

JEUGD
PANEL.

ONLINE NEPNIEUWS

door de ogen
van jongeren

Juni 2026



Hoe gaan jongeren om met online nepnieuws?

Aanleiding

Voor jongeren is de online wereld een belangrijke bron van informatie. Tegelijkertijd is het aanbod aan informatie de afgelopen jaren sterk veranderd. Nepnieuws en desinformatie komen steeds vaker voor, vooral via sociale media en andere online platforms.

Jongeren krijgen hierdoor regelmatig te maken met informatie die niet klopt of misleidend is. Daarom is het belangrijk om te begrijpen hoe jongeren met deze informatie omgaan. Daarbij vraagt de huidige digitale nieuwsomgeving ook steeds meer om vaardigheden zoals kritisch denken, broncontrole en het herkennen van betrouwbare informatie.

Deze ontwikkeling sluit aan bij de groeiende aandacht voor digitale geletterdheid in het onderwijs. Met de invoering van nieuwe kerndoelen digitale geletterdheid krijgt het leren omgaan met digitale informatie, media en technologie een meer structurele plek binnen het onderwijs (SLO, 2026).

Er is al meer onderzoek gedaan naar nepnieuws, maar daarin ontbreekt vaak het perspectief van jongeren zelf. Bestaande nationale en internationale studies laten zien dat nepnieuws gevolgen kan hebben voor hoe mensen denken en welke keuzes zij maken (UNESCO, 2026). Wat minder goed in beeld is, is hoe jongeren nepnieuws in hun dagelijks leven tegenkomen en wat zij ermee doen.

Eerder onderzoek laat zien dat jongeren nieuws steeds vaker via vrienden, klasgenoten en influencers ontvangen (Duvekot, 2023). Daardoor spelen traditionele journalistieke kwaliteitsfilters een kleinere rol. Informatie wordt via sociale media bovendien snel gedeeld, vaak zonder controle van de bron of betrouwbaarheid. Dit vergroot de kans dat nepnieuws zich verspreidt, soms zonder dat jongeren zich daarvan bewust zijn.

661
Drentse en Groningse jongeren van 12 tot en met 18 jaar werkten mee aan dit onderzoek.

Onderzoeksvraag

Hoe ervaren en herkennen jongeren in Groningen en Drenthe Online nepnieuws en hoe gaan ze daarmee om?

Belangrijkste inzichten

- Jongeren volgen nieuws vooral via sociale media, waar nieuws hen meestal passief bereikt via hun feed.
- Jongeren zijn zich bewust van nepnieuws en komen dit regelmatig tegen. Tegelijk vraagt een deel van de jongeren zich zelden af of online nieuws nep is.
- Veel jongeren denken nepnieuws goed te herkennen, vooral op basis van visuele signalen en intuïtie. Tegelijk ervaren zij dat AI het onderscheid tussen echt en nep bemoeilijkt.
- Hoewel jongeren de mogelijke gevaren van nepnieuws zien, beschouwen velen het als een normaal onderdeel van hun online omgeving. Kritisch nadenken, informatie controleren en hierover praten met anderen vinden zij belangrijk.

Belangrijkste aanbevelingen

- Stimuleer het gesprek en gezamenlijk leren over online informatie, zowel thuis als op school, waarbij jongeren actief betrokken worden.
- Benut de invoering van de kerndoelen digitale geletterdheid om mediawijsheid duurzaam te integreren in het onderwijs, met aandacht voor kritisch denken, broncontrole en online informatievaardigheden.
- Zorg dat betrouwbaar nieuws jongeren beter bereikt op de sociale mediaplatforms die zij dagelijks gebruiken.
- Zorg voor transparantie rond AI-content en ondersteun gebruikers beter bij het herkennen en beoordelen van door AI gemaakte of bewerkte content.

WAT VERSTAAN WIJ ONDER NEPNIEUWS?

In dit onderzoek verstaan we onder nepnieuws: informatie die onjuist of verzonnen is, maar wordt gepresenteerd alsof het echt nieuws is. Het doel kan zijn om mensen te misleiden, meningen te beïnvloeden of er geld mee te verdienen. Soms wordt nepnieuws gedeeld zonder te weten dat het niet klopt, dat heet misinformatie. Nepnieuws is een vorm van desinformatie wanneer het bewust wordt gemaakt en verspreid om mensen te misleiden. Vaak worden dit soort berichten op een geïntegreerde manier verspreid via sociale media, zodat het veel mensen bereikt. Desinformatie en nepnieuws kunnen vele vormen hebben: een nieuwsbericht op het internet, een video op sociale media of een plaatje in een appgroep.

