokkenheid heeft bij nieuwscontent, waarbij dagelijkse consumptie het meest voorkomt. Deze hoge frequentie van nieuwsconsumptie wijst op een sterke interesse om geïnformeerd te blijven en benadrukt dat nieuws een belangrijke rol speelt in het dagelijks leven van veel deelnemers.

Grafiek #8

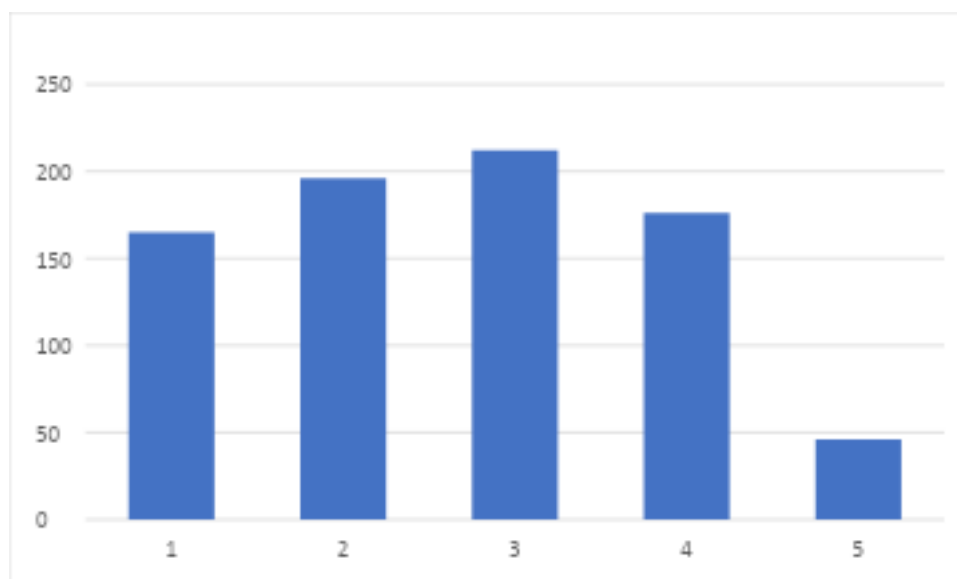


Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

Nieuwsbron: Sociale media

Gevraagd naar hun mate van vertrouwen in verschillende nieuwsbronnen respondenten, in termen van sociale media, lijken de respondenten verschillende percepties te hebben over de betrouwbaarheid van de bronnen, maar dit komt niet overeen met hun gewoonten, aangezien sommige van de meest gebruikte platforms niet de meest vertrouwde platforms zijn.

Grafiek #9

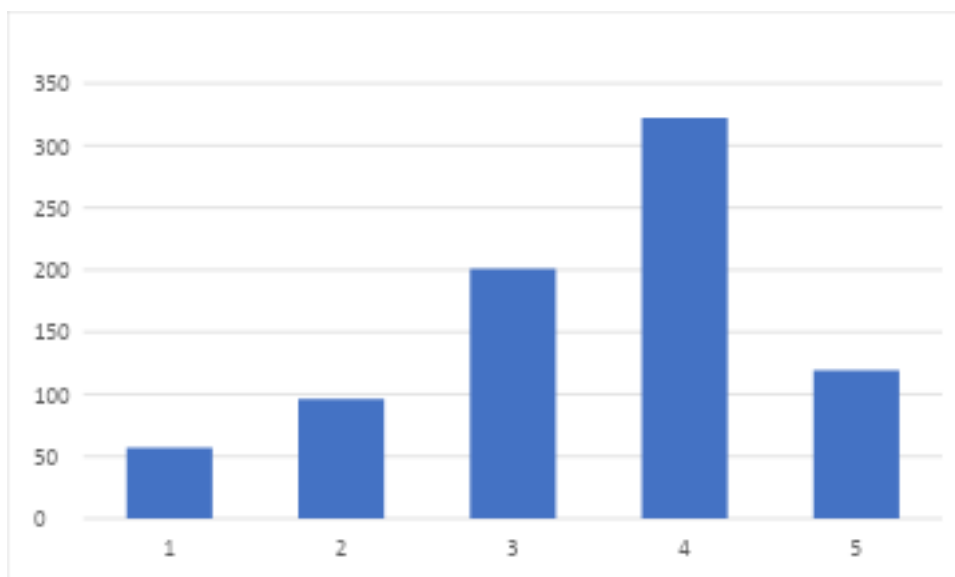


Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

Nieuwsbron: online kranten en website

Grafiek 10 toont de mate van geloofwaardigheid die respondenten toekennen aan onlinekranten en -websites. Hoewel er enige variatie is in de vertrouwensniveaus, beschouwt de meerderheid van de respondenten deze platforms als betrouwbare informatiebronnen, met een aanzienlijk aantal dat hen in de hogere betrouwbaarheidscategorieën plaatst. Dit onderstreept de belangrijke rol die digitale nieuwsplatforms spelen bij de verspreiding van informatie en bevestigt dat ze over het algemeen worden vertrouwd door de deelnemers aan het onderzoek.

Grafiek #10

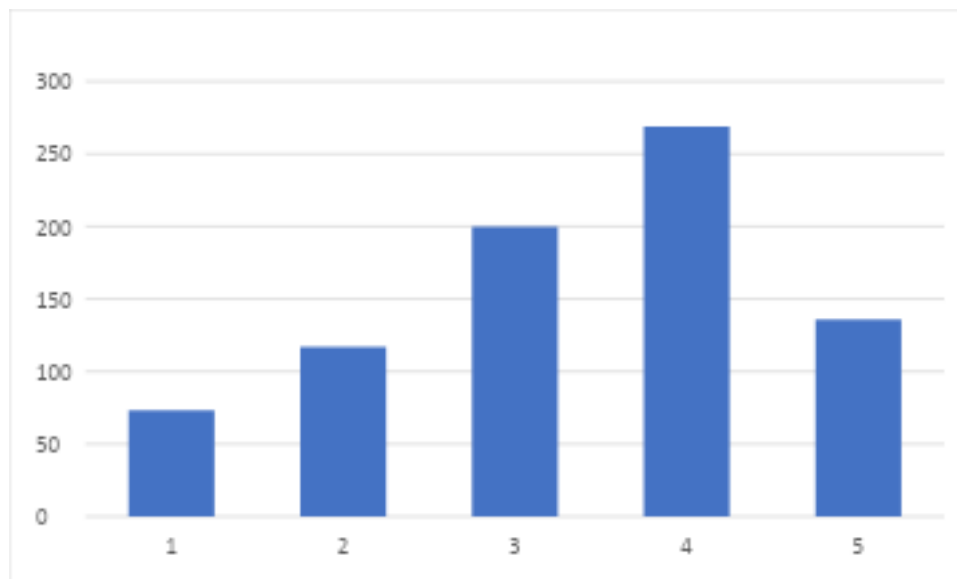


Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

Nieuwsbron: televisie

Samengevat toont Grafiek 11 aan dat, ondanks enige variatie in de vertrouwensniveaus, televisie door de meerderheid van de respondenten over het algemeen wordt beschouwd als een betrouwbare informatiebron. Veel respondenten plaatsen televisie in de hogere betrouwbaarheidscategorieën, wat suggereert dat televisie, ondanks de groeiende populariteit van digitale media, voor veel mensen nog steeds een belangrijke en vertrouwde nieuwsbron blijft.

Grafiek #11

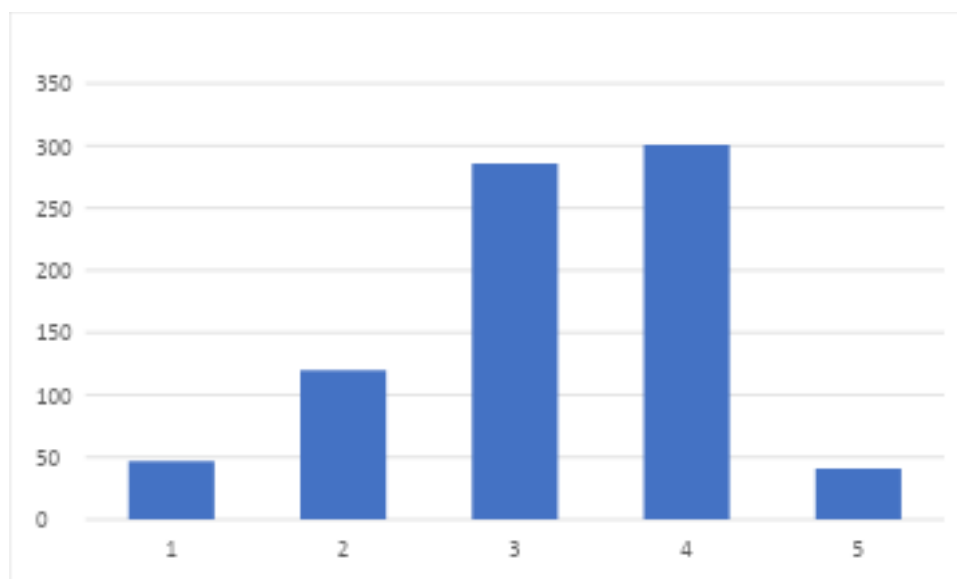


Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

Nieuwsbron: radio/podcast

De volgende grafiek (Grafiek #12) toont aan dat de meerderheid van de respondenten radio en podcasts als betrouwbare informatiebronnen beschouwt, met een sterke nadruk op een matig tot hoog vertrouwensniveau. Dit weerspiegelt de voortdurende relevantie van audiomedia voor het verstrekken van geloofwaardig en vertrouwd nieuws en informatie aan een breed publiek.

Grafiek #12

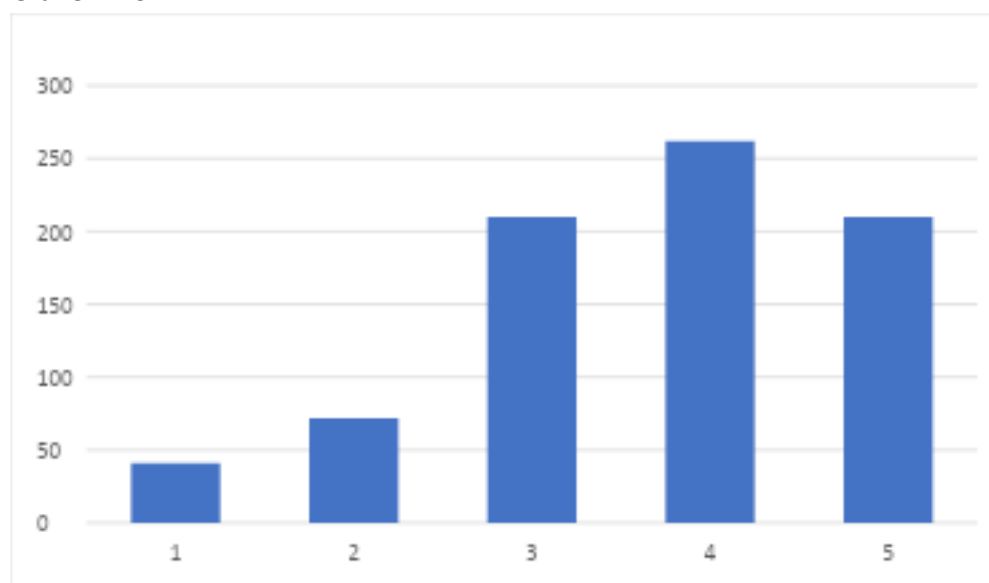


Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

Nieuwsbron: gedrukte kranten/tijdschriften

Grafiek 13 toont dat gedrukte kranten en tijdschriften door de meerderheid van de respondenten over het algemeen als meer of minder betrouwbare informatiebronnen worden beschouwd, waarbij velen ze in de hogere betrouwbaarheidscategorieën plaatsen. Dit geeft aan dat de traditionele gedrukte media nog steeds een sterke positie innemen als betrouwbare bron van nieuws en informatie.

Grafiek #13



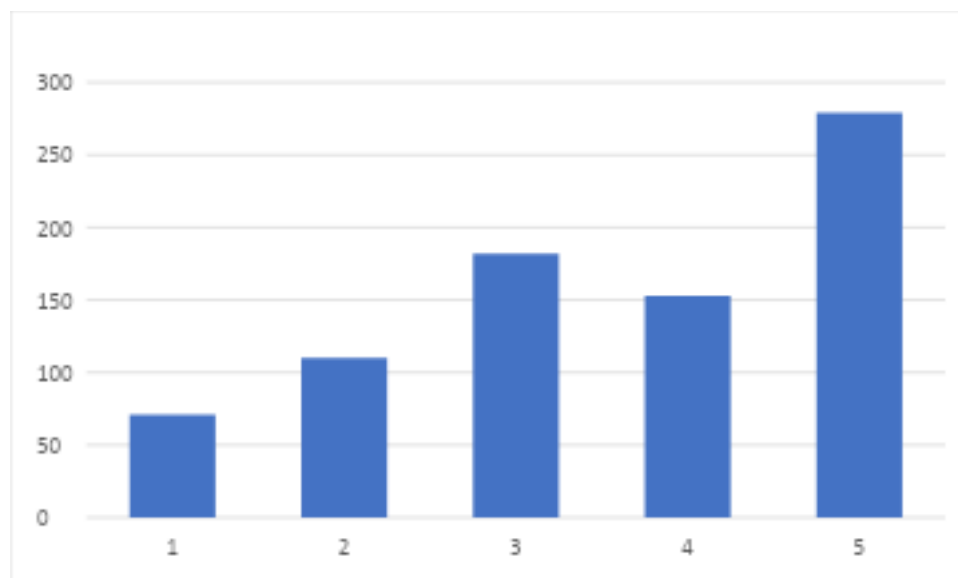
Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

Youtube

Het staafdiagram (grafiek #14) geeft de perceptie van de respondenten weer van de waarschijnlijkheid dat YouTube nepnieuws verspreidt, aan de hand van een schaal van 1 tot 5, waarbij 1 staat voor de kleinste waarschijnlijkheid en 5 voor de grootste waarschijnlijkheid. De verdeling laat zien dat een kleiner deel van de respondenten het zeer onwaarschijnlijk acht dat YouTube nepnieuws verspreidt, wat duidt op enig vertrouwen in het platform. Naarmate de waarderingen stijgen, is er echter een duidelijke verschuiving, waarbij een aanzienlijk aantal respondenten een waardering van 3 toekent, wat duidt op een gematigde bezorgdheid dat YouTube nepnieuws zou kunnen verspreiden. De hoogste waardering, met name 5, toont de hoogste balk, wat aangeeft dat een aanzienlijk deel van de respondenten denkt dat YouTube zeer waarschijnlijk nepnieuws zal verspreiden. Dit suggereert dat ondanks de populariteit van YouTube, gebruikers zich grote zorgen maken over

de mogelijkheid van verkeerde informatie op het platform, vooral vanwege het grote aanbod aan door gebruikers gegenereerde inhoud.

Grafiek #14



Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

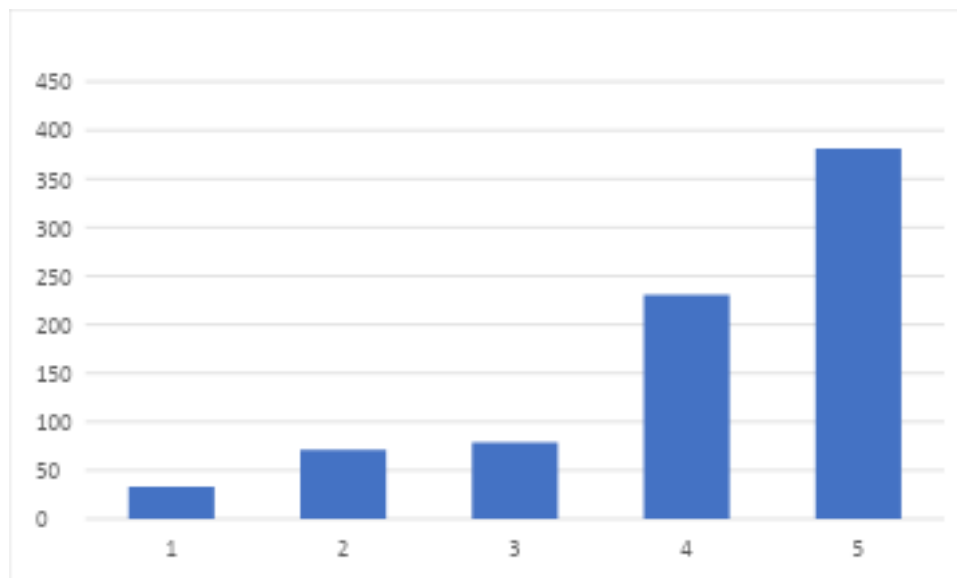
Twitter

Staafdiagram nummer 15 toont de perceptie van respondenten van de waarschijnlijkheid dat Twitter (nu bekend als X) nepnieuws verspreidt, op een schaal van 1 (minst waarschijnlijk) tot 5 (meest waarschijnlijk). De eerste balk, die staat voor degenen die denken dat het het minst waarschijnlijk is dat Twitter nepnieuws verspreidt, is vrij kort, wat aangeeft dat weinig respondenten het platform in deze mate vertrouwen. Naarmate de waarderingen stijgen, is er een bescheiden toename van het aantal respondenten dat Twitter een 2 of 3 geeft, wat wijst op een groeiende bezorgdheid over het potentieel van het platform om desinformatie te verspreiden.

De belangrijkste bevindingen zitten in de hogere waarderingen: veel respondenten gaven Twitter een 4, en een nog grotere groep gaf Twitter een 5, wat aangeeft dat de meerderheid van de respondenten denkt dat Twitter zeer waarschijnlijk nepnieuws verspreidt. Dit suggereert dat er een aanzienlijke scepsis bestaat over de betrouwbaarheid van informatie op Twitter, waarschijnlijk door de snelle aard van het platform, de prevalentie van niet-geverifieerde, door gebruikers gegenereerde inhoud en de frequente verspreiding van geruchten en verkeerde informatie. Deze gegevens ondersteunen de uitdagingen waarmee

Twitter wordt geconfronteerd om als betrouwbare informatiebron te worden gezien, waarbij veel gebruikers het zien als een platform waar nepnieuws zich gemakkelijk kan verspreiden.

Grafiek #15



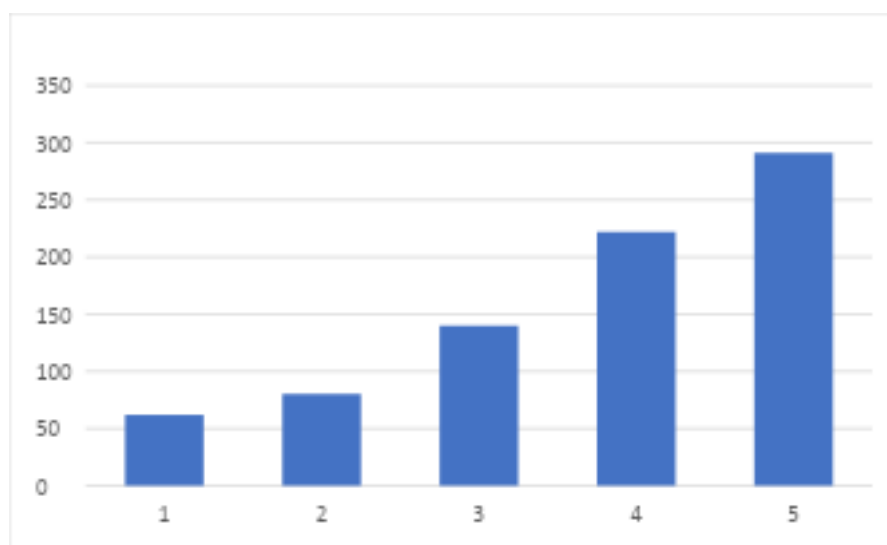
Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

Instagram

Het volgende staafdiagram (Grafiek #16) toont de perceptie van respondenten over de waarschijnlijkheid dat Instagram nepnieuws verspreidt, gemeten op een schaal van 1 (zeer onwaarschijnlijk) tot 5 (zeer waarschijnlijk). Uit de gegevens blijkt dat relatief weinig respondenten Instagram in de categorie "zeer onwaarschijnlijk" plaatsen, terwijl er een lichte stijging is in de groep die het "enigszins waarschijnlijk" acht. Dit wijst op groeiende zorgen over de geloofwaardigheid van informatie op een platform dat sterk afhankelijk is van door gebruikers gegenereerde inhoud.

De hogere scores laten zien dat een aanzienlijk aantal respondenten Instagram op niveau 4 of 5 plaatst, waarbij niveau 5 de hoogste frequentie toont. Dit suggereert dat veel gebruikers Instagram zien als een platform met een aanzienlijk risico op de verspreiding van desinformatie. Dit wordt mede toegeschreven aan de nadruk op visuele inhoud en de invloed van populaire gebruikers, die niet altijd de informatie die ze delen verifiëren. Ondanks zijn populariteit wordt Instagram dus door veel respondenten als kwetsbaar beschouwd voor de verspreiding van verkeerde informatie.

Grafiek #16



Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

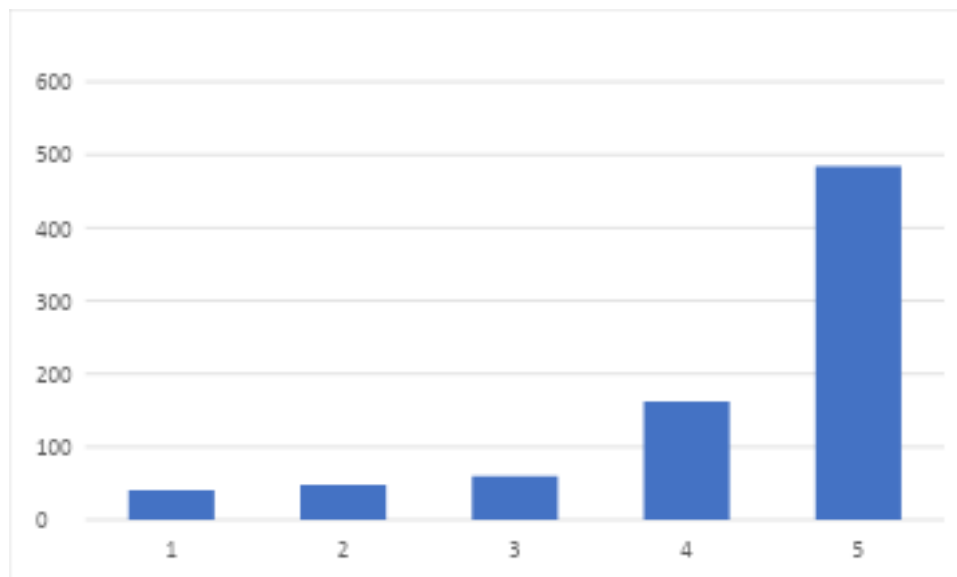
TikTok

Staafdiagram 17 toont hoe respondentent TikTok beoordelen als bron van nepnieuws, gemeten op een schaal van 1 (zeer onwaarschijnlijk) tot 5 (zeer waarschijnlijk). De gegevens laten zien dat een klein aantal respondentent het platform als weinig waarschijnlijk beschouwt voor het verspreiden van nepnieuws, wat wordt weerspiegeld in de kortere balken voor niveaus 1 en 2. Bij niveau 3 is er een lichte toename, wat wijst op een gematigde bezorgdheid over de betrouwbaarheid van de gedeelde inhoud. Het meest opvallende kenmerk is echter de scherpe stijging van het aantal respondentent dat TikTok beoordeelt op niveaus 4 en 5, waarbij niveau 5 de hoogste frequentie heeft. Dit wijst erop dat de meeste respondentent gelooft dat TikTok een hoog risico loopt op het verspreiden van desinformatie.

Deze gegevens brengen een belangrijk probleem aan het licht: ondanks de immense populariteit van TikTok, vooral onder jongere doelgroepen, wordt het door velen gezien als een platform waar desinformatie zich gemakkelijk kan verspreiden. TikTok's model, dat draait om korte, boeiende video's die snel worden geconsumeerd en gedeeld, draagt bij aan deze perceptie. De snelle consumptie en virale aard van video's maken het voor gebruikers moeilijker om de nauwkeurigheid van gepresenteerde informatie kritisch te beoordelen.

De perceptie van TikTok als een belangrijke bron van nepnieuws roept belangrijke vragen op over mediageletterdheid en de rol van sociale media in de vorming van de publieke opinie. Deze resultaten benadrukken de noodzaak van versterkte mediageletterdheidsprogramma's, gericht op het onderwijzen van gebruikers – vooral jongeren – in het kritisch evalueren van inhoud die ze consumeren op platforms zoals TikTok. Bovendien onderstreept dit de verantwoordelijkheid van sociale mediaplatforms om striktere maatregelen te nemen tegen de verspreiding van verkeerde informatie, bijvoorbeeld door geavanceerde fact-checking en inhoudsmoderatie. Ondanks de reputatie van TikTok als een risicovolle bron van nepnieuws, blijft het platform een groot aantal gebruikers aantrekken en aanzienlijke invloed uitoefenen. Deze dualiteit benadrukt de uitdaging voor de samenleving: hoe kunnen we de positieve aspecten van platforms zoals TikTok benutten terwijl we de risico's van desinformatie beperken?

Grafiek #17



Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

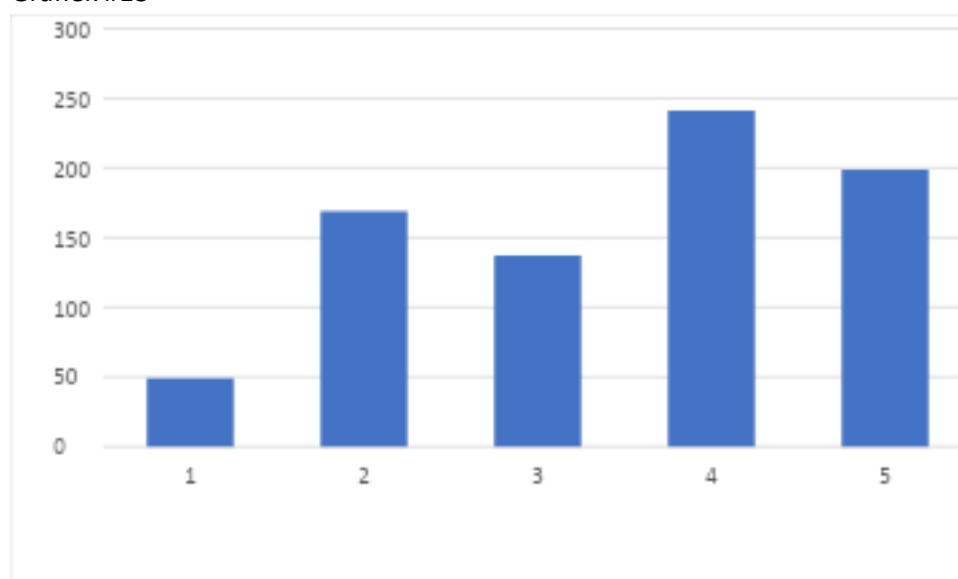
Facebook

Het volgende staafdiagram (grafiek 18) toont de perceptie van respondenten van de waarschijnlijkheid dat Facebook nepnieuws verspreidt, op een schaal van 1 (minst waarschijnlijk) tot 5 (meest waarschijnlijk). De grafiek laat zien dat een klein deel van de respondenten de kans dat Facebook nepnieuws verspreidt het kleinst inschatte, zoals wordt aangegeven door de kortere balk voor cijfer 1. Er is een duidelijke toename van het aantal respondenten dat van mening is dat Facebook nepnieuws verspreidt. Hetzelfde doet zich voor bij het aantal respondenten dat Facebook op niveau 2 beoordeelde, wat suggereert dat meer deelnemers enige bedenkingen hebben bij de betrouwbaarheid van het platform. Het aantal respondenten dat Facebook op niveau 3 beoordeelde is iets lager, wat duidt op een gematigde bezorgdheid over de verspreiding van nepnieuws op het platform.

De belangrijkste bevindingen in de grafiek bevinden zich op niveau 4 en 5. De balk voor niveau 4 is het hoogst, wat aangeeft dat veel respondenten denken dat Facebook waarschijnlijk nepnieuws verspreidt. De balk voor niveau 5, hoewel iets korter dan niveau 4, vertegenwoordigt nog steeds een aanzienlijk deel van de respondenten die van mening zijn dat Facebook zeer waarschijnlijk onjuiste informatie verspreidt. Deze verdeling suggereert dat een aanzienlijk aantal gebruikers sceptisch is over de nauwkeurigheid van informatie op Facebook en het ziet als een platform waar nepnieuws veel voorkomt.

Deze perceptie is cruciaal, gezien de uitgebreide gebruikersbasis van Facebook en de rol van het platform als een belangrijke bron van nieuws en informatie voor miljoenen mensen wereldwijd. De bezorgdheid dat Facebook waarschijnlijk nepnieuws zal verspreiden, weerspiegelt de bredere bezorgdheid over het vermogen van het platform om inhoud effectief te beheren en te filteren, vooral gezien de geschiedenis van de problemen met onjuiste informatie. Ondanks deze zorgen blijft Facebook op grote schaal gebruikt worden, wat de uitdaging benadrukt om een evenwicht te vinden tussen de rol van het platform als essentieel communicatiemiddel en de noodzaak om de nauwkeurigheid en betrouwbaarheid van de informatie die het verspreidt te garanderen. Dit spanningsveld benadrukt de dringende noodzaak van voortdurende inspanningen om inhoudsmoderatie te verbeteren en mediageletterdheid onder gebruikers te versterken.

Grafiek #18



Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

5.9 Perceptie en impact van nepnieuws

Wat is nepnieuws?

Wat betreft de perceptie van de verspreiding en impact van nepnieuws, toont het taartdiagram (Grafiek #19) de mate waarin respondenten bekend zijn met nepnieuws. De

grafiek visualiseert specifiek of zij ooit inhoud zijn tegengekomen waarvan ze vermoeden dat het nepnieuws betreft.

Het blauwe segment overheerst de grafiek en geeft aan dat de overgrote meerderheid van de respondenten aangeeft nepnieuws te hebben waargenomen. Dit wijst op een hoog bewustzijn onder de deelnemers over de aanwezigheid van onjuiste informatie in de media die zij consumeren. Het oranje segment, dat beduidend kleiner is, vertegenwoordigt de minderheid van de respondenten die aangeeft geen nepnieuws te hebben opgemerkt of herkend in hun ervaring.

Over het algemeen benadrukt deze grafiek de alomtegenwoordigheid van nepnieuws, of in ieder geval de perceptie van de verspreiding ervan binnen het informatielandschap. Het feit dat de meeste respondenten aangeven blootgesteld te zijn aan misleidende of valse inhoud, onderstreept het belang van mediageletterdheid en kritisch denkvermogen. Deze vaardigheden zijn essentieel om mensen in staat te stellen nepnieuws te herkennen en ermee om te gaan. De gegevens suggereren bovendien dat een groot deel van de respondenten zich al bewust is van nepnieuws en de middelen heeft om het te identificeren, wat een belangrijke stap is in het vergroten van weerbaarheid tegen desinformatie.

Grafiek #19



Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

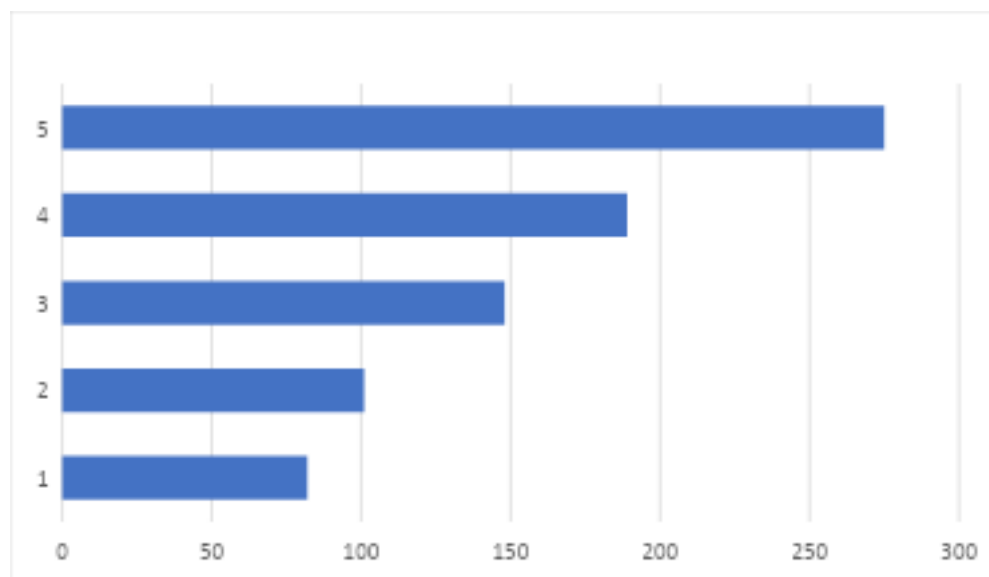
Impact van nepnieuws op de democratie

Het volgende staafdiagram (grafiek #20) geeft de mening van respondenten weer over de mate waarin zij geloven dat nepnieuws de democratie beïnvloedt. De antwoorden worden gemeten op een schaal van 1 tot 5, waarbij 1 staat voor de minste invloed en 5 voor de grootste invloed.

De grafiek laat zien dat de meerderheid van de respondenten van mening is dat nepnieuws een aanzienlijke impact heeft op de democratie, waarbij het hoogste aantal respondenten 5 selecteerde, de maximale impactbeoordeling. Het op één na hoogste aantal respondenten beoordeelde de impact op 4, wat verder wijst op grote bezorgdheid over de invloed van nepnieuws op democratische processen.

Minder respondenten gaven de cijfers 3, 2 en 1, wat erop wijst dat sommigen weliswaar van mening zijn dat de impact matig tot minimaal is, maar dat de algemene consensus is dat nepnieuws een ernstige bedreiging vormt voor de democratie. De algemene consensus is dat nepnieuws een ernstige bedreiging vormt voor de democratie. Dit wijst op een wijdverspreide perceptie dat verkeerde informatie de democratische instellingen en de integriteit van verkiezingen kan ondermijnen, wat mogelijk leidt tot een destabilisering van het bestuur.

Grafiek #20



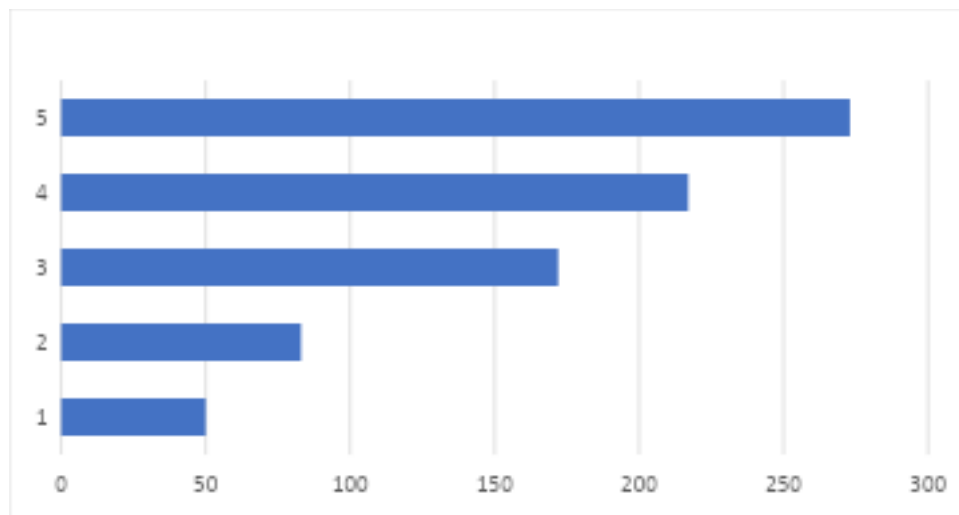
Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

Impact van nepnieuws op persoonlijk leven

Uit de gegevens blijkt dat een aanzienlijk aantal respondenten nepnieuws als een grote invloed op hun persoonlijke leven beschouwt, zoals geïllustreerd in grafiek #21. Het grootste aantal respondenten selecteerde een score van 5, wat wijst op een aanzienlijk effect. Dit werd gevolgd door respondenten die een score van 4 gaven, wat aangeeft dat veel deelnemers geloven dat nepnieuws een diepgaande invloed kan hebben op persoonlijke beslissingen, relaties en het algemene welzijn.

Minder respondenten beoordeelden de impact als matig (3), en slechts een klein aantal gaf een score van 2 of 1. Deze verdeling suggereert dat, hoewel sommige individuen vinden dat de impact van nepnieuws op hun persoonlijke leven minder ernstig is, de meerderheid het als een serieus probleem beschouwt. Dit benadrukt het wijdverspreide besef van de potentiële schade die desinformatie kan aanrichten in het dagelijks leven.

Grafiek #21



Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

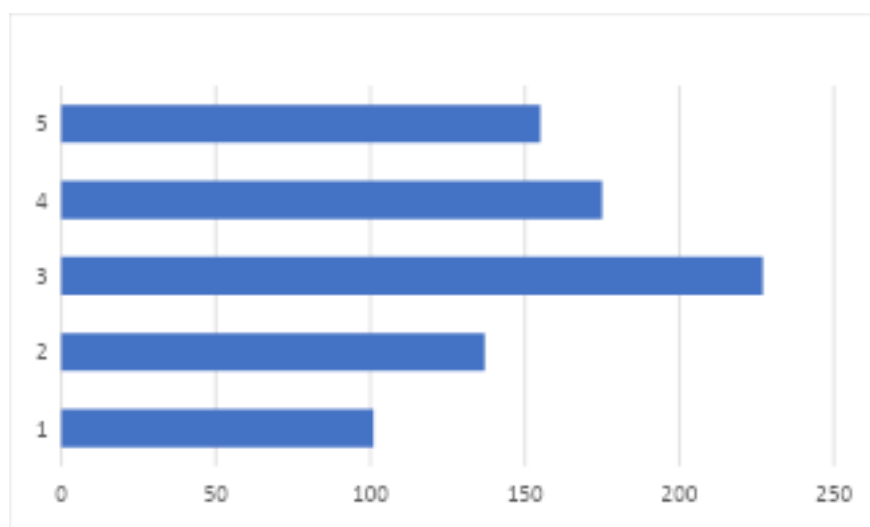
Impact van nepnieuws op de gezondheid

De meest prominente balk in grafiek #22 vertegenwoordigt de beoordeling 3, wat aangeeft dat een aanzienlijk deel van de respondenten van mening is dat de invloed van nepnieuws op de gezondheid **matig** is. Dit duidt erop dat hoewel respondenten erkennen dat nepnieuws gezondheidsgerelateerde beslissingen en percepties kan beïnvloeden, velen deze impact niet als minimaal of extreem ervaren.

De balken voor de beoordelingen 4 en 5 zijn echter ook opvallend, wat suggereert dat een aanzienlijk aantal respondenten nepnieuws beschouwt als een sterke tot zeer sterke invloed op de gezondheid. Deze resultaten benadrukken de groeiende bezorgdheid over de mogelijke gevolgen van desinformatie, zoals de verspreiding van valse gezondheidsinformatie of aarzeling bij het nemen van medische behandelingen.

Aan de andere kant selecteerde slechts een kleine groep respondenten de beoordelingen 1 en 2, wat erop wijst dat relatief weinig mensen geloven dat de impact van nepnieuws op de gezondheid minimaal is.

Grafiek #22



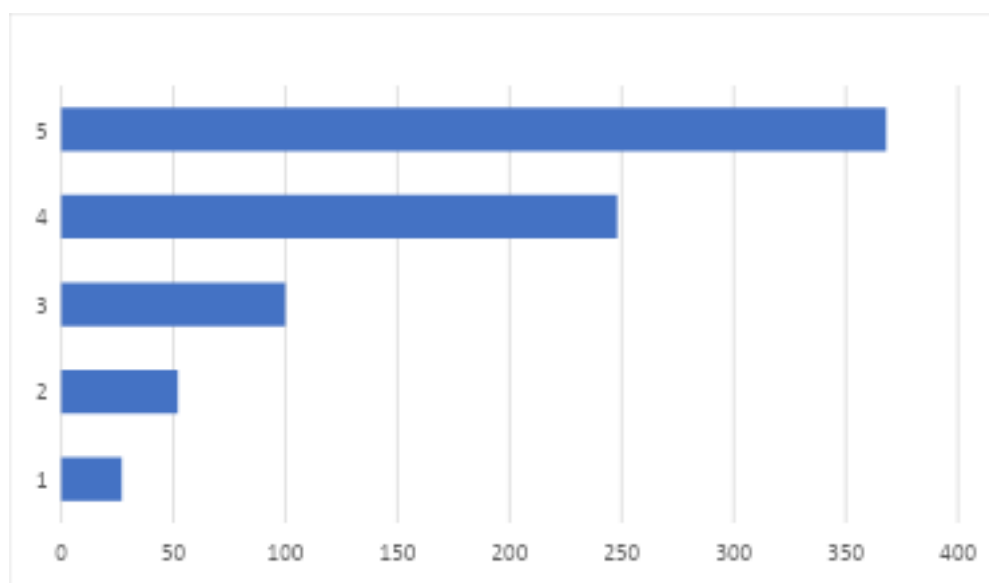
Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

De impact van nepnieuws in de politiek

De volgende grafiek (grafiek #23) geeft duidelijk aan dat de meerderheid van de respondenten van mening is dat nepnieuws een zeer grote invloed heeft op de politiek, zoals blijkt uit de langste balk op niveau 5. Dit wijst op een wijdverspreide bezorgdheid dat onjuiste informatie de politieke resultaten, de publieke opinie en de democratische processen aanzienlijk kan beïnvloeden. Het op één na meest voorkomende antwoord is op niveau 4, wat verder benadrukt dat veel deelnemers van mening zijn dat nepnieuws een aanzienlijk effect heeft op het politieke landschap.

Minder respondenten beoordeelden de impact op niveau 3, en nog kleinere aantallen selecteerden niveau 2 en 1, wat aangeeft dat slechts een minderheid gelooft dat nepnieuws een matig tot minimaal effect heeft op de politiek. In het algemeen laten de gegevens een sterke consensus zien dat nepnieuws een belangrijke factor is bij het vormen van politieke discussies en beslissingen, waaruit blijkt dat er grote bezorgdheid bestaat over het potentieel van nepnieuws om de politieke stabiliteit en het vertrouwen in democratische instellingen te ondermijnen.

Grafiek #23



Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

Hoe de geloofwaardigheid van nieuws te beoordelen

Het taartdiagram (Grafiek #24) geeft een overzicht van de methoden die respondenten gebruiken om de geloofwaardigheid van een nieuwsbron te beoordelen. Het diagram is onderverdeeld in vier segmenten: **"Bronnen controleren"**, **"Verwijzingen naar andere mediakanalen"**, **"Een open discussie met anderen aangaan"** en **"Andere, gelieve te specificeren"**.

Het grootste segment laat zien dat de meerderheid van de respondenten vertrouwt op **"Bronnen controleren"** als primaire methode om de geloofwaardigheid van een nieuwsbron te bepalen. Dit benadrukt dat veel deelnemers belang hechten aan het verifiëren van de oorsprong en betrouwbaarheid van de informatie voordat ze deze als geloofwaardig accepteren, wat wijst op een kritische benadering van mediaconsumptie.

Het op één na grootste segment vertegenwoordigt respondenten die de voorkeur geven aan **"kruisverwijzingen met andere mediakanalen"**. Deze aanpak houdt in dat informatie wordt vergeleken over verschillende platforms om consistentie te controleren, wat een zorgvuldige en analytische houding ten opzichte van nieuwsconsumptie weerspiegelt.

Sommige respondenten kiezen ervoor om **"een open discussie met anderen aan te gaan"** om de geloofwaardigheid van nieuws te beoordelen. Deze methode laat zien dat sociale interactie, zoals het delen van meningen en perspectieven, een belangrijke rol speelt in hoe sommige individuen de betrouwbaarheid van informatie beoordelen. Dit benadrukt het sociale aspect van mediaconsumptie.

Samenvattend laat Grafiek #24 zien dat respondenten actief betrokken zijn bij het verifiëren van de geloofwaardigheid van nieuwsbronnen, met een duidelijke voorkeur voor directe bronverificatie en kruisverwijzingen met andere media. Deze kritische en doordachte benadering van nieuwsconsumptie is van cruciaal belang in een tijdperk waarin desinformatie

wijdverspreid is. Het onderstreept bovendien het belang van kritisch denken bij het navigeren door het moderne informatielandschap.

Grafiek #24



Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

Criteria voor de geloofwaardigheid van nieuwsbronnen

Het taartdiagram in Grafiek #25 illustreert de belangrijkste criteria die respondenten gebruiken om de geloofwaardigheid van een nieuwsbron te beoordelen. De grafiek is onderverdeeld in verschillende segmenten: **"Bron"**, **"Auteur"**, **"Grammaticale fouten"**, **"Titel"**, en **"Overig"**.

Het grootste segment vertegenwoordigt respondenten die **"Bron"** als het belangrijkste criterium beschouwen bij het beoordelen van de geloofwaardigheid van nieuws. Dit benadrukt dat de herkomst van de informatie voor veel mensen de meest bepalende factor is. Respondenten vertrouwen sterk op de reputatie en betrouwbaarheid van het mediakanaal of de uitgever bij hun beoordeling.

Het op één na grootste segment vertegenwoordigt de **"Auteur"**, wat aangeeft dat veel respondenten waarde hechten aan de expertise, geloofwaardigheid en reputatie van de schrijver. De identiteit en professionele achtergrond van de auteur worden door deze groep gezien als cruciale indicatoren van betrouwbaarheid en kwaliteit van het nieuwsartikel.

Het segment dat **"Grammaticale fouten"** vertegenwoordigt, laat zien dat sommige respondenten letten op de schrijfkwaliteit als criterium voor geloofwaardigheid. Fouten in grammatica en spelling kunnen voor hen duiden op een gebrek aan professionaliteit en betrouwbaarheid, wat hun vertrouwen in het nieuwsbericht vermindert.

Het kleinste segment, **"Titel"**, geeft aan dat slechts een kleine groep respondenten de titel als een primair criterium gebruikt om de geloofwaardigheid van nieuws te beoordelen. Hoewel minder belangrijk, kan deze groep toch aandacht besteden aan de titel, vooral als deze misleidend of sensationeel overkomt, wat hun perceptie van de inhoud beïnvloedt.

Samengevat laat Grafiek #25 zien dat respondenten bij het beoordelen van nieuws de meeste waarde hechten aan de herkomst en de auteur van het bericht, terwijl grammaticale fouten en titels minder belangrijk worden gevonden.

Grafiek #25



Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

5.10 Informatiezoekgedrag

Frequentie van het zoeken naar aanvullende informatie

Het staafdiagram hieronder (grafiek #26) laat zien hoe vaak respondenten aanvullende informatie zoeken om de nauwkeurigheid van nieuwsberichten of artikelen te controleren. De grafiek is verdeeld in vier categorieën: "Nooit", "Vaak", "Zeer vaak" en "Altijd".

De meerderheid van de respondenten zoekt regelmatig aanvullende informatie om de nauwkeurigheid van nieuws te controleren. Dit wijst op een sterke betrokkenheid bij deze respondenten om ervoor te zorgen dat de informatie die zij consumeren betrouwbaar en accuraat is, wat wijst op een kritische benadering van mediaconsumptie.

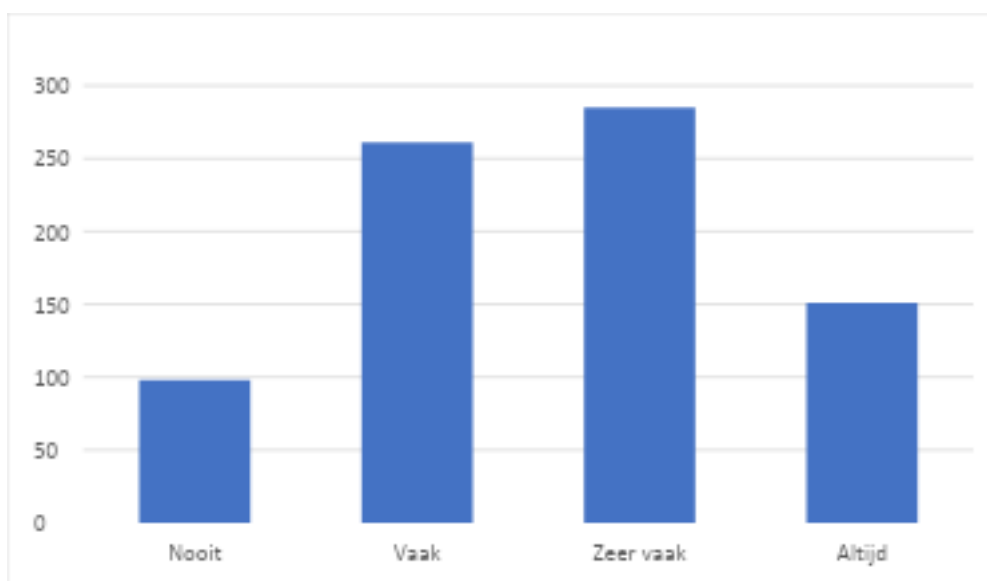


Een aanzienlijk aantal respondenten geeft aan nieuwsberichten consequent te controleren. Deze groep is waarschijnlijk zeer ijverig in het controleren van feiten, wat suggereert dat ze zeer voorzichtig zijn met de informatie die ze vertrouwen en delen, of in ieder geval denken dat ze dat doen.

Slechts een klein deel van de respondenten houdt zich niet bezig met het controleren van de nauwkeurigheid van nieuwsberichten, of ziet zichzelf tenminste zo handelen. Dit suggereert dat de meerderheid van de deelnemers aan dit onderzoek zich op zijn minst enigszins zorgen maakt over de nauwkeurigheid van de informatie die ze tegenkomen.

Algemeen toont grafiek 26 dat de meeste respondenten actief bezig zijn met het controleren van de nauwkeurigheid van nieuws, en dat velen dit vaak of zeer vaak doen. Dit wijst op een hoog niveau van mediageletterdheid onder de respondenten, aangezien zij het belang inzien van het controleren van informatie in een tijdperk waarin desinformatie zich gemakkelijk kan verspreiden.

Grafiek #26



Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

Bronnen waar u aanvullende informatie kunt vinden

Grafiek #27 toont de bronnen waar respondenten doorgaans aanvullende informatie zoeken om de nauwkeurigheid van nieuwsberichten of artikelen te verifiëren, waarbij meerdere keuzes beschikbaar zijn. De respondenten konden kiezen uit vijf categorieën: "Officiële overheidswebsites," "Websites voor feitencontrole," "Betrouwbaar nieuws," "Academische of onderzoekspapers," en "Andere (geef aan welke)."

De populairste bronnen voor verificatie zijn "Websites voor feitencontrole" en "Betrouwbaar nieuws", wat aangeeft dat veel respondenten op deze bronnen vertrouwen om de nauwkeurigheid van informatie te bevestigen. Dit suggereert dat respondenten veel waarde hechten aan gevestigde fact-checking diensten en nieuwsbronnen die zij als betrouwbaar beschouwen.