Jongeren volgen nieuws vooral passief via sociale media

"Soms ook op radio of Spotify (reclame)."

"Soms krijg ik ook nieuws te horen van mijn ouders of andere mensen."

83%

van de jongeren van 12 tot en met 18 jaar consumeert nieuws via sociale media.

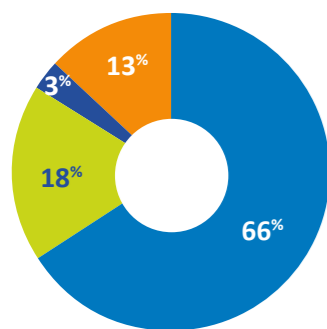
8 op de 10 jongeren gebruiken sociale media als nieuwsbron (83%). Bijna driekwart volgt online nieuws via TikTok (72%), gevolgd door Snapchat (45%), YouTube (41%) en Instagram (39%). Traditionele nieuws-sites, zoals NU.nl, NOS.nl en RTL Nieuws, spelen een kleinere rol: 23% gebruikt deze sites voor online nieuws. Onder volwassenen ligt het gebruik van sociale media als nieuwsbron lager; circa een derde doet dit dagelijks (Trendbureau Drenthe en Sociaal Planbureau Groningen, 2026).

De meeste jongeren zoeken online niet actief naar nieuws, maar komen het toevallig tegen in hun feed (66%). Eén op de vijf jongeren (21%) zoekt actief online nieuws

en een groot deel daarvan ziet daarnaast ook nieuws toevallig voorbij komen.

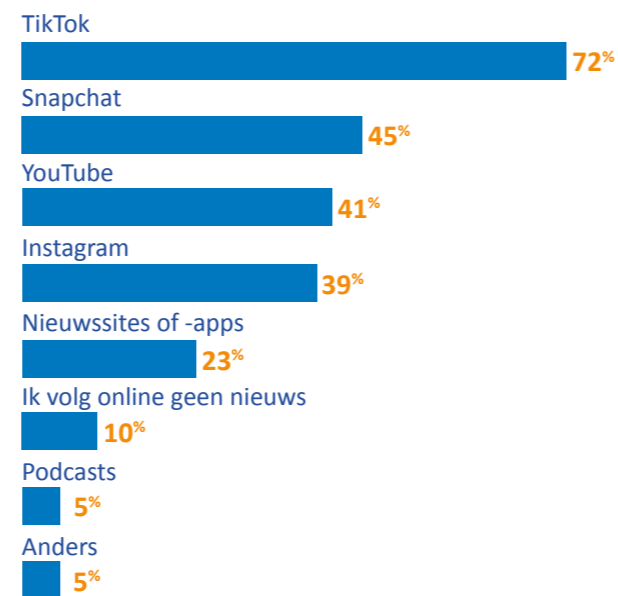
Dit is vergelijkbaar met landelijk onderzoeken, die eveneens laten zien dat jongeren nieuws steeds vaker via online platforms en sociale media volgen, in plaats van via traditionele nieuwsmedia (Bloemert e.a., 2026; Lauf e.a., 2025). Voor deze generatie verschuift nieuwsconsumptie dus sterk naar sociale media, waar het moeilijker is om de betrouwbaarheid van informatie te beoordelen. Nieuws 'vindt' jongeren vooral via algoritmes, in plaats van dat zij er actief naar zoeken. Hierdoor hebben jongeren weinig controle over welke informatie ze zien.

Hoe vinden jongeren online nieuws?



- Ik zie online nieuws toevallig voorbijkomen
- Ik zoek zelf online nieuws en zie online nieuws toevallig
- Ik zoek zelf naar online nieuws
- Ik kom (bijna) nooit online nieuws tegen

Waar volgen jongeren online nieuws?



Meerderheid vraagt zich weleens af of online nieuws nep is

4 op 10 jongeren vraagt zich nooit af of nieuws nep is

"Ik zie vaak video's die door AI zijn gemaakt."