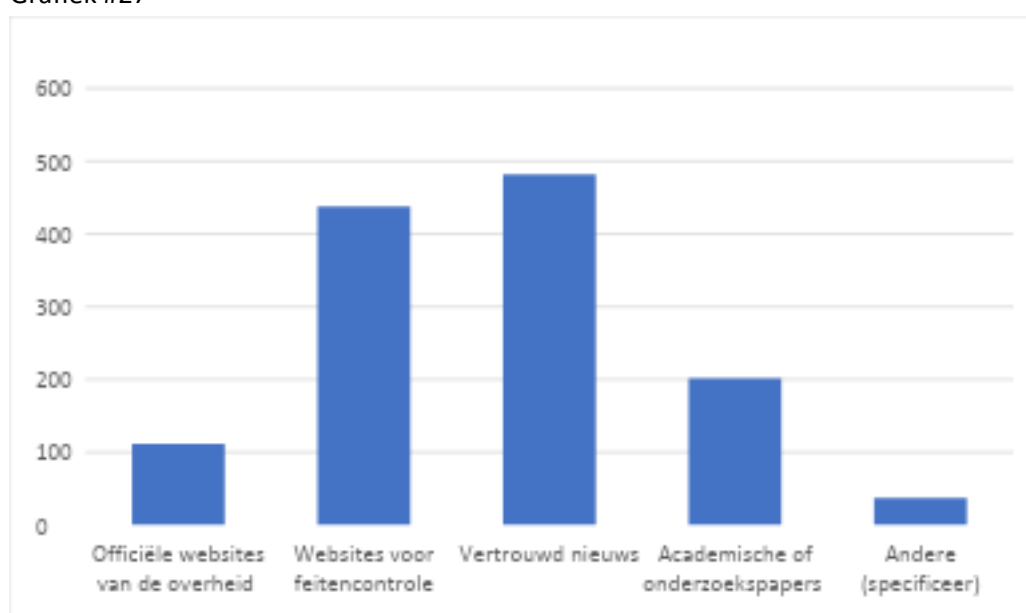
"Academische of onderzoekspapers" worden ook door een aanzienlijk aantal respondenten gebruikt, hoewel minder vaak dan de eerste twee categorieën. Dit suggereert dat sommige personen wetenschappelijke bronnen raadplegen voor meer diepgaande of gespecialiseerde verificatie, wat wijst op een duidelijke voorkeur voor op bewijs gebaseerde en betrouwbare informatie.

De antwoorden op de vraag "Officiële websites van de overheid" geven aan dat minder respondenten deze sites gebruiken om nieuws te verifiëren, misschien vanwege bezorgdheid over vooringenomenheid of toegankelijkheid. Tot slot wordt de categorie "Andere" het minst

gebruikt, wat erop wijst dat sommige respondenten alternatieve methoden of bronnen gebruiken voor verificatie, maar dat deze niet zo gebruikelijk zijn.

Over het algemeen geven de meeste respondenten de voorkeur aan betrouwbare en gevestigde bronnen, zoals fact-checking websites en gerenommeerde nieuwszenders, om de nauwkeurigheid van de informatie die ze tegenkomen te verifiëren. Dit benadrukt een bewuste en kritische benadering van mediaconsumptie, waarbij fact-checking een integraal onderdeel is van hoe zij omgaan met nieuwscontent.

Grafiek #27



Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE

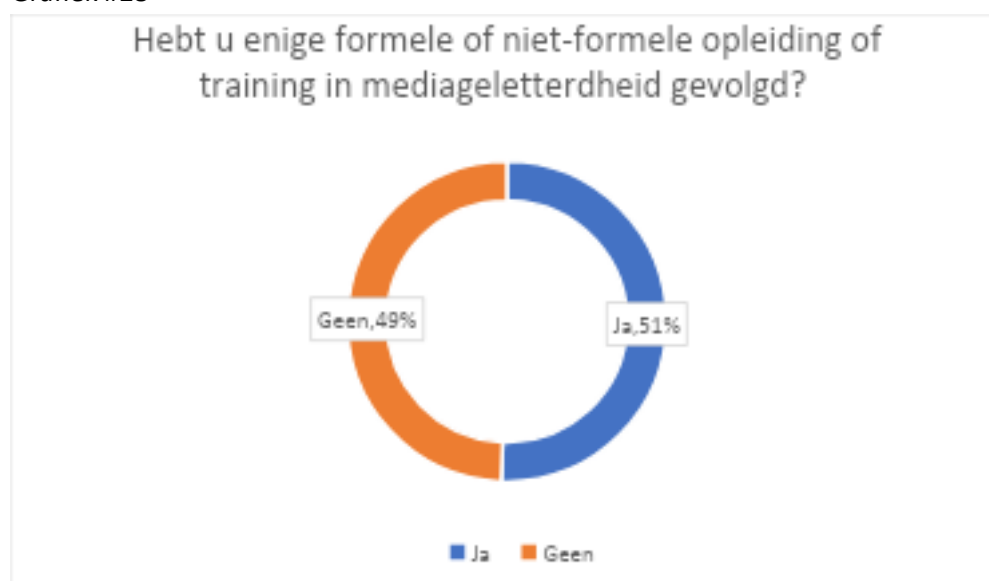
5.11 Mediageletterdheid en -educatie

Het feit dat 51% van de respondenten enige vorm van formele of niet-formele educatie over mediageletterdheid heeft ontvangen, is een positieve indicatie dat het bewustzijn en begrip van mediageletterdheid steeds wijder verbreid raakt. Dit suggereert dat een aanzienlijk deel van de bevolking is uitgerust met de vaardigheden die nodig zijn om de informatie die ze in verschillende media tegenkomen kritisch te analyseren en te evalueren, wat cruciaal is in het huidige digitale tijdperk waarin misinformatie en nepnieuws de boventoon voeren.

Dit betekent echter ook dat bijna de helft van de respondenten, oftewel 49% geen onderwijs in mediageletterdheid heeft gekregen, wat wijst op een leemte die moet worden aangepakt.

Het ontbreken van onderwijs in mediageletterdheid voor deze groep kan hen kwetsbaarder maken voor verkeerde informatie en hen minder in staat stellen om geloofwaardige informatie van onwaarheden te onderscheiden. Dit onderstreept het belang van het uitbreiden van mediageletterdheidsprogramma's om een breder publiek te bereiken, zodat meer mensen voorbereid zijn om effectief door het complexe medialandschap te navigeren. Het uitbreiden van educatieve initiatieven, zowel formeel via scholen als informeel via gemeenschapsprogramma's en online bronnen, kan het vermogen van het publiek om kritisch met media om te gaan aanzienlijk versterken en de impact van verkeerde informatie verminderen. Uit de bevindingen blijkt dat de meerderheid van de respondenten nepnieuws herkent en zich bewust is van de invloed ervan op democratie, persoonlijk leven, gezondheid en andere belangrijke aspecten. Dit suggereert dat mensen hun houding en gedrag ten opzichte van desinformatie kunnen verbeteren, vooral als zij bereid zijn zichzelf te beschermen tegen nepnieuws en bij te dragen aan het voorkomen van de verspreiding ervan. Hoewel er al een zekere mate van bewustzijn bestaat, zou aanvullende training of educatie hen effectiever kunnen maken in het herkennen en bestrijden van desinformatie. Dit biedt niet alleen kansen voor beleidsmakers en educatieve instellingen om gerichte programma's te ontwikkelen, maar opent ook een bredere discussie en ruimte voor verder onderzoek naar manieren om mediageletterdheid en veerkracht tegen desinformatie verder te vergroten.

Grafiek #28



Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

Middelen om mediageletterdheid of kritisch denken te ontwikkelen

Het cirkeldiagram (Grafiek #29) toont de verschillende middelen die respondenten hebben gebruikt om hun mediageletterdheid en kritische denkvaardigheden te ontwikkelen. De

grafiek is verdeeld in meerdere segmenten, die elk een specifieke methode van leren of vaardigheidsontwikkeling vertegenwoordigen.

Het grootste segment vertegenwoordigt respondenten die hebben deelgenomen aan "**Persoonlijke training**", waarbij 119 van de 470 personen deze optie hebben geselecteerd. Dit betekent dat 25% van de respondenten waarde hecht aan directe, interactieve leeromgevingen waar ze in realtime kunnen communiceren met instructeurs en medecursisten.

Het op één na grootste segment, "**Video's kijken**", werd gekozen door 90 respondenten. Dit suggereert dat een aanzienlijk deel van de deelnemers de voorkeur geeft aan visuele en zelfgestuurde leermethoden, die vaak toegankelijker en flexibeler zijn.

Het segment voor "**Online cursussen**", gekozen door 67 respondenten, benadrukt dat veel mensen gebruikmaken van gestructureerde digitale leerplatforms om hun vaardigheden te ontwikkelen.

Het groene segment, dat staat voor respondenten die "**Geen van bovenstaande**" hebben geselecteerd, omvat 72 personen, oftewel 15,3% van de totale groep. Dit wijst erop dat een deel van de deelnemers niet actief bezig is met formele mediageletterdheidstrainingen, of dat zij gebruik maken van informele leermethoden die niet in de grafiek zijn opgenomen.

Het grijze segment, dat staat voor "**Boeken en artikelen lezen**", werd geselecteerd door 32 respondenten, wat erop wijst dat een kleinere groep traditionele tekstgebaseerde leermaterialen prefereert om hun vaardigheden en kennis te vergroten.

Het lichtblauwe segment, dat "**Luisteren naar podcasts**" aangeeft, werd gekozen door 52 respondenten. Dit laat zien dat audio-inhoud, vanwege zijn gemak en toegankelijkheid, een populaire keuze is voor vaardigheidsontwikkeling.

Het kleinste segment, gelabeld "**Andere middelen**", vertegenwoordigt 38 respondenten die mogelijk gebruikmaken van alternatieve methoden die niet binnen de bovengenoemde categorieën vallen.

Over het algemeen toont de grafiek aan dat respondenten een breed scala aan methoden gebruiken om hun mediageletterdheid en kritische denkvaardigheden te verbeteren, met een duidelijke voorkeur voor **persoonlijke training** en **visuele leermaterialen**. Deze diversiteit in leervoorkeuren onderstreept het belang van het aanbieden van een gevarieerd scala aan leermiddelen om tegemoet te komen aan de uiteenlopende behoeften, voorkeuren en leerstijlen van verschillende doelgroepen.

Grafiek #29



Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

Voorkeursindelingen voor leren

Het volgende cirkeldiagram geeft de voorkeursleervormen van de respondenten weer, waarbij meerdere keuzes zijn toegestaan. De grafiek is onderverdeeld in segmenten die de verschillende formaten aangeven waaraan mensen de voorkeur geven bij het uitvoeren van leeractiviteiten.

Het grootste segment, weergegeven in oranje, vertegenwoordigt "Online cursussen", met 308 respondenten die deze optie kozen. Dit wijst erop dat online cursussen de populairste leerformule zijn onder de respondenten, waarschijnlijk vanwege hun flexibiliteit, toegankelijkheid en het gestructureerde karakter dat ze bieden.

Op de voet gevolgd door het blauwe segment, dat aangeeft dat 301 respondenten de voorkeur geven aan "Persoonlijk" leren. Hieruit blijkt een sterke voorkeur voor traditionele klaslokalen, waar directe interactie met docenten en medestudenten mogelijk is, wat een meer boeiende en dynamische leerervaring mogelijk maakt.

Het gele segment vertegenwoordigt "Artikelen", gekozen door 140 respondenten. Dit weerspiegelt de populariteit van visueel leren, waarbij inhoud kan worden geconsumeerd in een eenvoudig format, waardoor complexe onderwerpen vaak begrijpelijker worden.

Het grijze segment geeft aan dat 129 respondenten de voorkeur geven aan leren door middel van "Boeken", wat de blijvende aantrekkingskracht van tekstgebaseerd leren benadrukt, waar diepgaande informatie en gedetailleerde uitleg vaak te vinden zijn.

Het lichtblauwe segment, dat staat voor "Video's", werd geselecteerd door 127 respondenten. Deze keuze geeft aan dat veel respondenten waarde hechten aan beknopte, gerichte inhoud die snel gekeken en begrepen kan worden.

Het kleinste segment wordt gevormd door "Podcasts", met 38 respondenten die de voorkeur geven aan dit formaat. Hoewel deze optie minder populair is dan de andere, toont ze aan dat sommige mensen graag leren via audio-inhoud, die gemakkelijk kan worden beluisterd tijdens activiteiten zoals woon-werkverkeer of sporten.

In het algemeen laat de grafiek zien dat online cursussen en persoonlijk leren de meest geprefereerde formats zijn, maar dat er ook veel interesse is voor video's, boeken en artikelen. Deze diversiteit in voorkeuren benadrukt het belang van het aanbieden van een breed scala aan leerformaten om aan te sluiten bij uiteenlopende leerstijlen en behoeften.

Grafiek #30



Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

Voorkeuren voor onderwerpen in een cursus over mediageletterdheid en kritisch denken

De onderstaande grafiek (grafiek #31) toont de voorkeur van respondenten voor onderwerpen in een cursus die gericht is op het ontwikkelen van mediageletterdheid en kritisch denken. De grafiek presenteert verschillende onderwerpen en laat zien hoeveel respondenten interesse toonden in elk onderwerp.

Het populairste onderwerp is "Hoe nepnieuws en desinformatie herkennen", wat aangeeft dat een groot aantal respondenten graag wil leren hoe ze valse of misleidende informatie kunnen herkennen en vermijden. Dit weerspiegelt de wijdverspreide bezorgdheid over het voorkomen van nepnieuws en de vraag naar hulpmiddelen om dit tegen te gaan.

Het op één na populairste onderwerp is "Hoe krijg ik toegang tot geschikte media en informatie en hoe vind ik deze? Dit suggereert dat respondenten hun vermogen om betrouwbare en relevante informatiebronnen te vinden willen verbeteren, een belangrijk onderdeel van mediageletterdheid.

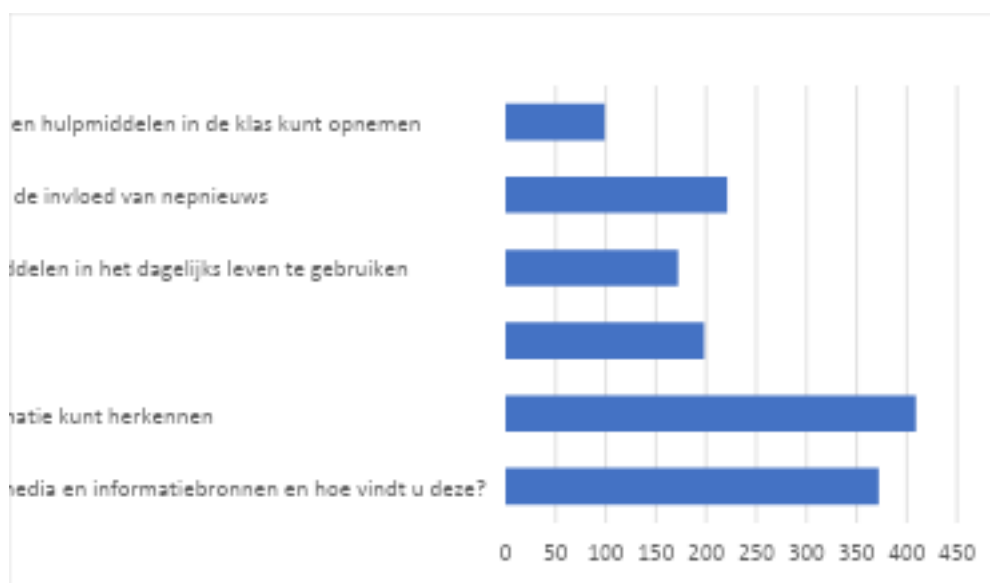
Hierna volgden "Hoe beschermt u zichzelf tegen de invloed ..." en "Hoe beoordeelt u kwaliteitsmedia", die ook veel interesse kregen. Respondenten zijn geïnteresseerd in het ontwikkelen van vaardigheden om de geloofwaardigheid en kwaliteit van media-inhoud te beoordelen, wat essentieel is voor een geïnformeerde mediaconsumptie.

"Hoe media, apps en andere hulpmiddelen te gebruiken in..." en zijn ook opmerkelijk, hoewel minder respondenten deze onderwerpen selecteerden. Deze onderwerpen spreken waarschijnlijk mensen aan die hun praktische vaardigheden in het gebruik van digitale hulpmiddelen willen verbeteren of die zich zorgen maken over de invloed van media op hun persoonlijke beslissingen.

Het minst populaire onderwerp, is "Hoe lesplannen ontwikkelen en ...", wat aangeeft dat minder respondenten geïnteresseerd zijn in deze onderwijsaanpak, mogelijk omdat het meer gespecialiseerd of gericht is op leerkrachten.

Grafiek nummer 30 toont over het geheel genomen een sterke interesse in het ontwikkelen van vaardigheden om verkeerde informatie te identificeren en de kwaliteit van media te beoordelen. Dit benadrukt het cruciale belang van dergelijke vaardigheden in de huidige informatierijke omgeving. Daarnaast weerspiegelt de diversiteit aan gekozen onderwerpen de uiteenlopende behoeften en zorgen van de respondenten op het gebied van mediageletterdheid en kritisch denken.

Grafiek #31



Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

5.12 Bevindingen uit de vragenlijst voor studenten

Wat betreft de enquête onder studenten, de perspectieven van 364 jongeren die ons antwoordden in tien Europese landen van projectpartners, hebben we enkele belangrijke inzichten gekregen, zoals op de volgende pagina's wordt uitgelegd.

Wat is nepnieuws?

Het staafdiagram (Grafiek #32) geeft inzicht in de perceptie van respondenten over wat "nepnieuws" inhoudt. De grafiek is onderverdeeld in drie categorieën, die elk een andere definitie of eigenschap van nepnieuws vertegenwoordigen, zoals door de respondenten werd benoemd.

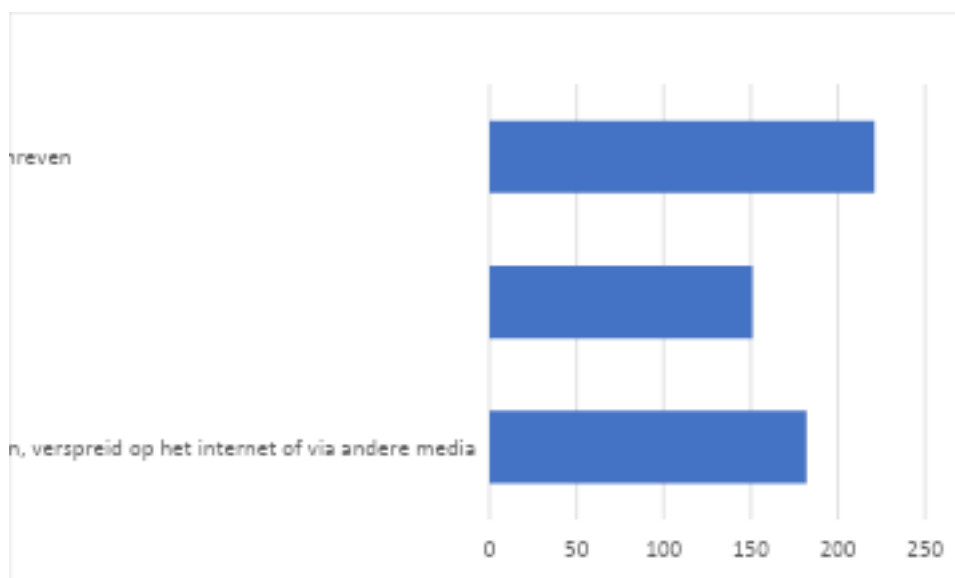
De eerste categorie, "**Nieuws dat opzettelijk onjuist geschreven is**", toont aan dat een aanzienlijk aantal respondenten gelooft dat nepnieuws bestaat uit inhoud die bewust is ontworpen om te misleiden of verkeerde informatie te verstrekken. Dit benadrukt dat opzettelijke misleiding door velen wordt gezien als een kernkenmerk van nepnieuws.

De tweede categorie, "**Nieuws dat vals en verzonnen is**", laat zien dat er brede overeenstemming is onder de respondenten dat nepnieuws volledig verzonden verhalen omvat zonder enige feitelijke basis. Dit wijst erop dat de deelnemers een onderscheid maken tussen onnauwkeurige berichtgeving en volledig gefabriceerd nieuws.

De derde categorie, "**Valse verhalen die nieuws lijken te zijn, verspreid op het internet of via andere media**", benadrukt het bewustzijn van de respondenten over de verspreiding van onjuiste informatie, vooral via digitale platforms en sociale media. Dit geeft aan dat men de rol van het internet als katalysator voor de verspreiding van nepnieuws duidelijk erkent.

Uit Grafiek #32 blijkt dat respondenten een genuanceerd en uitgebreid begrip hebben van nepnieuws, waarbij zij aspecten benadrukken zoals opzettelijke onwaarheden, volledig verzonden verhalen en de verspreiding van dergelijke inhoud via diverse mediakanalen. Deze inzichten tonen aan dat respondenten zich bewust zijn van de verschillende vormen die nepnieuws kan aannemen en de mechanismen die bijdragen aan de verspreiding ervan.

Grafiek #32



Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

Bewustzijn op nepnieuws

De volgende grafiek (#grafiek 33) laat zien hoe respondenten bepalen dat een nieuwsbericht nep is. De grafiek is verdeeld in drie segmenten, die elk een andere methode weergeven die respondenten gebruiken om nepnieuws te identificeren.

Het grootste segment vertegenwoordigt respondenten die vertrouwen op **"Factchecked"** informatie om te bepalen of nieuws nep is. Dit suggereert dat een aanzienlijk aantal respondenten vertrouwen stelt in fact-checkingprocessen en -platforms als een cruciaal middel om de nauwkeurigheid van het nieuws dat ze tegenkomen te verifiëren. Een ander significant segment bestaat uit respondenten die geloven dat nieuws nep is wanneer het is **"afgekeurd door de mainstream media"**. Dit wijst erop dat een groot deel van de respondenten de correctie of afkeuring van nieuwsverhalen door de reguliere media ziet als een belangrijke indicator van onwaarheid.

Het kleinste segment omvat respondenten die hun **"Eigen oordeel"** gebruiken om nepnieuws te herkennen. Hoewel dit de kleinste groep is, laat het zien dat sommige individuen vertrouwen op hun persoonlijke beoordeling of intuïtie bij het bepalen van de geloofwaardigheid van nieuwsberichten.

Over het algemeen leggen de meeste respondenten de nadruk op externe verificatie, zoals fact-checking of de beoordeling door mainstream media, om nepnieuws te identificeren. Een kleinere groep vertrouwt echter op hun eigen oordeel om dit vast te stellen. Deze verdeling

benadrukt het belang van gezaghebbende en betrouwbare bronnen in de strijd tegen onjuiste informatie, terwijl het ook laat zien dat niet iedereen evenveel vertrouwen heeft in hun eigen vermogen om de waarheid van nepnieuws te onderscheiden.

Grafiek #33



Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

Gebruik van sociale mediaplatforms

Het staafdiagram (Grafiek #34) toont het gebruik van verschillende sociale mediaplatforms onder respondenten. Elk platform staat op de verticale as, met het aantal gebruikers op de horizontale as.

De populairste platforms onder de respondenten zijn TikTok, Instagram en WhatsApp, met elk hoge gebruiksniveaus. TikTok en Instagram zijn bijzonder prominent, met balken die het verst naar rechts reiken, wat aangeeft dat deze platforms door een groot deel van de respondenten worden gebruikt. WhatsApp vertoont ook een aanzienlijk gebruik, wat zijn populariteit als berichtenplatform weerspiegelt.

Facebook wordt nog steeds veel gebruikt, maar het gebruik is iets lager in vergelijking met TikTok en Instagram, wat erop wijst dat het weliswaar een belangrijk platform blijft, maar dat het misschien populairder is onder andere demografische groepen of voor andere doeleinden.

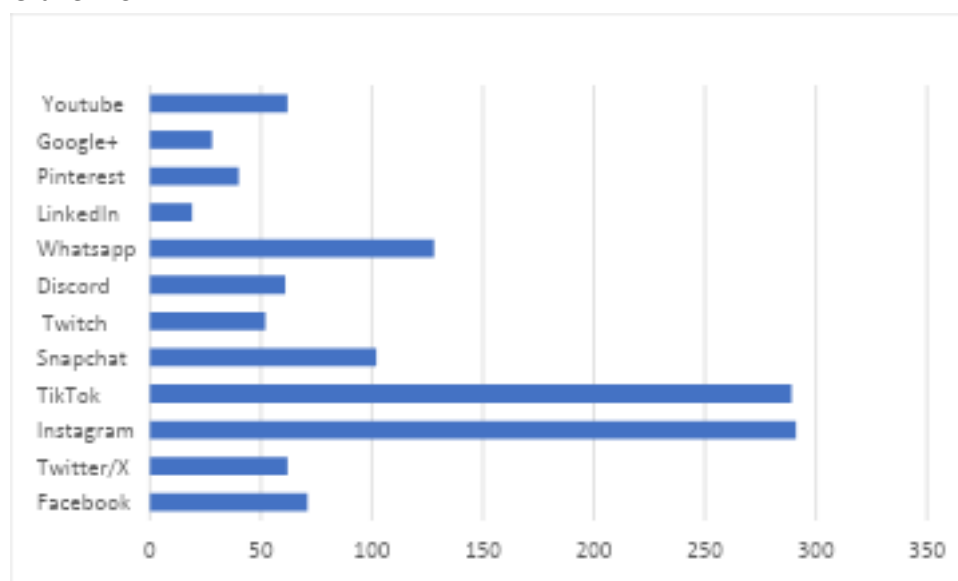
Andere platforms zoals YouTube, Snapchat en Twitter/X laten ook een aanzienlijk gebruik zien, hoewel minder dan de toonaangevende platforms. Dit suggereert dat deze platforms

weliswaar populair zijn, maar niet zo veel gebruikt worden als TikTok, Instagram en WhatsApp onder de deelnemers aan het onderzoek.

Minder vaak gebruikte platforms zijn Google+, Pinterest, LinkedIn, Discord en Twitch, met veel kortere balken die duiden op een lagere mate van betrokkenheid. Deze platforms richten zich mogelijk op een meer niche-publiek of specifieke doeleinden die de bredere respondentenbasis niet aanspreken.

Over het geheel genomen laat de grafiek zien dat TikTok, Instagram en WhatsApp de dominante sociale mediaplatforms zijn onder de respondenten, wat een weerspiegeling is van bredere trends in het gebruik van sociale media waar visuele inhoud en messaging-apps een centrale rol spelen in de dagelijkse communicatie en consumptie van inhoud.

Grafiek #34



Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

Nieuwsbronnen

De meest gebruikte nieuwsbron onder de respondenten is "**Sociale media**", met een aanzienlijk hoger aantal gebruikers in vergelijking met andere kanalen. Dit wijst erop dat sociale mediaplatforms een dominante rol spelen in de manier waarop respondenten nieuws consumeren, waarschijnlijk vanwege het gemak, de snelheid en de gepersonaliseerde toegang die deze platforms bieden.

"**Online bronnen**", zoals nieuwswebsites en apps, staan op de tweede plaats, hoewel ze door beduidend minder respondenten worden gebruikt dan sociale media. Dit suggereert dat traditionele online nieuwsplatforms nog steeds een belangrijke rol spelen, maar dat ze qua populariteit worden overtroffen door de toegankelijkheid en interactiviteit van sociale media.

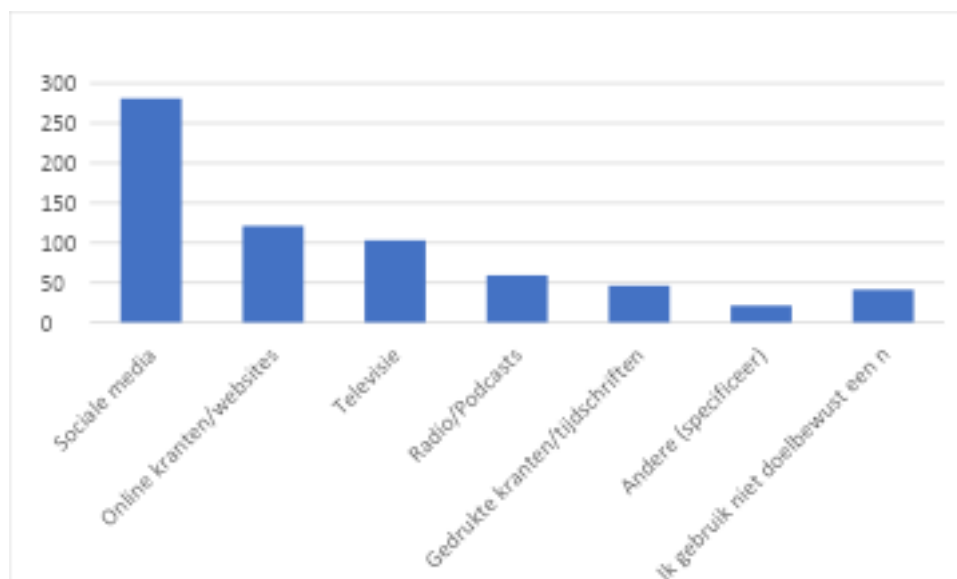
"Televisie" en "Radio/podcasts" worden ook gebruikt als nieuwsbronnen, zij het in mindere mate. Deze traditionele mediakanalen zijn nog steeds relevant, vooral voor degenen die de voorkeur geven aan meer gestructureerde of auditieve vormen van nieuwsconsumptie.

"Gedrukte" nieuwsbronnen, zoals kranten en tijdschriften, behoren tot de minst gebruikte kanalen, wat wijst op een verschuiving van gedrukte media naar digitale platforms. Deze daling komt overeen met bredere trends in mediaconsumptie waar digitale toegang meer overheersend is.

De categorie "Andere", met antwoorden waarin deelnemers alternatieve nieuwsbronnen opgaven, en de categorie "Ik zoek niet doelbewust naar nieuws" zijn beide minimaal vertegenwoordigd. Dit suggereert dat de meeste respondenten zich actief bezighouden met nieuws via specifieke kanalen, in plaats van er passief mee in aanraking te komen of te vertrouwen op minder conventionele bronnen.

Over het algemeen is de dominante rol van sociale media in de nieuwsconsumptie onder respondenten duidelijk, gevolgd door traditionele onlinebronnen en televisie, terwijl gedrukte media aanzienlijk minder worden gebruikt. Dit benadrukt het groeiende belang van digitale platforms in de manier waarop mensen op de hoogte blijven van informatie.

Grafiek #35



Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

Bekendheid met het ontmoeten van nepnieuws in het verleden

Het taartdiagram (grafiek #36) illustreert de mate waarin respondenten zich bewust zijn van het feit dat ze met nepnieuws of opzettelijk misleidende informatie in aanraking zijn gekomen. Er werden drie alternatieve antwoorden voorgesteld aan de respondenten: "Ja (geef aan welke soort)," "Nee," en "Ik weet het niet zeker."

Het grootste segment bestaat uit respondenten die "Ik weet het niet zeker" hebben geselecteerd. Dit geeft aan dat een aanzienlijk deel van de respondenten niet zeker weet of ze met nepnieuws of misleidende informatie te maken hebben gehad, wat wijst op mogelijke problemen bij het identificeren van dergelijke inhoud of een gebrek aan vertrouwen in hun vermogen om deze te onderscheiden.

Het op één na grootste segment toont respondenten die "Ja" antwoordden en erkenden dat ze voorbeelden van nepnieuws of misleidende informatie hebben gezien. Dit suggereert dat veel respondenten zich bewust zijn van de aanwezigheid van onjuiste informatie in de media die ze consumeren en daar mogelijk specifieke voorbeelden van herkennen.

Het kleinste segment zijn degenen die "Nee" hebben geantwoord, wat betekent dat ze geen nepnieuws of opzettelijk misleidende informatie zijn tegengekomen. Dit kan een uiting zijn van zowel de overtuiging dat de bronnen waarmee ze werken betrouwbaar zijn of als dat zij niet blootgesteld zijn aan dergelijke inhoud.

Grafiek #36



Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

Frequentie van het tegenkomen van nepnieuws

Studenten zijn echter niet volledig overtuigd dat ze vaak te maken hebben met nepnieuws en desinformatie.

De grootste balk vertegenwoordigt de categorie "**Bijna nooit**", wat aangeeft dat de meerderheid van de respondenten zelden nepnieuws tegenkomt. Dit suggereert dat de meeste deelnemers ofwel geloven dat ze weinig worden blootgesteld aan nepnieuws of vertrouwen hebben in hun vermogen om het te vermijden.

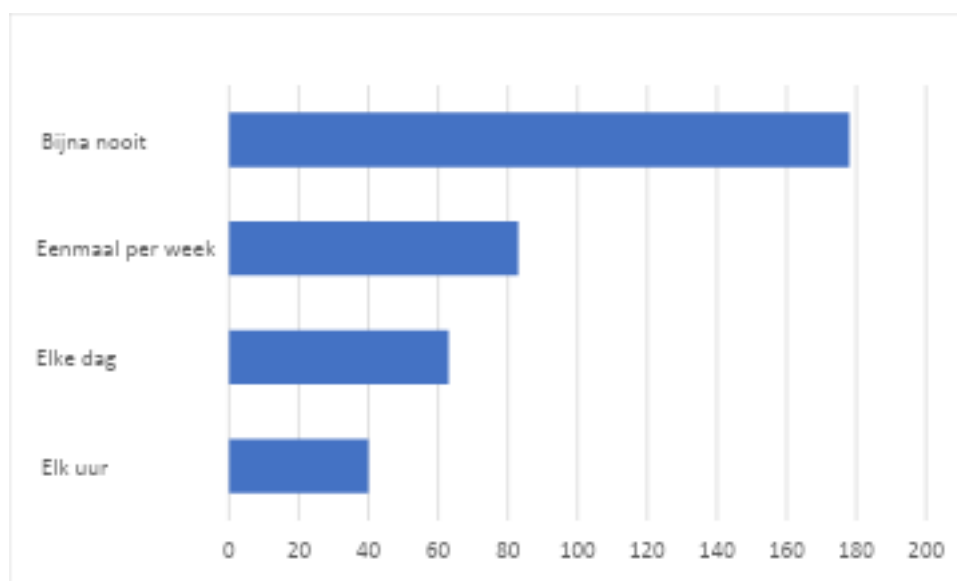
De categorie "**Eén keer per week**" toont aan dat een gematigd aantal respondenten wekelijks met nepnieuws in aanraking komt. Dit wijst op een meer regelmatige, maar nog steeds beperkte mate van blootstelling aan onjuiste informatie.

Bij de categorie "**Elke dag**" is het aantal respondenten kleiner, wat aangeeft dat minder mensen dagelijks worden geconfronteerd met nepnieuws. Deze groep kan meer betrokken zijn bij media of sociale platforms waar desinformatie vaker voorkomt.

De categorie "**Elk uur**" omvat slechts een klein aantal respondenten, wat wijst op een zeer frequente blootstelling aan nepnieuws. Dit zouden individuen kunnen zijn die bijzonder actief zijn op sociale media of andere online platforms waar desinformatie snel circuleert.

Hoewel sommige respondenten aangeven regelmatig met nepnieuws in aanraking te komen, geeft de meerderheid aan dat dit zelden het geval is. Dit weerspiegelt de uiteenlopende ervaringen van individuen met betrekking tot blootstelling aan onjuiste informatie en suggereert dat, hoewel nepnieuws een erkend probleem is, het voor de meeste mensen niet voortdurend aanwezig lijkt te zijn.

Grafiek #37



Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

Vrienden of familieleden die nepnieuws delen

De staafgrafiek (grafiek #38) toont de antwoorden van respondenten op de vraag of ze vrienden of familie hebben die opzettelijk nepnieuws hebben gedeeld. De antwoorden zijn onderverdeeld in drie opties: "Ja", "Nee" en "Ik weet het niet zeker".

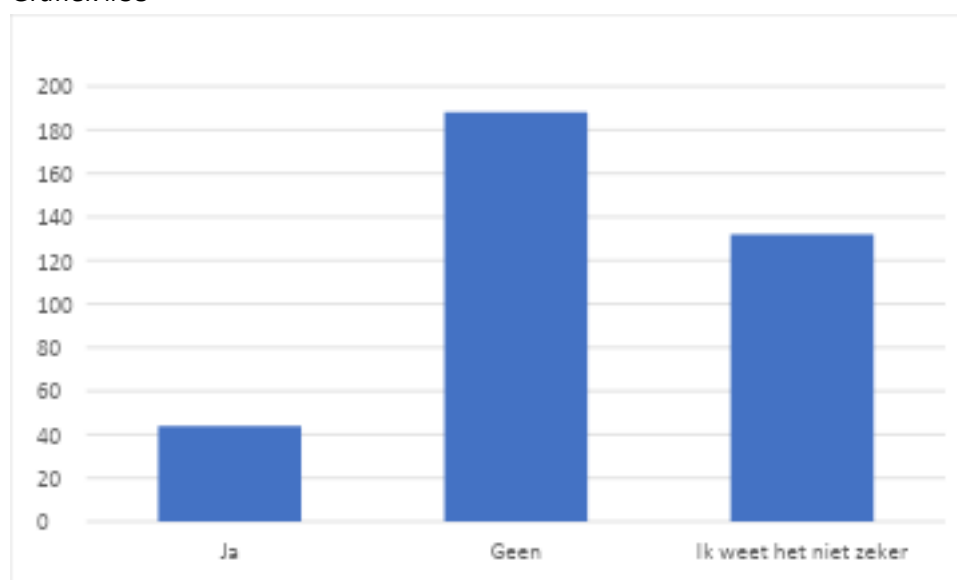
De meeste antwoorden vallen in de categorie "Nee", wat aangeeft dat de meerderheid van de respondenten van mening is dat hun vrienden of familieleden niet opzettelijk nepnieuws hebben gedeeld. Dit wijst op een algemeen vertrouwen onder de respondenten dat hun naasten zich niet bezighouden met de opzettelijke verspreiding van onjuiste informatie.

De categorie "Ik weet het niet zeker" geeft aan dat een aanzienlijk deel van de respondenten niet zeker weet of hun vrienden of familieleden opzettelijk nepnieuws hebben gedeeld. Deze onzekerheid zou een weerspiegeling kunnen zijn van de moeilijkheid om de bedoelingen van anderen te onderscheiden of van een gebrek aan bewustzijn over de inhoud die door hun omgeving wordt gedeeld.

"Ja" categorie, waaruit blijkt dat een kleiner aantal respondenten denkt vrienden of familieleden te hebben die opzettelijk nepnieuws hebben gedeeld. Hoewel deze groep het kleinst is, laat het toch zien dat het opzettelijk verspreiden van onjuiste informatie een punt van zorg is voor sommige individuen.

Over het algemeen vertrouwen de meeste respondenten erop dat hun sociale kringen niet opzettelijk nepnieuws verspreiden, maar er is nog steeds een aanzienlijke mate van onzekerheid en enige bezorgdheid over opzettelijke verkeerde informatie binnen persoonlijke netwerken.

Grafiek #38



Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

Ervaring met het signaleren van nepnieuws

Het taartdiagram (Grafiek #39) toont de ervaringen van respondenten met het signaleren van nepnieuws of met het kennen van iemand die dit heeft gedaan. De vraag bood twee antwoordopties: "Ja" en "Nee".

Het grootste segment vertegenwoordigt respondenten die "Nee" hebben geantwoord, wat aangeeft dat de meerderheid van de deelnemers zelf geen nepnieuws heeft gesignaleerd of niemand kent die dat heeft gedaan. Dit suggereert dat, hoewel het bewustzijn van nepnieuws mogelijk hoog is, er minder actie wordt ondernomen om het te markeren of te melden. Dit gebrek aan actie kan wijzen op een gebrek aan middelen, kennis of motivatie om nepnieuws actief te bestrijden.

Het kleinere segment omvat respondenten die "Ja" hebben geantwoord, wat aangeeft dat een kleiner deel van de deelnemers nepnieuws heeft gemarkeerd of iemand kent die dat heeft gedaan. Dit weerspiegelt een proactieve houding van sommige individuen in de strijd tegen desinformatie, hoewel het gedrag in deze groep minder vaak voorkomt.

De resultaten laten zien dat, hoewel sommige respondenten zich inspannen om nepnieuws te identificeren en te melden, de meerderheid niet actief betrokken lijkt te zijn bij het markeren van onjuiste informatie. Dit kan wijzen op een behoefte aan meer bewustwordingscampagnes, training of gebruiksvriendelijke tools die mensen aanmoedigen en in staat stellen om actie te ondernemen tegen nepnieuws.

Grafiek #39



Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

Omgeving waar nepnieuws wordt besproken

De volgende staafgrafiek (Grafiek #40) toont de verschillende contexten waarin respondenten het onderwerp nepnieuws hebben besproken. De grafiek is onderverdeeld in meerdere categorieën: **"Op school"**, **"Met vrienden"**, **"Met de familie"**, **"Op het werk"**, **"Andere plaatsen"**, en **"Ik heb het niet over nepnieuws gehad"**.

De grootste groep vertegenwoordigt discussies die hebben plaatsgevonden **"Op school"**, wat aangeeft dat onderwijsomgevingen de meest voorkomende setting zijn voor gesprekken over nepnieuws. Dit suggereert dat scholen een belangrijke rol spelen in het onder de aandacht brengen van dit onderwerp, mogelijk door mediageletterdheidsprogramma's of gerelateerde klasdiscussies.

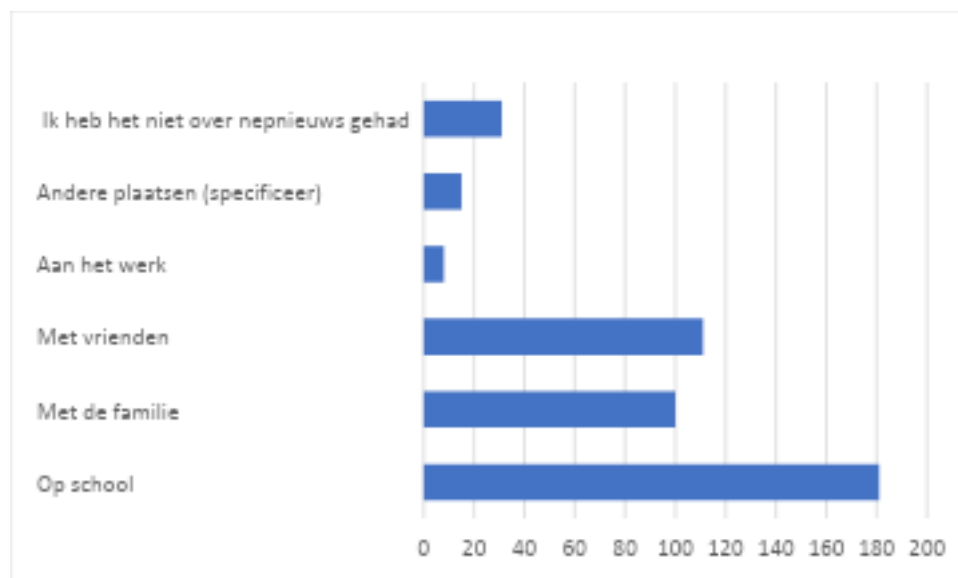
De op één na meest genoemde contexten zijn **"Met vrienden"** en **"Met de familie"**, beide met een aanzienlijk bereik. Dit wijst erop dat veel respondenten nepnieuws ook in hun persoonlijke en sociale kringen bespreken. Het benadrukt de relevantie van het onderwerp in dagelijkse gesprekken en de rol van vrienden en familie bij het vergroten van het bewustzijn en begrip rondom desinformatie.

De categorie **"Op het werk"** heeft een kortere balk, wat aangeeft dat discussies over nepnieuws in professionele omgevingen minder vaak voorkomen. Dit kan erop wijzen dat nepnieuws minder prioriteit heeft op de werkvloer, of dat het minder relevant wordt geacht in die context. Aangezien de vragenlijst gericht was op minderjarigen, waarvan velen nog niet werkzaam zijn, is het logisch dat slechts een klein percentage van de respondenten deze categorie selecteerde.

De categorieën **"Andere plaatsen"** en **"Ik heb het niet over nepnieuws gehad"** hebben de kortste balken. Dit wijst erop dat slechts een klein aantal respondenten nepnieuws op niet nader genoemde plaatsen heeft besproken, terwijl een nog kleinere groep aangaf dat ze het onderwerp helemaal niet hebben besproken.

Over het algemeen toont de grafiek aan dat nepnieuws een veelbesproken onderwerp is, met name in onderwijsomgevingen en in gesprekken met vrienden en familie. Dit onderstreept het belang van zowel formele als informele settings bij het bevorderen van bewustzijn en begrip van desinformatie.

Grafiek #40



Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

Bewustwording in het omgaan met nepnieuws

De volgende grafiek (grafiek #41) illustreert de perceptie van respondenten of ze voldoende geleerd hebben om met nepnieuws om te gaan. Drie mogelijke antwoorden zijn "Ja", "Nee" en "Weet niet zeker".

Het grootste segment bestaat uit respondenten die "Nee" hebben geantwoord, wat aangeeft dat een aanzienlijk deel van de deelnemers vindt dat ze niet voldoende zijn voorgelicht of opgeleid over het omgaan met nepnieuws. Dit wijst op een waargenomen leemte in de media-educatie en een behoefte aan uitgebreidere training of hulpmiddelen om mensen uit te rusten met de nodige vaardigheden om onjuiste informatie te herkennen en tegen te gaan.

Het antwoord "**Weet niet zeker**" wijst op onzekerheid bij een aanzienlijk aantal respondenten over de vraag of zij voldoende onderwijs over het onderwerp hebben ontvangen. Dit kan erop duiden dat zij twijfelen aan hun vaardigheden om effectief met nepnieuws om te gaan of dat er onduidelijkheid bestaat over wat een adequate voorbereiding op dit gebied precies inhoudt.

Het kleinste segment bestaat uit respondenten die "Ja" hebben geantwoord, wat betekent dat ze geloven dat ze voldoende hebben geleerd om met nepnieuws om te gaan. Hoewel deze groep kleiner is, blijkt hieruit toch dat sommige deelnemers vertrouwen hebben in hun vermogen om kritisch door informatie te navigeren en deze te beoordelen, waarschijnlijk dankzij een eerdere opleiding of persoonlijke ervaring.

Grafiek #41



Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

Perceptie van de impact van nepnieuws op het leven van studenten

Studenten lijken echter te geloven dat ze niet misleid worden door nepnieuws en dat ze er ook geen slachtoffer van zijn.

Het staafdiagram illustreert de mening van respondenten over de mate waarin zij geloven dat nepnieuws hun gedrag en dat van hun vrienden beïnvloedt, aan de hand van een schaal van 1 (geen invloed) tot 5 (aanzienlijke invloed).

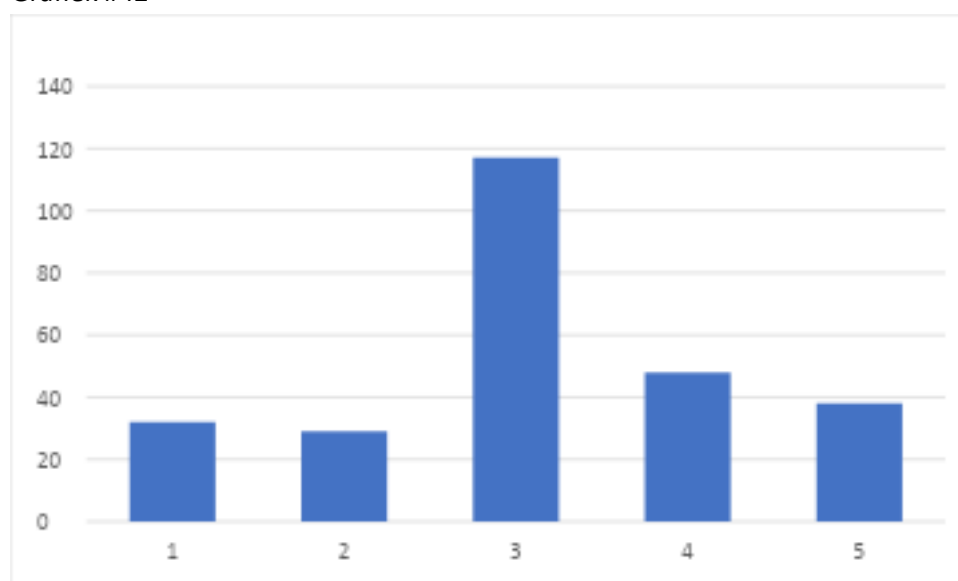
De meest opvallende balk bevindt zich op niveau 3, wat aangeeft dat de meerderheid van de respondenten van mening is dat nepnieuws een matige invloed heeft op zowel hun eigen gedrag als dat van hun vrienden. Dit suggereert dat respondenten weliswaar de invloed van nepnieuws erkennen, maar deze niet zien als een positieve of negatieve invloed.

Niveau 4 en 5, die hogere impactniveaus vertegenwoordigen, zijn korter maar nog steeds significant. Dit geeft aan dat een aanzienlijk deel van de respondenten van mening is dat nepnieuws een sterke invloed heeft op hun eigen gedrag of dat van hun vrienden, wat de bezorgdheid over de overtuigingskracht van onjuiste informatie weerspiegelt.

Niveau 1 en 2, die de onderkant van de impactschaal vertegenwoordigen, laten zien dat minder respondenten geloven dat nepnieuws weinig tot geen invloed heeft op gedrag. Dit suggereert dat sommige mensen zich immuun voelen voor de effecten van nepnieuws, maar dat ze in de minderheid zijn.

Over het algemeen erkennen de meeste respondenten dat nepnieuws op zijn minst een matige invloed heeft op hun gedrag, en een aanzienlijk aantal erkent een sterkere invloed. Dit wijst op een bewustzijn van de alomtegenwoordigheid van nepnieuws en de invloed die het kan hebben op percepties en gedragingen binnen sociale kringen.

Grafiek #42



Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

Betrouwbaarheid van sociale media als nieuwsbron

Het staafdiagram in grafiek nummer 43 geeft een overzicht van hoe leerlingen de betrouwbaarheid van sociale media als nieuwsbron beoordeelden, met beoordelingen van 1 (minst betrouwbaar) tot 4 (meest betrouwbaar).

Het hoogste aantal studenten beoordeelde sociale media op niveau 3, wat aangeeft dat een aanzienlijk deel van de respondenten sociale media maar matig betrouwbaar vindt. Dit suggereert dat studenten weliswaar betrouwbare informatie vinden op sociale media, maar dat ze voorzichtig blijven en het niet volledig vertrouwen als primaire nieuwsbron.