"Nee, ik kijk niet echt nep video's of foto's."

"Boeit me niks, ik kijk gewoon en soms is het grappig."

Nepnieuws, ook wel 'fake news' genoemd, is vaak expres verzonden of onjuiste informatie die eruitziet als echt nieuws. Het doel is om mensen iets te laten geloven dat niet waar is. Vaak wordt nepnieuws verspreid om geld te verdienen of meningen te beïnvloeden. Bijvoorbeeld een foto, filmpje of bericht dat zo is aangepast of geschreven dat het echt lijkt, terwijl dat niet zo is.

Veel jongeren zijn zich bewust van de mogelijkheid dat online nieuws nep kan zijn: 6 op de 10 jongeren vraagt zich weleens af of het online nieuws dat ze tegenkomen nep is. Echter, een aanzienlijk deel vraagt zich nooit af of nieuws nep is (37%). Er zijn slechts kleine verschillen in twijfel over nepnieuws tussen leeftijdsgroepen.

63%

van de jongeren van 12 tot en met 18 jaar vraagt zich weleens af of online nieuws nep is.

37%

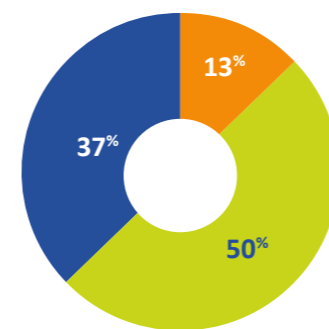
vraagt zich dit (bijna) nooit af.

"Ik weet het niet, ik let er niet echt op als ik op telefoon zit."

"Je moet weten dat je niet alles moet geloven."

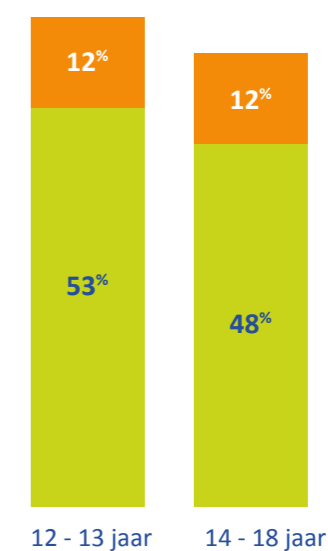
"Op TikTok zie ik wel eens filmpjes, dat ik denk van is dit nepnieuws?"

Vragen jongeren zich weleens af of online nieuws nep is?



- Vaak
- Soms
- Bijna nooit

Aandeel jongeren dat zich soms of vaak afvraagt of online nieuws nep is



- Vaak
- Soms

Bijna helft van de jongeren zegt wekelijks online nepnieuws te zien

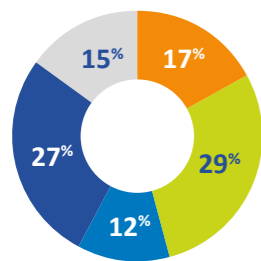
46%

van de jongeren van 12 tot en met 18 jaar zegt minimaal wekelijks online nepnieuws tegen te komen.

27%

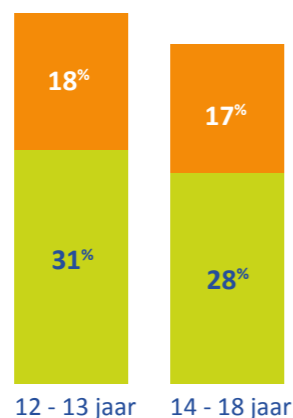
zegt (bijna) nooit online nepnieuws tegen te komen.

Hoe vaak komen jongeren online nepnieuws tegen?



- Elke dag
- Elke week
- Elke maand
- (Bijna) nooit
- Weet ik niet

Aandeel jongeren dat minimaal wekelijks online nepnieuws ziet



"Ik zie het niet heel vaak, maar soms zie ik wel een bewerkte foto op TikTok of op Snapchat zie ik soms van die nep filmpjes."

"Ik heb nog nooit echt iets van nepnieuws ontdekt."