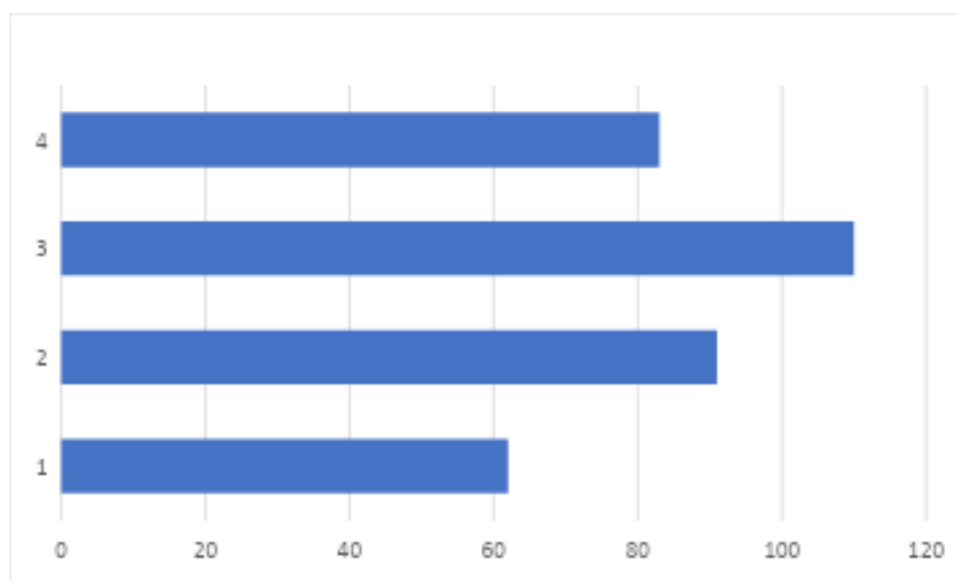
Niveau 4, dat het hoogste niveau van vertrouwen vertegenwoordigt, heeft ook een aanzienlijk aantal antwoorden, waaruit blijkt dat veel leerlingen sociale media als een betrouwbare bron beschouwen. Dit kan erop wijzen dat sommige leerlingen vertrouwen hebben in de specifieke bronnen die ze volgen op deze platforms of geloven in de authenticiteit van door gebruikers gegenereerde inhoud.

Niveau 2, dat wijst op een lager niveau van vertrouwen, heeft ook een opmerkelijk aantal antwoorden. Dit suggereert dat een aanzienlijke groep studenten sceptisch staat tegenover sociale media, mogelijk door het voorkomen van verkeerde informatie of door de wisselende geloofwaardigheid van de inhoud die op deze platforms wordt gedeeld.

Het minste aantal studenten beoordeelde sociale media op niveau 1, wat aangeeft dat een kleiner deel van de respondenten sociale media de minst betrouwbare nieuwsbron vindt. Hoewel deze groep kleiner is, benadrukt het de aanwezigheid van sterke scepsis onder sommige studenten over de betrouwbaarheid van informatie op sociale media.

Over het geheel genomen, zien we een gemengde perceptie van de betrouwbaarheid van sociale media onder studenten, met een tendens naar gematigd vertrouwen, maar ook een stuk scepsis.

Grafiek #43



Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

Betrouwbaarheid van online kranten en websites als nieuwsbronnen

Grafiek 44 laat zien hoe studenten de betrouwbaarheid van online kranten en websites als nieuwsbronnen beoordeelden, met beoordelingen van 1 (minst betrouwbaar) tot 5 (meest betrouwbaar).

De meeste leerlingen beoordeelden onlinekranten en -websites op niveau 4 en 3, waarbij niveau 4 de meeste antwoorden kreeg. Dit suggereert dat een aanzienlijk deel van de leerlingen deze bronnen als betrouwbaar beschouwt, waarschijnlijk vanwege de gevestigde reputatie van veel online nieuwsplatforms en de professionele journalistieke normen die zij hanteren.

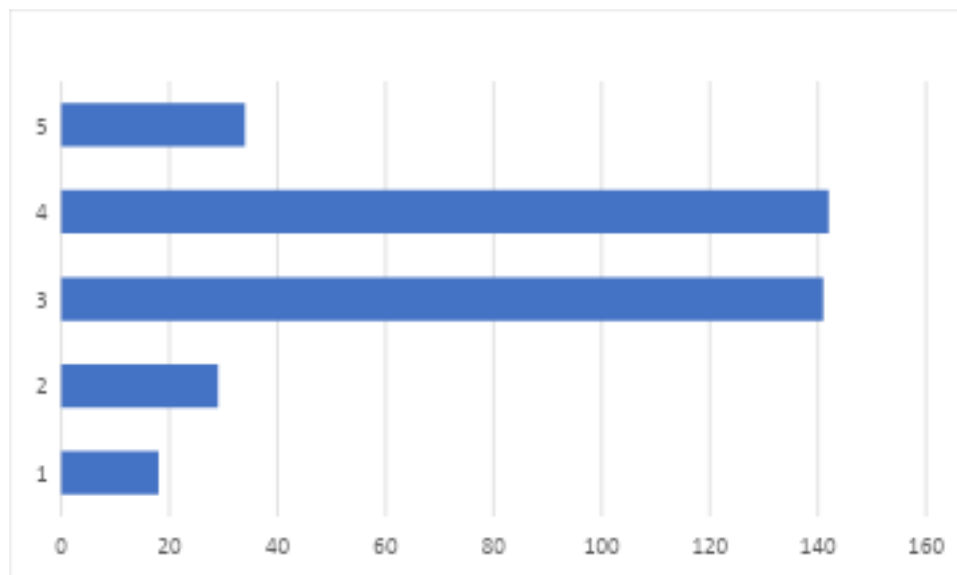
Niveau 3, dat ook hoog gewaardeerd wordt, geeft aan dat veel leerlingen online kranten en websites als matig betrouwbaar beschouwen. Dit weerspiegelt een zekere mate van vertrouwen, maar suggereert ook dat leerlingen deze bronnen nog steeds met enige voorzichtigheid benaderen, mogelijk door bezorgdheid over vooroordelen of de snelheid waarmee nieuws online wordt gepubliceerd.

Niveau 2 heeft minder antwoorden, wat erop wijst dat sommige leerlingen sceptisch staan tegenover onlinekranten en -websites en misschien hun nauwkeurigheid of objectiviteit in twijfel trekken.

Niveau 1, de beoordeling voor het minst vertrouwen, heeft de minste antwoorden, waaruit blijkt dat een klein deel van de studenten zeer weinig vertrouwen heeft in online kranten en

websites. Dit kan te maken hebben met bezorgdheid over sensatiezucht, clickbait of specifieke ervaringen met onbetrouwbare online nieuwsbronnen.

Grafiek #44



Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

Betrouwbaarheid van televisie als nieuwsbron

Zoals te zien is in grafiek #45, beoordeelden de meeste studenten televisie op niveau 4, wat aangeeft dat veel studenten televisie als een redelijk betrouwbare nieuwsbron beschouwen. Dit suggereert dat ondanks de opkomst van digitale media, televisie een gerespecteerde en betrouwbare informatiebron blijft voor een aanzienlijk deel van de studentenpopulatie.

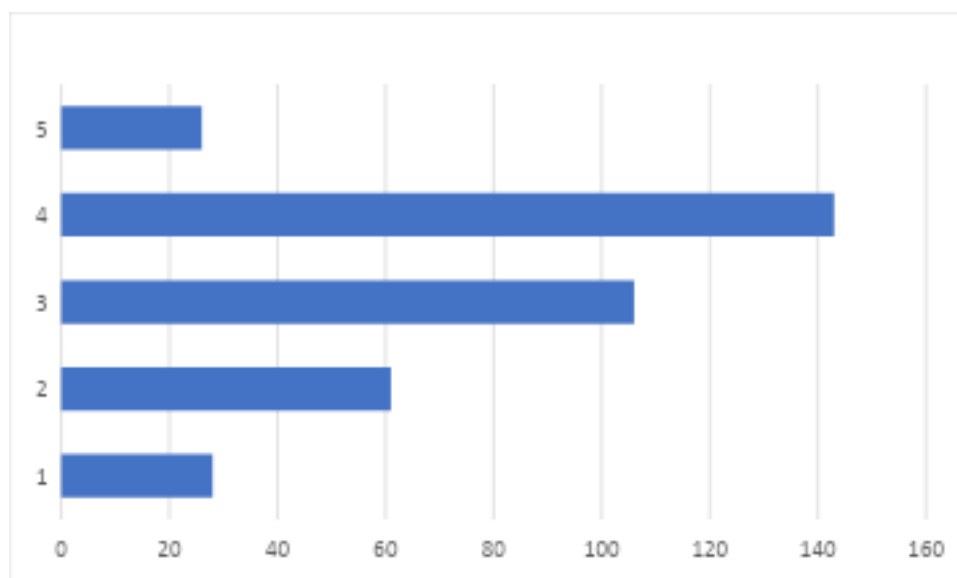
Niveau 3 kreeg ook een aanzienlijk aantal antwoorden, waaruit blijkt dat veel leerlingen televisie als matig betrouwbaar beschouwen. Dit suggereert dat, hoewel televisie over het algemeen vertrouwd wordt, sommige leerlingen er toch voorzichtig mee omgaan, mogelijk door bezorgdheden over vooroordelen of sensatiezucht.

Niveau 2 heeft minder antwoorden, wat erop wijst dat sommige leerlingen sceptisch zijn over de betrouwbaarheid van het televisienieuws, en misschien twijfelen aan de nauwkeurigheid of objectiviteit van de inhoud die ze op tv zien.

Niveau 1, de minst betrouwbare beoordeling, heeft de minste antwoorden, waaruit blijkt dat slechts een klein deel van de studenten zeer weinig vertrouwen heeft in televisie als nieuwsbron. Dit kan te maken hebben met bezorgdheid over sensatiezucht, vermeende vooringenomenheid of specifieke negatieve ervaringen met het televisienieuws.

Niveau 5, dat het hoogste niveau van vertrouwen vertegenwoordigt, heeft ook een kleiner aantal antwoorden, wat aangeeft dat slechts een minderheid van de studenten volledig vertrouwen heeft in televisie als nieuwsbron.

Grafiek #45



Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

Betrouwbaarheid van radio als nieuwsbron

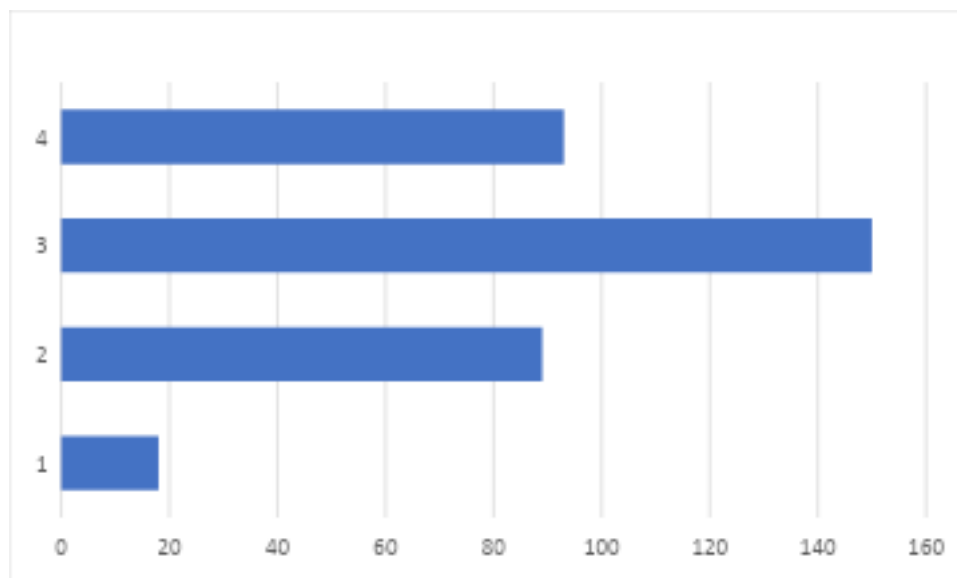
Zoals grafiek #46 laat zien, beoordeelden de meeste studenten radio op niveau 3, wat aangeeft dat veel studenten radio als matig betrouwbaar beschouwen. Dit suggereert dat, hoewel studenten over het algemeen vertrouwen hebben in radio als nieuwsbron, ze radio nog steeds met enige voorzichtigheid benaderen, mogelijk door bezorgdheid over de kwaliteit of objectiviteit van de inhoud.

Niveau 4 heeft ook een aanzienlijk aantal antwoorden, waaruit blijkt dat een aanzienlijk deel van de studenten radio een betrouwbare nieuwsbron vindt. Dit wijst erop dat radio door veel studenten nog steeds als een betrouwbaar medium voor nieuwsverspreiding wordt beschouwd.

Niveau 2 heeft minder antwoorden, wat erop wijst dat sommige leerlingen sceptisch zijn over de betrouwbaarheid van radio, en mogelijk twijfelen aan de relevantie of nauwkeurigheid van de inhoud.

Niveau 1, de minst betrouwbare beoordeling, heeft de minste antwoorden, waaruit blijkt dat slechts een klein deel van de studenten zeer weinig vertrouwen heeft in radio als nieuwsbron. Het antwoord van deze groep kan te wijten zijn aan specifieke negatieve ervaringen of een algemene voorkeur voor andere media.

Grafiek #46



Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

Betrouwbaarheid van gedrukte kranten en tijdschriften als nieuwsbronnen

Het hoogste aantal leerlingen beoordeelde gedrukte kranten en tijdschriften op niveau 3, wat aangeeft dat een aanzienlijk deel van de leerlingen deze bronnen als matig betrouwbaar beschouwt, zoals blijkt uit grafiek #47. Dit suggereert dat gedrukte media over het algemeen gerespecteerd worden, maar dat leerlingen toch voorzichtig zijn en er niet volledig op vertrouwen als hun primaire nieuwsbron. Dit suggereert dat, hoewel gedrukte media over het algemeen gerespecteerd worden, studenten toch voorzichtig zijn en er niet volledig op vertrouwen als hun primaire nieuwsbron.

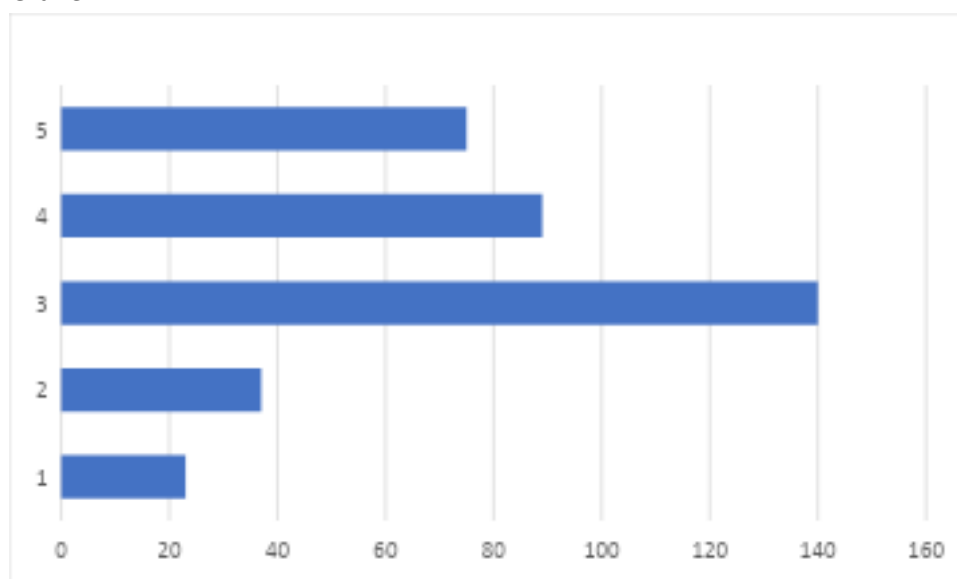
Niveau 4 kreeg ook een aanzienlijk aantal antwoorden, waaruit blijkt dat veel leerlingen gedrukte kranten en tijdschriften als betrouwbaar beschouwen. Dit wijst op een groot vertrouwen in het vermogen van de traditionele media om betrouwbare en nauwkeurige informatie te verstrekken.

Niveau 5, het hoogste niveau van betrouwbaarheid, heeft een opmerkelijk aantal antwoorden, wat aangeeft dat een kleinere maar significante groep studenten gedrukte

kranten en tijdschriften volledig vertrouwt als hun nieuwsbronnen. Dit kan worden toegeschreven aan de waargenomen grondigheid en redactionele normen van gedrukte journalistiek.

Niveau 2 en 1, die lagere niveaus van vertrouwen vertegenwoordigen, hebben minder antwoorden. Dit suggereert dat sommige studenten sceptisch zijn over gedrukte media en deze als minder betrouwbaar beschouwen, maar dat ze in de minderheid zijn.

Grafiek #47



Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

Leeftijd

De volgende staafgrafiek (grafiek #48) toont de verdeling van respondenten over drie verschillende leeftijdsgroepen: 12-15 jaar, 16-18 jaar, en 18+ jaar.

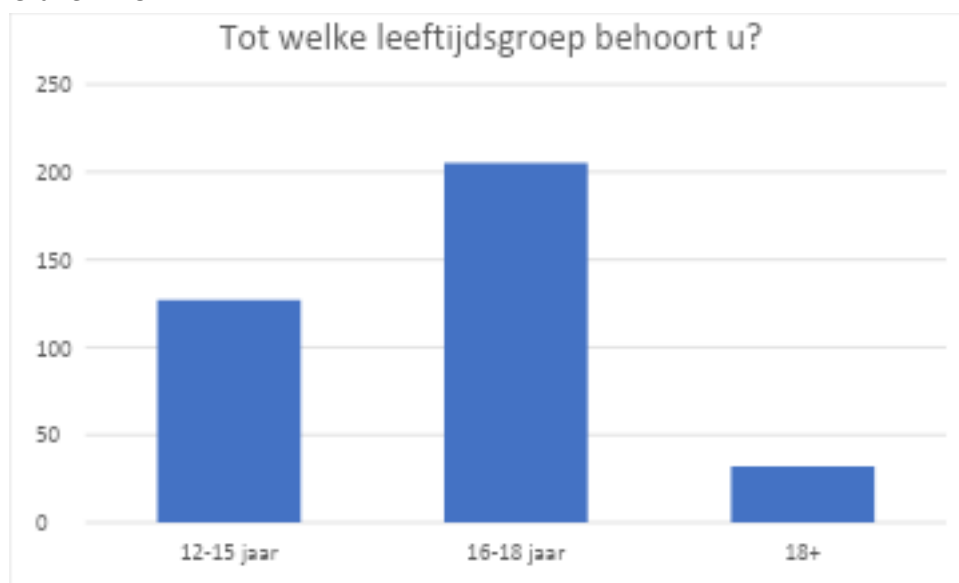
De meeste respondenten vallen in de 16-18 jaar, zoals aangegeven door de hoogste balk. Dit suggereert dat de enquête voornamelijk werd ingevuld door personen in deze leeftijdsgroep, waardoor het de meest vertegenwoordigde demografische groep in het onderzoek is.

De op één na grootste groep is de leeftijdscategorie 12-15 jaar, waaruit blijkt dat ook een aanzienlijk aantal jongere adolescenten aan het onderzoek heeft deelgenomen. Deze groep is weliswaar kleiner dan de categorie 16-18 jaar, maar vertegenwoordigt nog steeds een aanzienlijk deel van de respondenten.

De kleinste balk vertegenwoordigt de leeftijdsgroep 18+, wat aangeeft dat de minste respondenten tot deze categorie behoren. Dit wijst erop dat oudere adolescenten of jongvolwassenen minder vertegenwoordigd waren in de enquête.

De grafiek laat zien dat de meerderheid van de respondenten tussen de 16 en 18 jaar oud is, gevolgd door de leeftijdsgroep van 12-15 jaar, terwijl de groep van 18 jaar en ouder het minst vertegenwoordigd is. Deze leeftijdsverdeling biedt belangrijke context voor het interpreteren van de enquêteresultaten, aangezien de gerapporteerde meningen en gedragingen grotendeels de perspectieven van de 16-18-jarige leeftijdsgroep weerspiegelen.

Grafiek #48



Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

Geslacht

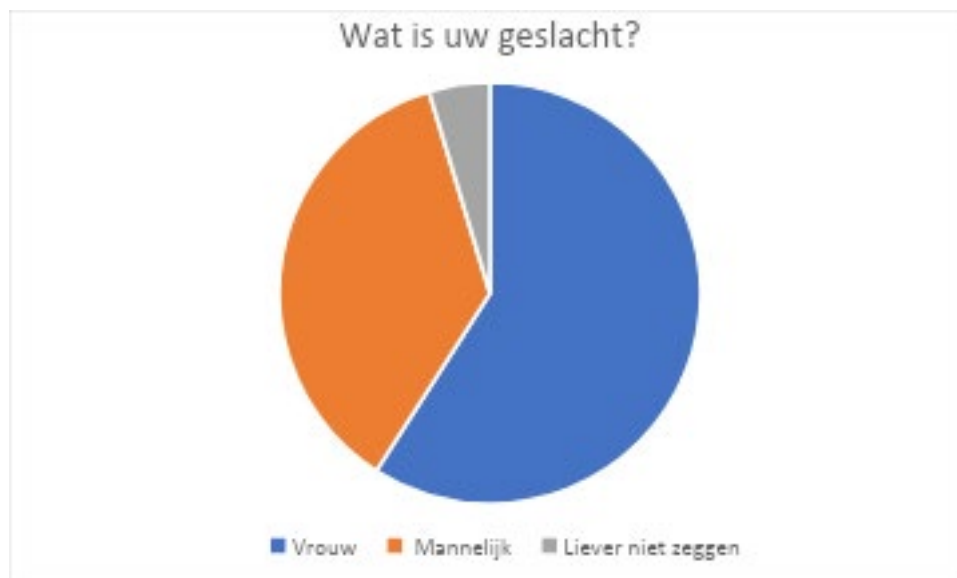
Het cirkeldiagram toont de geslachtsverdeling van de respondenten op de enquête. Het diagram is verdeeld in drie segmenten die staan voor "Vrouw", "Man" en "Liever niet zeggen".

Het grootste segment bestaat uit vrouwelijke respondenten, wat aangeeft dat de meerderheid van de deelnemers aan de enquête zich als vrouw identificeerde. Dit wijst op een hogere deelname van vrouwelijke studenten in vergelijking met andere geslachten.

Het op één na grootste segment bestaat uit mannelijke respondenten. Dit segment is kleiner dan de vrouwengroep, wat aangeeft dat er minder mannen aan de enquête hebben deelgenomen, maar ze vormen nog steeds een aanzienlijk deel van de respondenten.

Het kleinste segment bestaat uit degenen die hun geslacht niet bekend wilden maken. Deze groep is het minst vertegenwoordigd, wat erop wijst dat slechts een klein aantal respondenten ervoor koos om hun geslacht geheim te houden.

Grafiek #49



Bron: Gegevens verzameld door MILES projectpartners. Grafische bewerking door OLAE.

6. Uitdagingen en toekomst

De verspreiding van nepnieuws en desinformatie in Europa is uitgegroeid tot een urgent en alomtegenwoordig probleem, dat een aanzienlijke bedreiging vormt voor democratische processen, het vertrouwen in instellingen ondermijnt en de sociale cohesie verstoort. Dit rapport onderzoekt de behoeften, uitdagingen en veelbelovende strategieën die verband houden met het bestrijden van desinformatie op Europees niveau. Door bestaande initiatieven te analyseren en lacunes in de aanpak te identificeren, biedt het rapport concrete aanbevelingen om de inspanningen tegen desinformatie te versterken en mediageletterdheid in heel Europa te bevorderen. In de afgelopen jaren is nepnieuws een steeds groter probleem geworden, met verstrekende gevolgen voor democratische samenlevingen.



De opkomst van digitale media heeft niet alleen een revolutie teweeggebracht in de manier waarop informatie wordt verspreid, maar heeft ook de snelle verspreiding van valse en misleidende inhoud vergemakkelijkt. Deze trend is vooral zichtbaar tijdens verkiezingsperiodes, volksgezondheids crises en grote sociaal-politieke gebeurtenissen, waar desinformatie wordt ingezet om de publieke opinie te manipuleren en het vertrouwen in democratische instellingen te ondermijnen.

De impact van nepnieuws is niet beperkt tot één land; het is een pan-Europees probleem dat een gecoördineerde aanpak vereist. Hoewel sommige Europese landen proactief maatregelen hebben genomen om desinformatie te bestrijden, hebben andere landen moeite om de uitdagingen van het digitale informatielandschap het hoofd te bieden. Dit rapport biedt een uitgebreide analyse van de behoeften, uitdagingen en veelbelovende praktijken in de strijd tegen nepnieuws in heel Europa. Door deze factoren te begrijpen, kunnen beleidsmakers, onderwijzers en mediaorganisaties beter toegeruste strategieën ontwikkelen om desinformatie tegen te gaan en de mediageletterdheid te vergroten.

De afgelopen jaren zijn er in Europa belangrijke desinformatiecampagnes geweest die gericht waren op verkiezingen en referenda.. Zo werden de Franse presidentsverkiezingen van 2017 overspoeld door desinformatiecampagnes op sociale media, gericht op het ondermijnen van de integriteit van het verkiezingsproces. Een soortgelijk patroon was zichtbaar tijdens de Duitse federale verkiezingen, waar nepnieuws werd gebruikt om de publieke opinie te beïnvloeden over gevoelige kwesties zoals immigratie en nationale veiligheid.

Het Brexit-referendum in het Verenigd Koninkrijk toonde de enorme impact van desinformatie op het vormgeven van de publieke opinie, waarbij misleidende beweringen over de Europese Unie een significante rol speelden in de uiteindelijke uitkomst. In Oost-Europa hebben landen zoals Hongarije en Polen te maken gehad met door de staat gesponsorde desinformatiecampagnes, gericht op het versterken van autoritaire narratieven en het ondermijnen van de geloofwaardigheid van de Europese Unie.

De invloed van nepnieuws beperkt zich echter niet tot de politieke sfeer, maar heeft ook verstrekende gevolgen voor de volksgezondheid, veiligheid en het sociale vertrouwen. Tijdens de COVID-19-pandemie werd Europa geconfronteerd met een golf van desinformatie over het virus en de vaccins, wat leidde tot verwarring, wantrouwen en vaccinatieaarzeling onder het publiek. Anti-vaccinatiebewegingen in landen zoals Italië en Frankrijk werden gevoed door valse informatie, wat resulteerde in lagere vaccinatiegraad en een verhoogd risico voor de volksgezondheid.

Mediageletterdheid is een cruciaal onderdeel in de strijd tegen nepnieuws en desinformatie.

Het gaat erom mensen uit te rusten met de vaardigheden die nodig zijn om informatie kritisch te evalueren, de bronnen van nieuws te begrijpen en onderscheid te maken tussen geloofwaardige en valse inhoud. In Europa is er een aanzienlijke behoefte om de mediageletterdheid te verbeteren, met name onder jongere bevolkingsgroepen en mensen met een lager formeel onderwijsniveau. Finland is een koploper op het gebied van onderwijs in mediageletterdheid en integreert dit al vanaf jonge leeftijd in het nationale leerplan. Deze proactieve aanpak leidde tot een bevolking die beter is toegerust om weerstand te bieden tegen desinformatie. Andere Europese landen zijn daarentegen pas onlangs begonnen met het geven van prioriteit aan mediageletterdheid, en er is een dringende behoefte om deze



initiatieven uit te breiden om bredere segmenten van de bevolking te bereiken. Het verbeteren van mediageletterdheid houdt ook in dat de specifieke uitdagingen van sociale media moeten worden aangepakt. Aangezien veel mensen, vooral jongeren, het meeste nieuws consumeren via sociale mediaplatforms, is het essentieel om aan hen te leren hoe ze op verantwoorde wijze door deze platforms kunnen navigeren. Dit houdt in dat ze moeten begrijpen hoe algoritmen de inhoud die ze zien beïnvloeden, dat ze de tekenen van nepnieuws moeten herkennen en dat ze moeten weten hoe ze informatie moeten verifiëren voordat ze deze delen. De Europese Unie heeft het belang van mediageletterdheid in de strijd tegen desinformatie erkend. Het mediageletterdheidsbeleid van de EU benadrukt de noodzaak van een gecoördineerde inspanning in alle lidstaten om de media-educatie te verbeteren, vooral in het digitale tijdperk. Initiatieven zoals de Europese Week van de Mediageletterdheid hebben als doel het bewustzijn te vergroten en beste praktijken in mediageletterdheid over het hele continent te promoten.

Een andere kritieke behoefte in de strijd tegen nepnieuws is het opstellen en versterken van **regelgevende kaders** die de verspreiding van desinformatie effectief kunnen aanpakken. In Europa heeft de Europese Unie belangrijke stappen gezet om een veiligere online omgeving te creëren door middel van initiatieven zoals de Digital Services Act (DSA) en de Code of Practice on Disinformation. Deze regels zijn bedoeld om de transparantie van digitale platforms te vergroten en hen verantwoordelijk te houden voor de inhoud die ze hosten. De DSA betekent een grote vooruitgang in de EU-benadering van het reguleren van online platforms. Het introduceert strengere eisen voor platforms om illegale inhoud, waaronder nepnieuws, te controleren en te verwijderen, en legt sancties op bij niet-naleving. Dit regelgevingskader is bedoeld om consumenten te beschermen, transparantie te garanderen en een meer verantwoordelijk digitaal ecosysteem te creëren. Bovendien is de EU-gedragscode inzake desinformatie, die in 2018 is gelanceerd, een vrijwillige overeenkomst met grote online platforms zoals Facebook, Google en Twitter om desinformatie aan te pakken. Hoewel er vooruitgang is geboekt, wordt de doeltreffendheid van deze code beperkt door het vrijwillige karakter ervan, wat heeft geleid tot oproepen voor strengere en meer bindende maatregelen. Daarnaast is er een dringende behoefte aan nauwere samenwerking tussen Europese landen om een uniforme en gecoördineerde aanpak te ontwikkelen voor de regulering van digitale platforms. Desinformatie kent geen grenzen, en een gefragmenteerde regelgeving is minder effectief in het tegengaan van de verspreiding ervan. Het is essentieel dat Europese landen samenwerken om hun wetgeving en handhavingsmechanismen te harmoniseren. Alleen door een gezamenlijke en consistente aanpak kan desinformatie op een effectieve manier worden aangepakt en de impact ervan op het hele continent worden beperkt.

Publiek bewustzijn is een ander cruciaal element in de strijd tegen nepnieuws. Het voorlichten van het publiek over de gevaren van desinformatie en hoe deze te herkennen is essentieel voor het bevorderen van een beter geïnformeerde en waakzame samenleving. Bewustwordingscampagnes kunnen een belangrijke rol spelen bij het beperken van de gevolgen van nepnieuws door mensen aan te moedigen de informatie die ze tegenkomen

kritisch te beoordelen en op zoek te gaan naar geloofwaardige bronnen. De Europese Commissie heeft verschillende initiatieven ondersteund om het publiek bewust te maken van de gevaren van desinformatie. Hiertoe behoort de EU-campagne "#ThinkBeforeSharing", die gebruikers van sociale media aanmoedigt om de juistheid van informatie te verifiëren voordat ze deze online delen. Dergelijke campagnes zijn cruciaal voor het creëren van een cultuur van kritisch denken en scepticisme ten opzichte van niet-geverifieerde informatie. Bewustmakingscampagnes moeten worden afgestemd op verschillende demografische groepen, rekening houdend met de verschillende niveaus van mediageletterdheid en digitale betrokkenheid in Europa. Jongere doelgroepen kunnen bijvoorbeeld baat hebben bij campagnes die gebruik maken van influencers om mediageletterdheid te bevorderen, terwijl oudere volwassenen wellicht beter reageren op traditionele mediakanalen, zoals televisie en gedrukte media. Bovendien moeten bewustmakingscampagnes zich niet alleen richten op de negatieve aspecten van nepnieuws, maar ook positief gedrag stimuleren, zoals het controleren van feiten, het verantwoordelijk delen van informatie en het ondersteunen van geloofwaardige nieuwsbronnen. Door een cultuur van kritisch denken en scepticisme ten opzichte van niet-geverifieerde informatie te bevorderen, kunnen deze campagnes helpen om de verspreiding van nepnieuws en de impact ervan op de samenleving te verminderen.

Een van de belangrijkste uitdagingen bij het bestrijden van nepnieuws is **de rol van sociale mediaplatforms bij de verspreiding ervan**. Sociale media hebben de manier waarop mensen nieuws consumeren veranderd, waardoor informatie — zowel waar als onwaar — zich snel en op grote schaal kan verspreiden. De algoritmen die door deze platforms worden gebruikt, geven vaak voorrang aan inhoud die betrokkenheid genereert, waaronder sensationele of misleidende informatie kan vallen. De Europese Unie heeft de uitdaging van sociale mediaplatforms erkend en stappen ondernomen om deze aan te pakken door middel van regelgeving zoals de Digital Services Act. Het reguleren van sociale media blijft echter complex vanwege de enorme hoeveelheden inhoud die dagelijks wordt gegenereerd en de noodzaak om een evenwicht te vinden tussen vrijheid van meningsuiting en het voorkomen van schadelijke desinformatie. De rol van sociale media in de verspreiding van nepnieuws wordt verder bemoeilijkt door het echokamereffect, waarbij gebruikers eerder worden blootgesteld aan informatie die hun bestaande overtuigingen versterkt. Dit kan leiden tot het verankeren van valse verhalen en het moeilijker maken om verkeerde informatie te corrigeren. Om dit probleem aan te pakken zijn niet alleen regelgevende maatregelen nodig, maar ook inspanningen om digitale geletterdheid en kritisch denken onder gebruikers van sociale media te bevorderen. De inspanningen van de Europese Unie om samen te werken met sociale mediabedrijven hebben tot enkele verbeteringen geleid, zoals de invoering van een strenger beleid voor inhoudsmoderatie. Deze maatregelen zijn echter vaak eerder reactief dan proactief, en de effectiviteit van zelfregulering door deze platforms wordt in twijfel getrokken.

Er is duidelijk behoefte aan rigoureuze toezicht en verantwoording, aangezien de verspreiding van nepnieuws via sociale media een groot probleem blijft.

Vertrouwen in de media en openbare instellingen is een andere kritieke uitdaging in de strijd tegen desinformatie. In heel Europa groeit het wantrouwen jegens traditionele mediakanalen, gevoed door percepties van vooringenomenheid, sensatiezucht en politieke beïnvloeding. Dit wantrouwen kan ertoe leiden dat mensen zich wenden tot alternatieve informatiebronnen, die vaak minder betrouwbaar zijn en een groter risico vormen op de verspreiding van nepnieuws. Het afnemende vertrouwen in traditionele media is een complex probleem dat wordt beïnvloed door verschillende factoren, waaronder de opkomst van populisme, de toenemende polarisatie in het politieke discours en de snelle opkomst van digitale media. In sommige Europese landen wordt dit wantrouwen verder versterkt door door de staat gesponsorde desinformatiecampagnes, gericht op het ondermijnen van vertrouwen in democratische instellingen en mediakanalen. Om het vertrouwen in de media en openbare instellingen te herstellen, is een veelzijdige aanpak noodzakelijk. Mediaorganisaties moeten transparantie, nauwkeurigheid en verantwoording centraal stellen in hun berichtgeving. Het controleren van feiten en het bieden van context bij complexe kwesties zijn essentieel om het publiek een beter begrip te geven van de nieuwsberichten die zij consumeren. Op Europees niveau streeft de **European Media Freedom Act** naar het beschermen van de onafhankelijkheid en het pluralisme van de media, fundamentele voorwaarden om het vertrouwen van het publiek te behouden. Door te waarborgen dat mediakanalen vrij kunnen opereren zonder ongepaste politieke of commerciële druk, probeert de EU een omgeving te creëren waarin geloofwaardige journalistiek kan bloeien. Overheidsinstellingen moeten ook hun communicatiestrategieën verbeteren door duidelijke, feitelijke en tijdige informatie aan het publiek te verstrekken. Transparantie over informatiebronnen en besluitvormingsprocessen speelt hierin een sleutelrol. Een open en eerlijke communicatieaanpak helpt niet alleen bij het tegengaan van desinformatie, maar draagt ook bij aan het herstel van vertrouwen in de autoriteit van overheden.

Verschillen in onderwijs in Europa vormen een belangrijke uitdaging bij het bevorderen van mediageletterdheid en kritisch denken. In landen met goed ontwikkelde onderwijssystemen is de kans groter dat leerlingen onderricht krijgen in mediageletterdheid, waardoor ze beter toegerust zijn om door het digitale landschap te navigeren. In landen waar het onderwijssysteem minder solide is, of waar mediageletterdheid geen prioriteit heeft, kunnen mensen echter kwetsbaarder zijn voor desinformatie. De Europese Unie erkent deze verschillen en heeft opgeroepen tot grotere inspanningen om mediageletterdheid te integreren in onderwijscurricula in alle lidstaten. Initiatieven zoals het Digital Education Action Plan van de EU benadrukken de noodzaak voor alle burgers om digitale vaardigheden te verwerven, inclusief het vermogen om online inhoud kritisch te evalueren. Het aanpakken van deze verschillen vereist een gecoördineerde inspanning van overheden, onderwijsinstellingen

en maatschappelijke organisaties. Het is essentieel om ervoor te zorgen dat onderwijs in mediageletterdheid voor iedereen toegankelijk is, ongeacht de sociaaleconomische achtergrond of geografische locatie. Dit omvat het verstrekken van middelen en training voor leerkrachten, het ontwikkelen van op de leeftijd afgestemde lesprogramma's en het ondersteunen van mogelijkheden voor een leven lang leren. Ongelijkheden in het onderwijs bereiken ook volwassen bevolkingsgroepen, van wie velen niet de kans hebben gehad om digitale vaardigheden te ontwikkelen tijdens hun formele opleiding. Voor deze mensen kunnen op de gemeenschap gebaseerde leerprogramma's en bewustmakingscampagnes een cruciale rol spelen bij het overbruggen van de kloof en hen uitrusten met de vaardigheden die nodig zijn om desinformatie te herkennen en te weerstaan.

Verschiedende Europese landen hebben **succesvolle strategieën om nepnieuws te bestrijden** bieden waardevolle lessen voor anderen. Finland is bijvoorbeeld een pionier op het gebied van onderwijs in mediageletterdheid en heeft dit vanaf de basisschool in het lesprogramma opgenomen. Deze aanpak heeft geleid tot een bevolking die beter bestand is tegen desinformatie en dient als voorbeeld voor andere landen. De Duitse Network Enforcement Act (NetzDG), ingevoerd in 2017, verplicht sociale mediaplatforms om illegale inhoud, waaronder nepnieuws, binnen 24 uur te verwijderen. Deze wet heeft ertoe bijgedragen dat platforms verantwoordelijk worden gehouden en dat schadelijke inhoud snel wordt aangepakt. De aanpak van Duitsland benadrukt het belang van sterke regelgevingskaders in de strijd tegen desinformatie. In Frankrijk heeft de regering stappen ondernomen om desinformatie tegen te gaan door de oprichting van een nationale taskforce die zich bezighoudt met het monitoren en bestrijden van nepnieuws. De Franse wet tegen de manipulatie van informatie, die in 2018 werd aangenomen, stelt de autoriteiten in staat om juridische stappen te ondernemen tegen degenen die valse informatie verspreiden die de uitslag van een verkiezing zou kunnen beïnvloeden. Deze proactieve aanpak heeft een precedent geschapen voor andere Europese landen. Italië is ook actief geweest in het bestrijden van nepnieuws, met name in de context van de volksgezondheid. De Italiaanse regering heeft samengewerkt met fact-checking organisaties en sociale mediaplatforms om desinformatie met betrekking tot COVID-19 tegen te gaan. Deze inspanningen omvatten bewustmakingscampagnes en het promoten van accurate informatie via officiële kanalen.

Samenwerking tussen overheden, mediaorganisaties en maatschappelijke organisaties zijn essentieel om desinformatie effectief te bestrijden. In de Europese Unie speelt het European Digital Media Observatory (EDMO) een sleutelrol in het samenbrengen van feitencheckers, mediageletterden en onderzoekers om desinformatie aan te pakken. EDMO ondersteunt het monitoren en analyseren van desinformatie in heel Europa en promoot beste praktijken in mediageletterdheid en fact-checking. Het EU-actieplan tegen desinformatie, dat in 2018 werd gelanceerd, heeft ook de samenwerking tussen de lidstaten en de privésector bevorderd. Dit plan benadrukt het belang van een gecoördineerde reactie op desinformatie, waaronder het delen van beste praktijken, het verbeteren van grensoverschrijdende samenwerking en het bevorderen van de ontwikkeling van nieuwe instrumenten om nepnieuws op te sporen en

tegen te gaan. Bovendien heeft de EU snelle waarschuwingssystemen opgezet om de uitwisseling van informatie tussen de lidstaten over dreigingen van desinformatie te vergemakkelijken. Met deze systemen kunnen landen sneller reageren op opkomende desinformatiecampagnes en hun inspanningen om deze tegen te gaan coördineren. Samenwerkingsinspanningen zijn ook duidelijk zichtbaar in het werk van internationale organisaties zoals UNESCO, die richtlijnen heeft ontwikkeld voor mediageletterdheid en de bevordering van op feiten gebaseerde journalistiek. Door samen te werken met regeringen en NGO's wil UNESCO de wereldwijde inspanningen om desinformatie te bestrijden vergroten en de ontwikkeling van mediageletterdheidprogramma's ondersteunen.

Technologische innovaties spelen een cruciale rol in de strijd tegen nepnieuws. Hulpmiddelen zoals AI-gestuurde fact-checking algoritmen, browserextensies die verdachte inhoud markeren en platforms die op feiten gecontroleerde informatie verzamelen, worden steeds belangrijker in de strijd tegen desinformatie. Deze technologieën kunnen mensen helpen nepnieuws te herkennen en beter geïnformeerde beslissingen te nemen over de informatie die ze consumeren. In Europa hebben verschillende initiatieven technologie ingezet om desinformatie te bestrijden. Het Horizon 2020-programma van de Europese Unie heeft onderzoek gefinancierd naar nieuwe technologieën voor het detecteren en bestrijden van nepnieuws. Technologische innovaties kunnen de effectiviteit van inspanningen om desinformatie aan te pakken aanzienlijk vergroten, vooral wanneer ze worden gecombineerd met educatieve en regelgevende maatregelen. **AI-technologie**, bijvoorbeeld, wordt gebruikt om enorme hoeveelheden online inhoud te analyseren en patronen te identificeren die wijzen op desinformatie. Dit maakt het mogelijk om potentiële valse of misleidende informatie snel te signaleren. Daarnaast hebben fact-checking organisaties in heel Europa innovatieve tools ontwikkeld waarmee gebruikers eenvoudig de juistheid van informatie kunnen controleren. Deze tools zijn vaak geïntegreerd in sociale mediaplatforms of beschikbaar als browserextensies, waardoor ze breed toegankelijk zijn voor het publiek. Dit laat zien dat technologische oplossingen niet alleen gericht zijn op het identificeren van nepnieuws, maar ook bijdragen aan het vergroten van transparantie en verantwoordingsplicht binnen het digitale ecosysteem. Een ander voorbeeld is het gebruik van **blockchaintechnologie**, dat wordt onderzocht als een methode om de authenticiteit van nieuwsbronnen te verifiëren en de herkomst van informatie te traceren. Door transparantie in de oorsprong en verspreiding van informatie te bevorderen, kunnen dergelijke technologieën helpen om de verspreiding van desinformatie te beperken en het vertrouwen in online media te herstellen.

Een van de belangrijkste uitdagingen is de inconsistente integratie van mediageletterdheid in verschillende vakken en op verschillende onderwijsniveaus. Opvoeders ondervinden vaak problemen bij het integreren van mediageletterdheid in het lesprogramma door een gebrek aan gestructureerde richtlijnen en hulpmiddelen. Deze inconsistentie leidt tot aanzienlijke hiaten in de kennis en vaardigheden van leerlingen om digitale informatie kritisch te evalueren.



Opleiding en ondersteuning van leerkrachten vormen een andere grote uitdaging. Veel leerkrachten hebben onvoldoende training in mediageletterdheid en kritisch denken, wat resulteert in verschillende niveaus van paraatheid onder leerkrachten. De behoefte aan voortdurende professionele ontwikkelingsprogramma's is cruciaal, aangezien de huidige opleiding vaak geen gelijke tred houdt met de technologische vooruitgang en het veranderende medialandschap. Beperkte middelen bemoeilijken het effectief onderwijzen van mediageletterdheid nog meer. Scholen worstelen vaak met beperkte toegang tot moderne technologie en bijgewerkt lesmateriaal. Deze beperking belemmert de implementatie van uitgebreide mediageletterdheidsprogramma's, waardoor het voor leerkrachten moeilijk wordt om leerlingen kritisch te laten nadenken over online informatie. Opvoeders staan ook voor de uitdaging om leerlingen te betrekken die voor informatie sterk afhankelijk zijn van het internet. Studenten accepteren online inhoud vaak zonder kritische analyse, beïnvloed door het gemak en de onmiddellijke beschikbaarheid van digitale bronnen. Dit vertrouwen op digitale informatie zonder kritisch onderzoek verergert de verspreiding van verkeerde informatie. De snelle vooruitgang van de technologie is een andere belangrijke uitdaging. Onderwijssystemen hebben moeite om deze veranderingen bij te houden, waardoor het moeilijk is om onderwijs in mediageletterdheid up-to-date te houden. Dit probleem wordt nog verergerd door de invloed van sociale media-algoritmen en echokamers, die de blootstelling aan verschillende perspectieven beperken en een kritische evaluatie van informatie in de weg staan.

Om deze uitdagingen aan te pakken, is een veelzijdige aanpak nodig met veelomvattende strategieën en systemische ondersteuning. Een van de belangrijkste richtingen voor de toekomst is de ontwikkeling en implementatie van gestandaardiseerde leerplannen voor mediageletterdheid op alle onderwijsniveaus. Deze leerprogramma's moeten zich richten op kritisch denken, bronevaluatie en het herkennen van vooroordelen, zodat leerlingen worden uitgerust met de vaardigheden die nodig zijn om op verantwoorde wijze door het digitale landschap te navigeren. Voortdurende professionele ontwikkeling voor leerkrachten is cruciaal. Opleidingsprogramma's moeten zowel de technische aspecten van digitale hulpmiddelen als de pedagogische strategieën voor het bespreken van controversiële onderwerpen en verkeerde informatie behandelen. Dergelijke programma's moeten erop gericht zijn om de deskundigheid van leerkrachten op het gebied van mediageletterdheid te vergroten en hen op de hoogte te houden van de nieuwste hulpmiddelen en methodologieën. De toewijzing van middelen is een ander belangrijk gebied dat in de toekomst voor verbetering vatbaar is. Het is van essentieel belang dat scholen gelijke toegang hebben tot digitale hulpmiddelen en bijgewerkt lesmateriaal. Meer financiering en steun voor initiatieven op het gebied van mediageletterdheid kan de kloof in middelen helpen overbruggen, waardoor scholen effectievere programma's kunnen implementeren. Betrokkenheid van ouders en gemeenschap is ook belangrijk. Ouders betrekken bij mediageletterdheidsinitiatieven kan een

aanvulling zijn op schoolinitiatieven en een consistente boodschap over het belang van kritisch denken en verantwoord mediagebruik overbrengen. Het creëren van partnerschappen tussen scholen, ouders en gemeenschapsorganisaties kan een ondersteunende omgeving voor leerlingen bevorderen.

Tot slot is het van cruciaal belang om een cultuur van kritisch denken en mediageletterdheid te bevorderen door middel van samenwerking. Onderwijzers, beleidsmakers, mediaprofessionals en maatschappelijke organisaties moeten de krachten bundelen om gezamenlijk mediageletterdheid en kritisch onderzoek te versterken. Door samen te werken kunnen deze belanghebbenden samenhangend beleid ontwikkelen, middelen effectief toewijzen en duurzame initiatieven creëren die een blijvend effect hebben op de weerbaarheid tegen desinformatie.

7. Aanbevelingen en conclusies

In Italië onderstreept het rapport het belang van het integreren van mediageletterdheid in schoolcurricula op alle onderwijsniveaus. Het adviseert de ontwikkeling van gestructureerde onderwijsprogramma's die leerlingen leren kritisch te denken, bronnen te verifiëren en de impact van verkeerde informatie te begrijpen. Voortdurende professionele ontwikkeling voor leerkrachten wordt als essentieel beschouwd, met een focus op het voorzien van leerkrachten van praktische vaardigheden en methoden om mediageletterdheid effectief te onderwijzen. Hierbij wordt de nadruk gelegd op interactieve activiteiten en oefeningen die leerlingen actief betrekken. Om deze initiatieven te ondersteunen, is een adequate toewijzing van financiële middelen noodzakelijk, waaronder budgetten voor leerkrachtentraining, digitale tools en educatieve materialen. Samenwerking met externe deskundigen, zoals journalisten en mediaprofessionals, wordt sterk aangemoedigd. Dit biedt leerlingen waardevolle, praktijkgerichte inzichten in het proces van nieuwsproductie en het belang van het verifiëren van informatie. Daarnaast wordt het bevorderen van kritisch denken door middel van interdisciplinaire programma's die wetenschappelijke en maatschappelijk geörienteerde elementen combineren, benadrukt. Beleidsmakers wordt geadviseerd duidelijke richtlijnen en beleid te ontwikkelen om de consistente implementatie van mediageletterdheidsonderwijs op alle scholen te waarborgen. Dit zal bijdragen aan de creatie van een uniform en gestandaardiseerd kader dat scholen ondersteunt bij de adoptie van mediageletterdheidsinitiatieven.

In **Oostenrijk** ligt de nadruk op het moderniseren van het onderwijs om digitale geletterdheid volledig te integreren. Voortdurende professionele ontwikkeling voor leerkrachten wordt essentieel geacht, waarbij zowel technische aspecten van digitale hulpmiddelen als pedagogische strategieën voor het bespreken van controversiële onderwerpen en verkeerde informatie aan bod komen. Het rapport benadrukt het belang van boeiende, gamified leerervaringen om onderwijs in mediageletterdheid aantrekkelijker te maken voor leerlingen. Samenwerking tussen scholen, ouders en gemeenschapsorganisaties is van vitaal belang om een ondersteunend ecosysteem voor leerlingen te creëren. Het stimuleren van een kritische benadering van informatie en het actief promoten van het gebruik van fact-checking bronnen zijn cruciale strategieën om de verspreiding van nepnieuws effectief te bestrijden.

Het rapport van **Cyprus** roept op tot uitgebreide professionele ontwikkelingsprogramma's op maat om leerkrachten uit te rusten met de pedagogische hulpmiddelen die nodig zijn om mediageletterdheid te integreren in hun onderwijspraktijk. Dit omvat strategieën voor inhoudsanalyse, bronevaluatie en praktische toepassing van kritisch denken in verschillende vakgebieden. Er is consensus over de noodzaak om onderwijs in mediageletterdheid in te bedden in het kerncurriculum, waarbij scholen aangemoedigd worden om medioclubs en buitenschoolse activiteiten op te richten die praktijkgerichte leerervaringen stimuleren. Systemische hervormingen zijn essentieel om onderwijs in mediageletterdheid op alle onderwijsniveaus in Cyprus te institutionaliseren, waarbij gepleit wordt voor een samenhangend onderwijsbeleid dat de opname van mediageletterdheid als kerncompetentie verplicht. Publieke bewustmakingscampagnes worden aanbevolen om beleidsmakers, opvoeders, ouders en de bredere gemeenschap bewust te maken van het belang van mediageletterdheid.