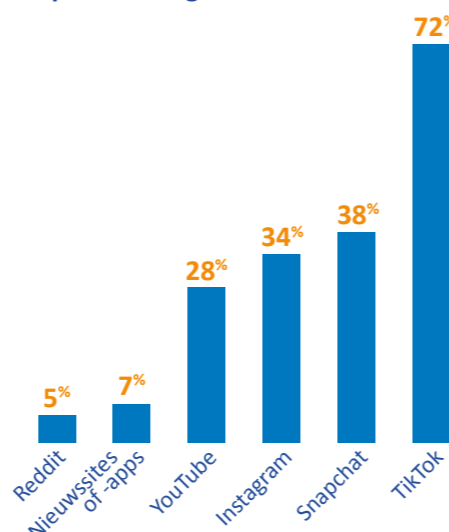
"Overal, waaronder sommige (niet alle) nieuwssites."

tegenkomt en 1 op de 5 zelfs dagelijks (Mediahuis, 2025). Onderzoek onder volwassen Groningers en Drenten toont aan dat ruim 60% van hen wekelijks nepnieuws denkt te zien. Zo'n 20% van de volwassenen geeft aan (bijna) nooit nepnieuws te zien (Trendbureau Drenthe en Sociaal Planbureau Groningen, 2026).

Jongeren komen vooral visuele vormen van nepnieuws tegen, zoals bewerkte foto's en nepvideo's (vaak gemaakt met AI). Sociale media spelen hierbij een centrale rol: vooral TikTok, gevolgd door Instagram, Snapchat en YouTube, zijn de belangrijkste kanalen waar jongeren nepnieuws tegenkomen. TikTok is dus de plek waar jongeren het vaakst nieuws volgen, maar tegelijkertijd ook het meest nepnieuws tegenkomen.

"Op Twitter of X gebeurt dit ook vaak."

Waar komen jongeren online nepnieuws tegen?



Helft jongeren denkt nepnieuws altijd te herkennen

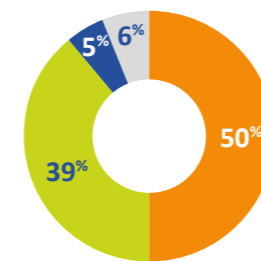
En 4 op de 10 jongeren denkt nepnieuws soms te herkennen

Over het algemeen denken jongeren nepnieuws te herkennen; 50% zegt dit vaak tot altijd te herkennen en 39% denkt nepnieuws soms te herkennen. Een kleine groep jongeren twijfelt aan het eigen vermogen om nepnieuws te herkennen. Jongens zijn overduidelijk zelfverzekerder dan meisjes (60% om 42%).

"Je kan soms niet zien of het echt nieuws is of nepnieuws."

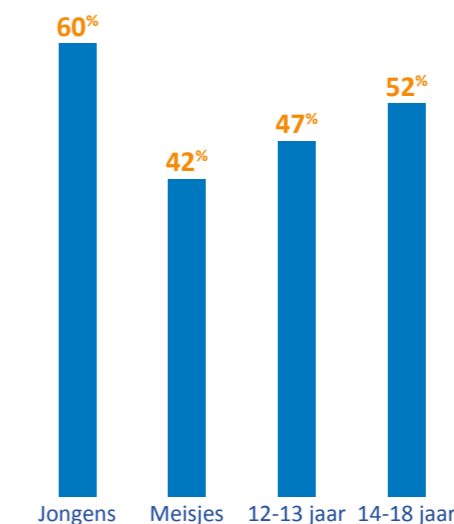
"Ik stuur het naar mijn vrienden als het leuk is."

Vinden jongeren dat ze online nepnieuws goed kunnen herkennen?



- Altijd tot vaak
- Soms
- (Bijna) nooit
- Weet ik niet

Aandeel jongeren dat nepnieuws vaak tot altijd zegt te herkennen



"Ik weet wanneer iets echt fake is en anders kijk ik het journaal, zodat ik weet of het waar is of niet."

"Ik begin er al steeds vaker in te trappen (AI)."

89%

van de jongeren van 12 tot en met 18 jaar denkt online nepnieuws wel(eens) te herkennen.

5%

denkt online nepnieuws (bijna) nooit te herkennen.

"Ik kijk of het nep is, want dat is wel snel te zien. Maar ik kijk dan wel gewoon verder."