In **Griekenland** wordt de noodzaak benadrukt van een samenhangend strategisch plan om media- en informatievaardigheden te bevorderen en desinformatie te bestrijden door middel van een holistische aanpak. Het rapport benadrukt dat media-educatie al op de basisschool moet beginnen, met interventies die specifiek zijn afgestemd op de ontwikkelingsfase en behoeften van leerlingen. Deze interventies moeten geleidelijk worden geïntensiveerd naarmate leerlingen doorgroeien naar het voortgezet onderwijs. Daarnaast wordt opgeroepen tot het aanpakken van structurele barrières, zoals bureaucratische obstakels en het tekort aan gespecialiseerde mediapedagogen, om de effectiviteit van mediageletterdheidsonderwijs te vergroten.

De aanbevelingen en conclusies van het rapport over mediageletterdheid en het bestrijden van desinformatie in **Portugal** benadrukken de noodzaak van een alomvattende en geïntegreerde aanpak. De belangrijkste aanbeveling is om mediageletterdheid in alle onderwijsdisciplines te verankeren, vanaf een vroeg stadium in het leven van kinderen tot aan het hoger onderwijs. Deze geïntegreerde aanpak zorgt ervoor dat leerlingen kritische

denkvaardigheden ontwikkelen die nodig zijn om door het digitale landschap te navigeren. Voortdurende professionele ontwikkeling voor leerkrachten wordt als essentieel beschouwd, met bijzondere aandacht voor training op gebieden zoals het herkennen en bestrijden van desinformatie, het begrijpen van kunstmatige intelligentie en het ontwikkelen van algoritmische geletterdheid.

De betrokkenheid van gezinnen en de bredere gemeenschap wordt essentieel geacht voor het creëren van een ondersteunende leeromgeving. Initiatieven zoals de Digitale Academie voor Ouders en het project Digitale Leiders worden aanbevolen als veelbelovende praktijken die ouders digitale vaardigheden bijbrengen en leerlingen betrekken bij het bevorderen van een veilig en bewust gebruik van digitale technologieën. Het rapport benadrukt ook het belang van preventieve maatregelen om desinformatie te bestrijden, zoals pre-bunkingstrategieën en inkomsten ontnemen van sites die valse informatie verspreiden.

Het rapport pleit ook voor betere coördinatie en integratie van uiteenlopende initiatieven om overbelasting door gefragmenteerde projecten te voorkomen. Het benadrukt het belang van langlopende, gecontextualiseerde programma's die worden ontwikkeld door samenwerkende schoolgroepen en lokale autoriteiten. Deze programma's moeten gericht zijn op continu en collectief leren en worden voorgesteld als een effectieve strategie om duurzame resultaten te bereiken. De actieve betrokkenheid van leerlingen bij deze projecten is cruciaal om een gezamenlijke en inclusieve aanpak te garanderen.

Technologische vooruitgang en wetgevende maatregelen spelen ook een centrale rol bij het bestrijden van desinformatie. Het Portugese handvest voor digitale rechten en het IBERIFIER-project van het Europees Waarnemingscentrum voor digitale media bieden kaders om de juridische en technische aspecten van desinformatie aan te pakken. Het rapport onderstreept de noodzaak van een robuust beleidsondersteunend kader om een mediageletterde samenleving te bevorderen die in staat is kritisch te denken en geïnformeerde beslissingen te nemen.

Regeringen zouden prioriteit moeten geven aan de integratie van mediageletterdheid in nationale onderwijssystemen, door ervoor te zorgen dat leerlingen vanaf jonge leeftijd onderricht krijgen in kritisch denken, het controleren van feiten en verantwoordelijke mediaconsumptie. Dit onderwijs moet niet alleen beschikbaar zijn voor studenten, maar ook voor volwassenen via programma's voor een leven lang leren. Europese landen moeten samenwerken om de regelgevende kaders te versterken die digitale platforms verantwoordelijk houden voor de verspreiding van desinformatie. Dit omvat het handhaven van bestaande regelgeving, zoals de DSA, en het ontwikkelen van nieuw beleid dat zich richt

op opkomende uitdagingen in het digitale landschap. Publieke bewustmakingscampagnes die burgers informeren over de gevaren van nepnieuws en hoe ze desinformatie kunnen herkennen, moeten worden uitgebreid en voortgezet. Deze campagnes moeten worden afgestemd op verschillende demografische groepen en via verschillende kanalen worden gevoerd, waaronder traditionele media, sociale media en programma's om de gemeenschap te bereiken. Samenwerking tussen regeringen, mediaorganisaties, onderwijsinstellingen en het maatschappelijk middenveld is essentieel voor het creëren van een gecoördineerde reactie op desinformatie. Europese landen moeten initiatieven zoals EDMO en andere samenwerkingsinitiatieven die stakeholders samenbrengen om *best practices* te delen en innovatieve oplossingen te ontwikkelen, te ondersteunen en eraan deel te nemen. Investeren in technologische innovaties die kunnen helpen bij het detecteren en bestrijden van nepnieuws moet een prioriteit zijn. Overheden en partners uit de privésector moeten onderzoek en ontwikkeling op dit gebied ondersteunen en ervoor zorgen dat nieuwe tools en technologieën op grote schaal beschikbaar en toegankelijk zijn voor het publiek. De uitdaging om nepnieuws en desinformatie in Europa te bestrijden is complex en veelzijdig en vereist een alomvattende en gecoördineerde aanpak. Hoewel er aanzienlijke vooruitgang is geboekt in landen als Finland, Duitsland en Frankrijk, moet er nog veel werk worden verzet om ervoor te zorgen dat alle Europese burgers zijn uitgerust met de hulpmiddelen en kennis die ze nodig hebben om door het digitale informatielandschap te navigeren. Door mediageletterdheid te vergroten, regelgevingskaders te versterken, het publieke bewustzijn te verhogen, samenwerking te bevorderen en technologische innovaties effectief in te zetten, kunnen Europese landen hun weerbaarheid vergroten tegen de verspreiding van nepnieuws en de integriteit van hun informatie-ecosystemen beter beschermen.

Concluderend **benadrukken de aanbevelingen een holistische aanpak met een degelijke opleiding van leerkrachten, betrokkenheid van de gemeenschap, wetgevende maatregelen en technologische vooruitgang.** De integratie van mediageletterdheid in het hele onderwijsveld, geschraagd door onderzoek en samenwerking, is essentieel voor het bevorderen van een mediageletterde samenleving die in staat is kritisch te denken en geïnformeerde beslissingen te nemen.

In het algemeen onderstrepen deze rapporten het **belang van het integreren van mediageletterdheid in onderwijscurricula, het voorzien in voortdurende professionele ontwikkeling voor leerkrachten, het verzekeren van voldoende financiering en middelen, het bevorderen van samenwerking met externe experts en gemeenschapsorganisaties, en het ontwikkelen van duidelijk beleid en richtlijnen om onderwijs in mediageletterdheid te ondersteunen.** Door deze aanbevelingen te implementeren, kan het doel worden bereikt om een goed geïnformeerde en kritisch denkende jeugd te ontwikkelen die verantwoord en effectief door het digitale landschap kan navigeren.

8. Referenties

Apestaartjaren 2024: Jaarlijks onderzoek naar mediagebruik en mediabezit van jongeren in Vlaanderen. Opgehaald van <https://www.mediawijs.be/nl/apenstaartjaren2024>

Aroldi, P., Carenzio, A., Cino, D., Paradisi, A., & Pratesi, A. (2022). Mediageletterdheid versus nepnieuws: Esperienze e best practice in Italia.

Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz. (2017). Netzwerkdurchsetzungsgesetz (NetzDG).
Opgehaald van https://www.bmjbv.de/DE/Themen/FokusThemen/NetzDG/NetzDG_EN_node.html

Cappuccio, G., & Compagno, G. (2020). L'illusione del sapere: L'universo delle fake news. Un'indagine esplorativa con gli adolescenti. MeTis - Mondi Educativi. Temi, Indagini, Suggestioni, 10(1).

Cardoso, G., Baldi, V., Pais, P. C., Paisana, M., Quintanilha, T. L., & Couraceiro, P. (2018). Als nepnieuws numa sociedade pós-verdade: Contextualização, potenciais soluções e análise. Relatório Obercom.

Cardoso, G., Paisana, M., & Pinto-Martinho, A. (2023). Digitaal nieuwsbericht Portugal 2023. OberCom - Observatório da Comunicação.

Costa, A. P., & de Paula, C. (2021). Relatório discurso de ódio e imigração em Portugal. Casa Brasil de Lisboa.

Costa, A. P., & de Paula, C. (2022). Discriminação das pessoas migrantes nos serviços públicos em Portugal. Casa Brasil de Lisboa.

Costa, A. P., & de Paula, C. (2022). Relatório experiências de discriminação na imigração em Portugal. Casa Brasil de Lisboa.

Cruz, M. (2020). Nepnieuws & desinformação: Estudo de caso numa instituição de ensino superior em Portugal (Masterscriptie, Instituto Politécnico de Viseu).

D'Errico, F., Papapicco, C., & Lamanna, I. (2022). De kwetsbaarheid van adolescenten voor nepnieuws en raciale hoaxes: Een kwalitatieve analyse van een Italiaanse steekproef. Multimodale technologieën en interactie, 6(20).

Dimitriadis, D. (2023). Disinformatielandschap in Griekenland. EU Disinfo Lab. Opgehaald van <https://www.disinfo.eu/publications/disinformation-landscape-in-greece/#>

Drigas, A., Bravou, V., Demertzi, E., & Papagerasimou, Y. (2019). MeLDE: Mediageletterdheid in het gedigitaliseerde tijdperk: Ondersteuning van leerkrachten door middel van een aanpak voor de hele school. MELDE-project.

EduTV. (n.d.). EduTv. Opgehaald van <https://edutv.minedu.gov.gr/>

EDMO. (2020). Europees Observatorium voor Digitale Media. Opgehaald van <https://edmo.eu/>

ERC - Entidade Reguladora para a Comunicação Social. (2019). Een desinformação: Contexto Europeu e Nacional (Contributo da ERC para o debate na Assembleia da República). ERC - Entidade Reguladora para a Comunicação Social.



Esteves, F. (2019). In april 2019 behaalde Polígrafo accreditatie door het International Fact-Checking Network. Webtop.

Europese Commissie. (2018). Actieplan tegen desinformatie. Opgehaald van https://ec.europa.eu/info/publications/action-plan-against-disinformation_en

Europese Commissie. (2018). Gedragscode desinformatie. Opgehaald van https://ec.europa.eu/digital-strategy/policy/code-practice-disinformation_en

Europese Parlementaire Onderzoeksdienst. (2018). Een multidimensionale benadering van desinformatie. Opgehaald van [https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=EPRS_STU\(2018\)614537](https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=EPRS_STU(2018)614537)

Europees Parlement. (2019). Online platforms en de digitale interne markt. Opgehaald van https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2019-0220_EN.html

Eurostat. (2023). Digitale vaardigheden in 2023: Impact van opleiding en leeftijd. Opgehaald van Eurostat.

Frau-Meigs, D. (2020). De pandemie heeft ons laten zien hoe snel desinformatie zich op sociale media kan verspreiden. Sorbonne Nouvelle Universiteit.

Frau-Meigs, D. (2020). De kracht van EDMO ligt in haar vermogen om een diverse groep deskundigen en belanghebbenden samen te brengen. Sorbonne Nouvelle Universiteit.

Frau-Meigs, D. (2021). Door onderwijsverschillen in Europa heeft niet iedereen dezelfde toegang tot onderwijs in mediageletterdheid. Sorbonne Nouvelle Universiteit.

Harvard Business school online (2021), Data Literacy: een inleiding voor het bedrijfsleven, Business Inside Blog. Opgehaald van <https://online.hbs.edu/blog/post/data-literacy>



Hobbs, R. (2017). Onderwijs in mediageletterdheid: Nieuwe richtingen en verbanden. *Journal of Media Literacy Education*, 9(1), 1-10.

Institut für Demoskopie Allensbach. (2020). Die Vermittlung von Nachrichtenkompetenz in der Schule: Ergebnisse einer repräsentativen Befragung von Lehrkräften im Februar/März 2020.

Gemeenschappelijk Centrum voor Onderzoek (GCO). (2019). Geautomatiseerde detectie van desinformatie. Europese Commissie. Opgehaald van <https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/automated-detection-disinformation>

Lazer, D. M. J., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F., ... & Zittrain, J. L. (2018). De wetenschap van nepnieuws. *Science*, 359(6380), 1094-1096.

Lessenskim, M. (2022). Rapport van het Europees Beleidsinitiatief (EuPI): Media Literacy Index 2022. Open Society Institute Sofia. Opgehaald van https://osis.bg/wp-content/uploads/2022/10/HowItStarted_MediaLiteracyIndex2022_ENG_.pdf

Livingstone, S. (2019). Om desinformatie effectief te bestrijden, moeten we het vertrouwen van het publiek in de media herstellen. London School of Economics.

Livingstone, S. (2020). Mediageletterdheid gaat er niet alleen om mensen te leren nepnieuws te herkennen; het gaat erom hen in staat te stellen kritisch om te gaan met alle vormen van media. London School of Economics.

Livingstone, S. (2021). Het European Digital Media Observatory is een belangrijke stap voorwaarts in onze inspanningen om desinformatie te bestrijden. London School of Economics.

Marangi, M., Pasta, S., & Rivoltella, P. C. (2023). Wanneer digitale onderwijsarmoede en onderwijsarmoede niet samenvallen: Socio-demografische en culturele beschrijving, digitale vaardigheden, onderwijsvragen.



MediaNest. (z.d.). Onderzoek in Vlaanderen naar het mediagebruik van 0- tot 18-jarigen en mediaopvoeding in gezinnen. In MediaNest Cijfers 2023 (pp. 02-07). Opgehaald van https://assets.mediawijs.be/2023-05/Rapport%20MediaNest%20Cijfers_2023_v2.pdf

MedienScouts Hamburg. Experten voor digitale media. Opgehaald van <https://li.hamburg.de/fortbildung/themen-aufgabengebiete/medienpaedagogik/medienscouts-657818>

Meßmer, A.-K., Sänglerlaub, A., & Schulz, L. (2021). "Quelle: Internet? Digitale Nachrichten- und Informationskompetenzen der deutschen Bevölkerung im Test. Stichting Neue Verantwortung.

Ministerie van Onderwijs en Cultuur, Finland. (2018). Nationaal kernleerplan voor het basisonderwijs 2014. Fins Nationaal Agentschap voor Onderwijs. Opgehaald van <https://www.oph.fi/en/statistics-and-publications/publications/national-core-curriculum-basic-education-2014>

National Literacy Trust. (2018). "Nepnieuws en kritische geletterdheid: The Impact of Disinformation on Young People." <https://literacytrust.org.uk/policy-and-campaigns/all-party-parliamentary-group-literacy/fakenews/>

Niedersächsische Staatskanzlei. (2021, januari). Medienkompetenz in Niedersachsen Ziellinie 2025 [Mediacompetentie in Nedersaksen doel 2025]. Opgehaald van <https://bildungsportal-niedersachsen.de/digitale-welt/medienbildung/vorgaben/medienkompetenz-in-niedersachsen-ziellinie-2025>

Nielsen, R. K. (2018). Het Brexit-referendum was een keerpunt in het begrijpen van de rol van desinformatie bij het beïnvloeden van de publieke opinie. Reuters Institute for the Study of Journalism.

Nielsen, R. K. (2020). Het ontwerp van sociale mediaplatforms bevordert inherent de verspreiding van desinformatie. Reuters Instituut voor de Studie van de Journalistiek.

Nielsen, R. K. (2021). Technologische innovaties, met name aangedreven door AI, hebben het potentieel om ons vermogen om desinformatie te detecteren en tegen te gaan aanzienlijk te verbeteren. Reuters Instituut voor de Studie van de Journalistiek.



Project Nieuwsgeletterdheid. (2019). Project Nieuwsgeletterdheid. Opgehaald van <https://newslit.org/>

Ofcom. (2021). "Children and Parents: Media Use and Attitudes Report." Opgehaald van: <https://www.ofcom.org.uk/media-use-and-attitudes/media-habits-children/children-and-parents-media-use-and-attitudes-report-2021/>

Pädagogische Hochschule Burgenland. (2024). Aktuelles Programm. Opgehaald van <https://www.ph-burgenland.at/fortbildung-und-beratung/programm/aktuelles-programm>

Pädagogische Hochschule Kärnten. (2024). Fortbildungskatalog. Opgehaald van <https://service.ph-kaernten.ac.at/fortbildungskatalog/>

Pädagogische Hochschule Niederösterreich. (2023). Curriculum Hochschullehrgang Digitale Grundbildung. Opgehaald van https://www.ph-noe.ac.at/fileadmin/lehrgaenge/720_714_Digitale_Grundbildung.pdf

Pädagogische Hochschule Niederösterreich. (2024). Bildungsprogramm Sommersemester 2024 [PDF]. Opgehaald van https://www.ph-noe.ac.at/fileadmin/root_phnoe/Fortbildung/Bildungsprogramm_Sommersemester_2024.pdf

Pädagogische Hochschule Oberösterreich. (2024). Fortbildungsprogramm SEK 2024 [PDF]. Opgehaald van https://ph-ooe.at/fileadmin/Daten_PHOOE/Fortbildung_II_und_Schulentwicklung/Seminaranmeldung/Fortbildungsprogramm-SEK-2024-Doppelseitig.pdf

Pädagogische Hochschule Steiermark. (2024). StudiVZ SCHiLF SCHüLF 24/25 [PDF]. Opgehaald van https://www.phst.at/fileadmin/Redakteure/Bilder/ZIDAS/SCHiLF_SCHueLF/StudiVZ__SCHiLF_SCH%C3%BCLF_24_25.pdf

Pädagogische Hochschule Vorarlberg. (2024). SchiLF-Angebote. Opgehaald van <https://www.ph-vorarlberg.ac.at/schulentwicklung/digi-fuer-schulen/schilf-angebote#c5907>



Pädagogische Hochschule Wien. (2022). Ziel-Leistungsplan 2022-2024 [PDF]. Opgehaald van <https://phwien.ac.at/wp-content/uploads/2022/08/phwien-ziel-leistungsplan-2022-2024.pdf>

Pädagogische Hochschule Wien. (2024). Fortbildungsangebot SoSe 2024 [PDF]. Opgehaald van https://phwien.ac.at/wp-content/uploads/Veranstaltungsverzeichnis/Fortbildungsangebot_SoSe_2024.pdf

Papaioannou, T., & Themistokleous, A. (2018). Een overzicht van media-educatie in Cyprus: Concepten en beleid. In S. Iordanidou (Ed.), *Mediageletterdheid: Op zoek naar het concept en de functie van mediageletterdheid* (pp. 35-53). Advanced Media Institute/Metamesonykties Ekdoseis.

Pereira, L., Jorge, A., & Costa, C. (2014). Práticas de educação para os media em Portugal: Uma visão panorâmica. In I. Eleá (Ed.), *Agentes e vozes: Um panorama da mídia-educação no Brasil, Portugal e Espanha* (pp. 167-172). Nordicom.

Pew Research Center. (2019). "News Use Across Social Media Platforms."; Opgehaald van: <https://www.pewresearch.org/journalism/2021/01/12/news-use-across-social-media-platforms-in-2020/>

Ramos, M. (2018). Gosto, logo existo: Onderwijs in mediageletterdheid.

Santis, A., Sannicandro, K., Bellini, C., & Minerva, T. (2021). De opleiding van digitale onderwijsprofessionals. LLL, 17(38), 324-338.

Red de kinderen. (2022). IMpossibile 2022: Povertà educativa digitale.

Segura Net. (2020). Segura Net: Directoraat-generaal Onderwijs. Opgehaald van <https://www.seguranet.pt/>

Zweedse Mediaraad. (2019). Media- en informatievaardigheden. Opgehaald van <https://statensmedierad.se/>



Szymaniak, J. (2020). Nepnieuws: Vervormingen en manipulaties als bedreiging voor de democratie. De rol van de school. *Studia Gdańskie. Wizje i rzeczywistość*: T. XVI, 161-174.
<https://doi.org/10.5604/01.3001.0014.2519>

Themistokleous, A. (2023). Media-educatie voor kinderen in Cyprus: Leerlingen leren kritisch reclame te lezen. *Media-educatie - Studi, ricerche e buone pratiche*, 14(1). <https://doi.org/10.36253/me-13368>

Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Informatiestoornis: Naar een interdisciplinair kader voor onderzoek en beleidsvorming. Raad van Europa. Opgehaald van <https://edoc.coe.int/en/media/7495-information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research-and-policy-making.html>

Wardle, C. (2019). De verspreiding van desinformatie is een fundamentele uitdaging voor de democratie. Eerste concept.

Wineburg, S., & McGrew, S. (2016). "Informatie evalueren: De hoeksteen van Civic Online Reasoning." Stanford History Education Group.

Wereld Economisch Forum. (2023). Hoeveel mensen in de EU hebben digitale basisvaardigheden? Wereld Economisch Forum.



Bijlage 1 - Lijst van personen betrokken bij de interviewfase en hun profiel

Beleidsmakers				
N°	Initial en	Kort profiel	M/V/niet-binaire	Datum van betrokkenheid
1	VT	Gastonderzoeker: CIES-ISCTE Universitair Instituut van Lissabon. Assistent professor - Universidade Autónoma de Lisboa. Expert: Raad van Europa Brandpunt (CIES-ISCTE) in IBERIFIER - Iberisch Media Onderzoek en Fact-checking.	M	20/06/2024
2	MJH	Adjunct-directeur-generaal Onderwijs - Directoraat-generaal Onderwijs	F	31/05/2024
3	MFS	Beleidsmaker. Expert bij de Portugese Autoriteit voor Communicatie (ERC). Hoogleraar aan de universiteit.	M	08/06/2024
4	CRM	Beleidsmaker. Expert bij het Informatiecentrum Jacques Delors in Portugal. Hoogleraar aan de universiteit	M	02/06/2024
5	MRM	Beleidsmaker. Expert in wettelijke regels om desinformatie en nepnieuws aan te pakken.	M	06/06/2024
66	S.O.	CNR Onderzoeker	F	27/05/2024
77	L.D.M.	Mediadeskundige, oprichter van een vereniging voor mediageletterdheid.	M	31/05/2024
88	M.M.	Projectmanager, Projectontwerper en lid van Rete INA.	F	18/06/2024
99	M.B.	Projectmanager en journalist	M	13/06/2024
110	G.C.	Decaan van de middelbare school	M	5/05/2024
111	LC	Onderzoeker aan het Instituut voor Onderwijswetenschappen, nationaal leerplanontwikkelaar voor geschiedenis, universiteitsprofessor, Universiteit van Boekarest	F	19/04/2024



112	MF	Universitair docent filosofie, vrijwillig manager van de filosofieclub voor kinderen, Babes-Bolyai Universiteit Cluj	F	19/04/2024
113	CL	Directeur van het Centrum voor Onafhankelijke Journalistiek (NGO), Boekarest	F	26/04/2024
114	BR	Programmacoördinator bij het Centrum voor Onafhankelijke Journalistiek (NGO), Boekarest	F	26/04/2024
115	NV	Programma ontwikkelaar, manager, trainer bij Centrum voor Publieke Innovatie (NGO), Boekarest	F	17/04/2024
116	LT	Academicus & Oprichter van Fact Check Cyprus (privé-universiteit)	F	29/5/2024
117	CK	Academisch (privé-universiteit)	F	29/5/2024
118	NK	Directeur - Instituut voor Massamedia (overheid)	M	4/6/2024
119	DT	Docent journalistiek en media (openbare universiteit)	M	30/6/2024
220	LT	Academicus & Oprichter van Fact Check Cyprus (privé-universiteit)	F	29/5/2024
221	BP	Expert over media, radicalisering, beeldtaal, polarisatie en propaganda bij Mediawijs. Het Vlaams Kenniscentrum voor Digitale en Mediawijsheid	M	05/06/2024 Online
222	OVD	Hij is voormalig leraar en werkt nu bij het Kenniscentrum Digisprong binnen de Vlaamse overheid.	M	17/06/2024 focusgroep online
223	SS	Werkt voor de Stad Antwerpen in de afdeling Sociale Veiligheid, met focus op het voorkomen van gevaarlijke radicalisering	F	17/06/2024 focusgroep online
224	JB	Senior onderzoeker en docent aan de Hogeschool Artevelde. Zijn onderzoek richt zich momenteel op nieuwsgebruik en desinformatie bij kinderen en adolescenten.	M	24/06/2024 focusgroep online
225	JS	Na jaren als lerares geschiedenis werd ze docent en onderzoeker aan de verkorte	F	24/06/2024 focusgroep online



		lerarenopleiding voor voortgezet onderwijs van de Artevelde Universiteit.		
226	OC	Hij is gespecialiseerd in het opsporen van (online) radicalisering. Hij staat aan het hoofd van Textgain Academy, een spin-off van de Universiteit Antwerpen gespecialiseerd in kunstmatige intelligentie, in het bijzonder natuurlijke taalverwerking.	M	19/06/2024 vragen beantwoord via opname
227	S. P.	Afdelingshoofd, Departement Educatieve Radiotelevisie en Digitale Media, Ministerie van Onderwijs	F	01/05/2024
228	I. G.	Vertegenwoordiger van het Regionaal Directoraat van Primair en Secundair Onderwijs van Attica	M	02/05/2024
229	A. A.	Vice-burgemeester van Onderwijs, Gemeente Piraeus	F	02/05/2024
330	A. M.	Vice-burgemeester van Onderwijs, gemeente Paiania	M	30/05/2024
331	K. G.	Vice-burgemeester van Onderwijs, Ag. Paraskevi Gemeente	M	31/05/2024
332	A. G.	Vice-burgemeester van Onderwijs, gemeente Nea Philadelphia	M	7/06/2024
333	DK	Werknemer van Regionaal Ontwikkelingsbureau Rzeszow	F	22/05/2024
334	MK	Werknemer van Regionaal Ontwikkelingsbureau Rzeszow	F	22/05/2024
335	PS	Werknemer van Regionaal Ontwikkelingsbureau Rzeszow	F	22/05/2024
336	AK	Werknemer van Regionaal Ontwikkelingsbureau Rzeszow	F	22/05/2024
337	MD	Werknemer van het arbeidsbureau van het woiwodschap in Rzeszów	M	22/05/2024
338	IOB	Internationaal projectmanager bij IP Center	F	14/05/2024 online
339	AR	Universiteitsassistent, Post Doc aan de Universiteit van Wenen	F	15/05/2024 online



440	MS	Eenheid voor media-educatie bij het Federaal Ministerie van Onderwijs, Wetenschap en Onderzoek	F	16/05/2024 online
441	BB	Pedagogisch hoofd bij Saferinternet.at	F	17/05/2024 online
442	MS	Hoofd Publieke & Communicatiezaken bij Teach for Austria	F	24/05/2024 online
Acteurs aan het werk op school				
N°	Initial en	Kort profiel	M/V/niet-binaire	Datum van betrokkenheid
1	CB	Leraar buitenschoolse activiteiten Student	F	05/06/2024
2	LC	Universitair docent. Projectmanager en coördinator.	M	01/06/2024
3	AVN	Leraar middelbare school	M	05/06/2024
4	JMV	Hoogleraar aan de universiteit. Expert op het gebied van de economische gevolgen van nepnieuws en desinformatie.	M	06/06/2024
5	JS	Universitair docent.	M	05/06/2024
66	SP	Media-educator op scholen als missie van de lokale gemeenschapsradio	M	03/06/2024
77	UP	Docent aan de Universiteit voor Media-educatie	F	04/06/2024
88	TS	CPD-ontwikkelaar	M	29/05/2024
99	FG	Leraar middelbaar onderwijs en coördinator van de afdeling wetenschappen	M	07/06/2024
110	FD	Directeur en lerarenopleider	M	28/05/2024
111	C	Leraar middelbare school	F	02/06/2024
112	S	Docent en AE-trainer voor Duits als vreemde taal	F	07/06/2024
113	BB	Leraar middelbare school	F	29/05/2024
114	SS	Leraar in beroepsonderwijs en -opleiding	F	30/05/2024
15	G.G.	Geeft les in Italiaans en geschiedenis op een middelbare school.	F	29/05/2024
116	T.V.	Docent biologische wetenschappen en aardwetenschappen aan een middelbare school.	F	29/05/2024



117	A.M.	Geeft les in toegepaste algemene psychologie aan middelbare scholieren, en ook in sociale wetenschappen en communicatie.	F	29/05/2024
118	M.R.A.	Lerares Frans op een middelbare school, met uitgebreide ervaring.	F	29/05/2024
119	B.L.D.	Administratief medewerker op een middelbare school. Werkt voornamelijk in de boekhouding, binnen het schoolsysteem.	M	6/06/2024
220	CS	Leraar maatschappijleer	F	19/04/2024
221	AG	Leraar, directeur onderwijs in een privéschool, voormalig journalist	F	19/04/2024
222	HC	Docent Roemeense taal- en letterkunde, schoolinspecteur, trainer, schrijver van lesboeken, schrijft regelmatig voor een tijdschrift, provincie Cluj	M	17/04/2024
223	MH	Docent Roemeense taal- en letterkunde, schooldirecteur, trainer, tekstboekschrijver, district Bistrita-Nasaud	F	17/04/2024
224	DM	Docent Roemeense taal- en letterkunde, trainer, Boekarest	F	23/04/2024
225	MK	Student - Vertegenwoordiger van de Journalism Club van de Universiteit van Cyprus	F	29/5/2024
226	EM	Middelbare leraar	F	8/6/2024
227	HN	Onderzoeker-Trainer	F	8/6/2024
228	KA	HR-opleider	F	8/6/2024
229	AM	Trainer	M	8/6/2024
330	EA	Middelbare leraar	F	8/6/2024
331	LA	Middelbare leraar	M	8/6/2024
332	TA	Leraar	M	8/6/2024
333	AS	Trainer	F	8/6/2024
334	AK	Trainer	F	8/6/2024
335	BA	Trainer	M	8/6/2024
336	KS	Jeugdwerker-Leraar	M	8/6/2024
337	NL	Docent ondernemerschap	M	8/6/2024



338	SVB	Docent geschiedenis, aardrijkskunde en geesteswetenschappen	F	12/06/2024 focusgroep online
339	CEF	Islamitische godsdienstleraar	M	12/06/2024 focusgroep online
440	HK	Actief burgerschap van leerkrachten	M	12/06/2024 focusgroep online
441	MZ	Student secretaresse	F	12/06/2024 focusgroep online
442	EVH	Actief burgerschap van leerkrachten	F	14/06/2024 online
443	Z. T.	Leraar	F	12/04/2024
444	T. L.	Leraar	F	12/04/2024
445	T. E.	Leraar	F	12/04/2024
446	P. C.	Leraar	F	12/04/2024
447	F. K.	Leraar	F	12/04/2024
448	A. M.	Leraar	M	12/04/2024
449	K. T.	Leraar	M	12/04/2024
550	MJM	Universiteitsassistent, PhD aan de Technische Universiteit van Rzeszow	F	22/05/2024
551	NP	Universiteitsassistent, MSc aan de Technische Universiteit van Rzeszow	F	22/05/2024
552	JSR	Universiteitsassistent, PhD aan de Technische Universiteit van Rzeszow	F	22/05/2024
553	AMW	Universiteitsassistent, PhD aan de Technische Universiteit van Rzeszow	F	22/05/2024
554	BZ	Universiteitsassistent, PhD aan de Technische Universiteit van Rzeszow	M	22/05/2024
555	JH	Trainer	F	30/04/2024 online focusgroep
556	TZ	Trainer	M	30/04/2024 online focusgroep



557	VD	Trainer	F	30/04/2024 online focusgroep
558	MK	Trainer	F	30/04/2024 online focusgroep
559	VS	Leraar	F	06/05/2024 online
Belanghebbenden				
N°	Initial en	Kort profiel	M/V/niet-binaire	Datum van betrokkenheid
1	BA	Opvoeder in mediageletterdheid. Werkte als internationaal expert op het Forum on Media and Information Literacy voor de afdeling Communicatie en Informatie van UNESCO. Oprichter van het International Symposium on Media Literacy Research. Voorzitter van de Internationale Raad voor Mediageletterdheid (IC4ML). Auteur van Media Literacy for Justice (ALA: Neal Schuman, 2022), Teaching Media Literacy (ALA: Neal-Schuman, 2019) en redacteur van Media Literacy, Equity and Justice (Routledge 2023), naast andere publicaties. Bekroond met de Nationale Prijs voor Media Educatie 2021 Adviseur van de Groep Informele Mediageletterdheid (GILM)	F	31/05/2024
2	CM	Vice-voorzitter van de Oudervereniging van de São João de Brito School Journalist	F	07/06/2024
33	VC	SUPERIOR TECHNICIËN/PSYCHOLOGIST - Psycholoog bij het Multidisciplinair Bureau voor Prospectie en Investerings - Gemeente Vila Franca de Xira	F	6/06/2024
54	SS	Vertegenwoordiger van de oudervereniging	M	
55	LF	Universiteitsmedewerker en trainer	F	



66	PS	Media-expert	M	03/06/2024
77	L.S.	Journalist	M	28/05/2024
88	L.G.	NGO	F	13/06/2024
99	ES	Hoogleraar onderwijs, Al I Cuza Universiteit Iasi	F	16/05/2024
110	LM	Hoogleraar onderwijs, Lucian Blaga Universiteit Sibiu	F	16/05/2024
111	NF	Hoofd communicatie/Journalist	F	29/5/2024
112	MC	Lid van de oudervereniging en de federatie	M	3/6/2024
113	TV	Journalist en expert op het gebied van digitale media voor VRT NWS	M	11/06/2024
114	TVL	UX-onderzoeker en EduTech-expert bij VRT Sandbox	M	12/06/2024
115	H. V.	Fact-Checker, Helleense Hoaxen	F	11/04/2024
116	L. G.	Directeur Mensenrechten en Kunstmatige Intelligentie, Homo Digitalis	F	11/04/2024
117	E. D.	Afdelingshoofd, Afdeling innovatieve acties en strategie, Afdeling cybercriminaliteit, Helleense Politie	F	18/04/2024
118	D. T.	Projectmanager, Technologiecentrum Athene	F	24/04/2024
119	AŁ	Student aan de Universiteit van Rzeszow	F	22/05/2024
220	ZH	Student aan de Universiteit van Rzeszow	F	22/05/2024
221	GT	Media-inhoud ontwikkelaar	F	18/04/2024 persoonlijk
222	PR	Media Expert	M	18/04/2024 persoonlijk



Bijlage 2 - Sjabloon voor interviews

1. Belanghebbenden

Inleidende vragen:

- Kunt u ons meer vertellen over uzelf en het werk dat u doet in verband met nepnieuws, desinformatie en mediageletterdheid?
- Wat is uw mening over de stand van de techniek in uw context met betrekking tot deze onderwerpen?

Hoofdvragen:

- Wat is de rol van scholen in de strijd tegen desinformatie?
- Wat zijn de sterke en zwakke punten van schoolonderwijs over mediageletterdheid en desinformatie?
- Kent u goede praktijken en/of hulpmiddelen die nuttig en effectief kunnen zijn om de verspreiding van desinformatie aan te pakken of om te helpen bij de integratie van mediageletterdheid in de schoolomgeving, bij jongeren en bij leerkrachten?
- Met welke uitdagingen worden jongeren op dit gebied geconfronteerd en/of welk gevaar ziet u in verband hiermee?
- Kunt u voorbeelden geven van succesvolle initiatieven of projecten die opvoeders en/of leerlingen in staat hebben gesteld om nepnieuws en desinformatie in onderwijsomgevingen te bestrijden?
- Is er nog iets dat u wilt toevoegen?

**Als u een ouder bent, kan een aanvullende vraag zijn: denkt u dat u zelf uw kind moet leren omgaan met nepnieuws en desinformatie?*

1.2. Beleidsmakers

Inleidende vragen:

- Kunt u ons meer vertellen over uw werk en het werk dat u doet in verband met nepnieuws, desinformatie en mediageletterdheid?
- Wat is uw mening over de stand van de techniek in uw context met betrekking tot deze onderwerpen?



Hoofdvragen:

- Wat is de stand van zaken in de nationale context? Wordt mediageletterdheid op een transversale manier benaderd, in het hele curriculum, of staat het op zichzelf als het bestaat in het nationale curriculum?
- Kent u strategieën, actieplannen of beleidsmaatregelen in uw land om desinformatie aan te pakken en/of mediageletterdheid te bevorderen?
- Zijn er richtlijnen voor leerkrachten/educatief medewerkers die in het leerplan moeten worden geïmplementeerd met betrekking tot mediageletterdheid?
- Is er steun voor de implementatie van deze richtlijnen?
- Denkt u dat leerkrachten/educatief medewerkers training nodig hebben of zijn ze al getraind, en als dat laatste het geval is, hoe wordt de training dan geïmplementeerd?
- Wordt het onderwijzen en/of leren van mediageletterdheid gemonitord en geëvalueerd? Zo ja, wat zijn de bevindingen?
- Welke maatregelen stelt u voor om opvoeders te voorzien van de nodige hulpmiddelen en training om nepnieuws effectief aan te pakken en mediageletterdheid te bevorderen?
- Welke rol ziet u voor technologie weggelegd bij het verbeteren van onderwijs in mediageletterdheid en het bestrijden van nepnieuws op scholen?
- Welke hindernissen ziet u bij het implementeren van initiatieven voor mediageletterdheid in scholen, en hoe denkt u deze te overwinnen?
- Hoe kunnen partnerschappen tussen overheidsinstanties, NGO's en onderwijsinstellingen worden versterkt om initiatieven op het gebied van mediageletterdheid te ondersteunen?
- Welke specifieke hulpmiddelen en vaardigheden kent u, als die er al zijn, die als nuttige hulpmiddelen beschouwd kunnen worden?

3. Actoren aan het werk op school

Inleidende vragen:

- Kunt u ons meer vertellen over uw werk en het werk dat u doet in verband met nepnieuws, desinformatie en mediageletterdheid?
- Wat is uw mening over de stand van de techniek in uw context met betrekking tot deze onderwerpen?

Hoofdvragen:



- Wordt er op uw school aandacht besteed aan mediageletterdheid en desinformatie? Zo ja, op welke manieren?
- Ondervindt u uitdagingen bij het aanpakken van mediageletterdheid en desinformatie op uw school?
- Welke behoeften ziet u met betrekking tot het voorkomen van desinformatie en nepnieuws?
- Kunt u ons iets vertellen over een persoonlijke gebeurtenis met betrekking tot dit onderwerp waar u mee te maken kreeg?
- Wilt u hulpmiddelen en beste praktijken delen die training over mediageletterdheid en het aanpakken van desinformatie kunnen ondersteunen?
- Welke methodologie werkt volgens uw ervaring het beste bij leerlingen?
- Kunt u een aantal bestaande bronnen aanwijzen die in een bredere vorm door andere leerkrachten gebruikt zouden kunnen worden?
- Zijn er richtlijnen voor leerkrachten?
- Zijn er trainingsprogramma's? Zo ja, kunt u ons daar meer over vertellen?
- Denkt u dat de bestaande opleidingen voldoende zijn voor de huidige behoeften?
- Welke vorm van training zou volgens u nuttiger zijn?
- Kunt u ons enkele bronnen geven als u die kent?
- Hebt u de afgelopen 5 of 10 jaar enige evolutie in dit onderwerp gezien?



Bijlage 3 - Vragenlijsten voor volwassenen

Sectie 1: Sociaal-demografisch profiel

1.1 Leeftijd

- 19-24 jaar
- 25-35 jaar
- 36-45 jaar
- 46-55 jaar
- +55 jaar

1.2 Geslacht

- Mannelijk
- Vrouw
- Liever niet zeggen

1.4 Onderwijsniveau

- Basisonderwijs
- Middelbare school
- Bachelor
- Master
- Doctoraat
- Beroepsonderwijs

Andere _____

1.7 U bent:

- Werkloos
- Journalist
- Opvoeder/Leraar
- Psycholoog
- Student
- Onderzoeker
- Overige:



1.7.1 Als u hebt aangegeven dat u een leraar bent, selecteer dan het gebied waarin u lesgeeft:

- ☐ STEM
- ☐ Geesteswetenschappen
- ☐ Wiskunde
- ☐ Art
- ☐ Andere. Geef aan _____

Sectie 2: Blootstelling aan nieuwsbronnen

2.1 Primaire nieuwsbronnen (meerkeuze):

- ☐ Sociale media
- ☐ Online kranten/websites
- ☐ Televisie
- ☐ Radio/Podcast
- ☐ Gedrukte kranten/tijdschriften
- ☐ Andere (specificeer)

2.2 Frequentie van het bekijken van nieuwscontent:

- Dagelijks
- Meerdere keren per week
- Wekelijks
- Minder vaak

2.3 Vertrouwensniveau in verschillende nieuwsbronnen: Beoordeel uw vertrouwen in de volgende bronnen op een schaal van 1 (weinig vertrouwen) tot 5 (veel vertrouwen):

- ☐ Sociale media
- ☐ Online kranten/websites
- ☐ Televisie
- ☐ Radio/Podcast
- ☐ Gedrukte kranten/tijdschriften
- ☐ Andere (specificeer)



2.4 Op welke van de volgende sociale netwerken is de kans op verspreiding van nepnieuws en desinformatie volgens u het grootst?

Geef een cijfer van 1 voor "minst waarschijnlijk" tot 5 voor "zeer waarschijnlijk".

- YouTube 1-2 -3 - 4 -5
- Twitter/X 1-2-3-4-5
- Instagram 1-2-3-4-5
- Tik Tok 1-2-3-4-5
- Facebook 1-2-3-4-5

Deel 3: Perceptie en impact van nepnieuws

3.1 - Vertrouwdheid met nepnieuws: bent u ooit iets tegengekomen waarvan u denkt dat het nepnieuws is?

- Ja
- Geen

3.2 In welke mate denkt u dat het nepnieuws een invloed heeft op het volgende?

Geef een cijfer van 1 tot 5, waarbij 1 betekent "helemaal niet" en 5 betekent "extreem".

- Democratie
- Persoonlijk leven
- Gezondheid
- Politiek
- Economie
- Andere

3.3 Beoordeling van geloofwaardigheid: Welke manieren gebruikt u om de geloofwaardigheid van een nieuwsbron te bepalen?

- Bronnen controleren.
- Kruisverwijzingen met andere mediakanalen.
- Ga een open discussie aan met anderen.
- Andere, specificeer a.u.b.

3.3. Welke criteria vindt u belangrijk bij het beoordelen van de geloofwaardigheid van een nieuwsbron?

- Titel



- Grammaticale fouten
- Auteur
- Bron
- Andere

Hoofdstuk 4: Informatiezoekgedrag

4.1 - Hoe vaak zoekt u aanvullende informatie om de juistheid van nieuwsberichten of artikelen te controleren?

- Nooit
- Vaak
- Zeer vaak
- Altijd

4.2 Waar zoekt u meestal aanvullende informatie om de juistheid van nieuwsberichten of artikelen te controleren? (Meerkeuze)

- Officiële websites van de overheid
- Websites voor feitencontrole
- Vertrouwd nieuws
- Academische of onderzoekspapers
- Andere (specificeer) _____

Hoofdstuk 5: Mediageletterdheid en media-educatie

5.1 Hebt u enige formele of niet-formele opleiding of training in mediageletterdheid gevolgd?

- Ja
- Geen

5.1.1 Welke middelen hebt u gebruikt om uw mediageletterdheid of vaardigheden in kritisch denken te ontwikkelen?

- Persoonlijke training
- Onlinecursussen
- Boeken lezen, artikelen
- Video's bekijken
- Luisteren naar podcasts
- Geen van bovenstaande



- Andere middelen

5.2 Wat is de leervorm van uw voorkeur? (meerkeuze)

- Fysiek
- Online cursus
- Boek
- Artikel
- Video
- Podcast
- Overige:

5.3 - Wat voor soort onderwerpen zou u willen hebben in een cursus die gericht is op het ontwikkelen van mediageletterdheid en kritisch denken?

- hoe u toegang krijgt tot geschikte media en informatiebronnen en deze kunt vinden
- Hoe u nepnieuws en onjuiste informatie kunt herkennen
- hoe kwaliteitsmedia beoordelen
- hoe media, app en andere hulpmiddelen in het dagelijks leven te gebruiken
- hoe u uzelf kunt beschermen tegen de invloed van nepnieuws
- hoe u lesplannen kunt ontwikkelen en hulpmiddelen in de klas kunt opnemen
- Overige:

Hoofdstuk 6: Behoeften, beste praktijken en voorbeelden

6.1 - Zijn er specifieke hulpmiddelen, bronnen of initiatieven die volgens u effectief kunnen zijn in de strijd tegen de verspreiding van nepnieuws? Als u een leerkracht bent, geef dan informatie over hulpmiddelen die u al kent:



6.2 - Welke specifieke training of educatief materiaal hebt u nodig of denkt u dat nuttig zou zijn om MIL te verbeteren en desinformatie tegen te gaan!

Hartelijk dank voor uw bijdrage!

Bijlage 4 - Vragenlijst voor jongeren

Als jongere van nu groei je op in een geglobaliseerde wereld en verwerk je informatie uit meer verschillende bronnen dan ooit tevoren. Er wordt steeds meer nepnieuws en valse informatie verspreid op sociale media en het internet. Wij willen u vragen deze vragenlijst in te vullen om te weten te komen wat u hiervan vindt. Het kost u niet meer dan 5 minuten.

A. KENNIS EN ERVARING MET NEPNIEUWS

1. Wat is volgens u "nepnieuws"? (U kunt meer dan één optie kiezen)

- Valse verhalen die nieuws lijken te zijn, verspreid op het internet of via andere media
- Vals en verzonnen nieuws
- Nieuws dat opzettelijk onjuist is geschreven
- Andere

2. Hoe weet u dat een nieuwsbericht nep is?

- Factchecked
- Verworpen door de mainstream media
- Eigen oordeel
- Andere

3. Welke van de volgende sociale mediaplatforms gebruikt u?

- ☐ Facebook
- ☐ Twitter/X
- ☐ Instagram
- ☐ TikTok
- ☐ Snapchat
- ☐ Twitch
- ☐ Discord
- ☐ Whatsapp
- ☐ LinkedIn
- ☐ Pinterest
- ☐ Google+



- ☐ Youtube
- ☐ Geen
- ☐ Andere (specificeer)

4. Wat zijn de belangrijkste kanalen die u als nieuwsbron gebruikt?

- ☐ Sociale media
- ☐ Online kranten/websites
- ☐ Televisie
- ☐ Radio/Podcasts
- ☐ Gedrukte kranten/tijdschriften
- ☐ Andere (specificeer)
- ☐ Ik gebruik niet doelbewust een nieuwsbron

5. Kent u voorbeelden van nepnieuws of opzettelijk misleidende informatie?

- ☐ Ja (geef aan wat voor soort)
- ☐ Geen
- ☐ Ik weet het niet zeker

U kunt hier verschillende voorbeelden zien (Aan elke partner om actuele nationale voorbeelden te vinden):

- *Supermodellen passen deze 3 eenvoudige trucs toe om er jong uit te zien. Klik om te weten wat ze zijn.*
- *BREAKING: Obama en Hillary beloven nu amnestie aan elke illegaal die democratisch stemt.*
- *Een nieuwe spinnensoort in de V.S. heeft een dodelijke beet die in de zomer van 2018 aan vijf mensen het leven kostte.*

6. Hoe vaak komt u nepnieuws tegen?

- ☐ Elk uur
- ☐ Elke dag
- ☐ Eenmaal per week
- ☐ Bijna nooit

7. Hebt u vrienden of familie die opzettelijk nepnieuws hebben gedeeld?

- ☐ Ja
- ☐ Geen
- ☐ Ik weet het niet zeker



8. Hebt u ooit "nepnieuws" gemarkeerd? of als Option: Kent u iemand die nepnieuws heeft aangeduid? *Aanduiden: Proces van het identificeren of markeren van inhoud als mogelijk onjuist, misleidend of onbetrouwbaar.*

- ☐ Ja
- ☐ Geen

9. **Hebt u het onderwerp nepnieuws besproken in een van de volgende situaties:** (u kunt meer dan één optie kiezen)

- ☐ Op school
- ☐ Met de familie
- ☐ Met vrienden
- ☐ Aan het werk
- ☐ Andere plaatsen (specificeer)
- ☐ Ik heb het niet over nepnieuws gehad

10. **Denkt u dat u voldoende geleerd hebt om met nepnieuws om te gaan?**

- ☐ Ja
- ☐ Geen
- ☐ Ik weet het niet zeker

11. **Denkt u dat nepnieuws invloed heeft op uw gedrag en het gedrag van uw vrienden?**

Geef een cijfer van 1 voor "zeer impactvol" tot 5 voor "helemaal geen impact".

- Impact van nepnieuws 1-2-3-4-5

12. **Beoordeel de volgende nieuwsbron van meest tot minst betrouwbaar**

Opties:

- Sociale media
- Online kranten/websites
- Televisie
- Radio
- Gedrukte kranten/tijdschriften

13. **Wat associeert u nog meer met "Fake News"? (open vraag - niet verplicht)**



- **ALGEMENE INFORMATIE**

14. Tot welke leeftijdsgroep behoort u?

- ☐ 12-15
- ☐ 16-18
- ☐ 18+

15. Wat is uw geslacht?

- ☐ Vrouw
- ☐ Mannelijk
- ☐ Liever niet zeggen

ERASMUS-EDU-2023-PI-FORWARD — [ERASMUS-EDU-2023-PI-FORWARD-LOT1]

Project Number: 101132716



**Medegefinancierd door
de Europese Unie**

Gefinancierd door de Europese Unie. Opvattingen en meningen zijn echter uitsluitend die van de auteur(s) en komen niet noodzakelijkerwijs overeen met die van de Europese Unie of het Uitvoerend Agentschap voor onderwijs en cultuur (EACEA). Noch de Europese Unie, noch EACEA kan hiervoor verantwoordelijk worden gehouden.



CARDET



CENTRO SVILUPPO
CREATIVO
DANILO DOLCI



DANMAR
COMPUTERS

IT mai



die Berater
bridges to europe



kmop
EDUCATION HUB



aproximar
COOPERATIVA DE SOLIDARIEDADE SOCIAL, CRL



LECTURA ȘI
SCRIEREA PENTRU
DEZVOLTAREA
GÂNDIRII CRITICE

Go!

onderwijs
van de Vlaamse
Gemeenschap



olae