"Ik heb geen zin om daar op te letten, want ik kijk gewoon filmpjes."

Jongeren herkennen nepnieuws vooral aan visuele signalen

Daarnaast speelt eigen intuïtie een rol in het herkennen van nepnieuws

Veel jongeren denken nepnieuws goed te kunnen herkennen, vooral door visuele signalen, zoals bewerkte of nep ogende foto's of video's. Tekstuele aanwijzingen, zoals slecht geschreven berichten, worden minder vaak genoemd. Jongeren letten verder op overdreven of onbetrouwbare informatie.

Ook intuïtie speelt een belangrijke rol: veel jongeren geven aan dat ze vaak aanvoelen wanneer iets 'niet klopt'. Tijdens de klassengesprekken probeerden we dit gevoel onder woorden te brengen. Leerlingen noemden bijvoorbeeld details als ontbrekende schaduw of beelden die er te strak uitzien.

Daarnaast lieten we twee geluidsfragmenten horen, waarvan één met AI gegenereerd. Dit bleek voor jongeren lastiger te onderscheiden. Zij probeerden hier ook op details te letten, zoals het ontbreken van achtergrondruis. Een leerling noemde een andere strategie: "Ik kijk naar de comments en dan zegt een ander 'dit is nep'."

Ook bestaande kennis helpt jongeren soms om nepnieuws te herkennen. Op een door AI gegenereerde foto stond bijvoorbeeld een voetballer die al overleden is en daardoor niet bij de rest van het plaatje paste. Omdat leerlingen deze context kenden, konden zij sneller vaststellen dat de foto niet echt was.

Dit komt ook overeen met hoe volwassenen nepnieuws herkennen: meer dan de helft van de volwassenen herkent nepnieuws intuïtief, let op de bron of merkt het aan fouten en slechte kwaliteit in het bericht (Trendbureau Drenthe en Sociaal Planbureau Groningen, 2026).

Tegelijk geven jongeren, zowel in de vragenlijst als tijdens de klassengesprekken, aan dat het onderscheid tussen echt en nep steeds moeilijker wordt. Dit komt vooral door de opkomst van steeds realistischer AI-beelden en video's.



- "Video's van oorlog die nep zijn, of een nep account."
- "AI wordt super realistisch."
- "Ik zie het als de mond niet klopt met het praten."
- "Ik zag een tijdje geleden dat de Eiffeltoren in brand stond, maar dat was nep."
- "Ik zie het aan reacties van mensen onder de video of foto."
- "Soms zie ik wel een gekke video van een bekend iemand."
- "Van AI, zoals paarden die op een trampoline springen."
- "Soms is het echt overduidelijk en soms heel moeilijk te herkennen."
- "Normaal kijk ik in de comments of andere mensen het ook door hebben."

"Ik zie het aan reacties van mensen onder de video of foto."

"Ik weet het gewoon, want ik ben een goede AI detector."

"Het is te pietje precies."

Hoe herkennen jongeren of iets nepnieuws is?



Merendeel van de jongeren maakt zich geen zorgen over nepnieuws

Zorgen gaan vooral over misleiding, oplichting en onzekerheid over wat waar is

De meeste jongeren maken zich weinig zorgen over nepnieuws: 79% zegt zich hier zelden tot nooit druk om te maken. Een kleinere groep (14%) maakt zich hier soms tot vaak zorgen over. Meisjes en jongeren van 12 en 13 jaar lijken zich iets vaker zorgen te maken over nepnieuws dan andere groepen. Ook tijdens de klassengesprekken kwam naar voren dat de meeste leerlingen zich niet direct zorgen maken over nepnieuws, maar wel gevolgen zien voor anderen en de samenleving.

Uit de vragenlijst en de klassenbezoeken kwamen verschillende zorgen naar voren. Vooral de rol van AI zorgt volgens jongeren voor onzekerheid, omdat het steeds moeilijker wordt om echt van nep te onderscheiden, zeker bij realistische video's en berichten. Hierdoor kan nepnieuws geloofwaardiger, maar ook gevaarlijker aanvoelen.

Jongeren geven aan dat mensen hierdoor sneller informatie geloven die niet klopt, zoals roddels, nepvideo's of misleidende berichten over bijvoorbeeld oorlogen. Volgens hen kan dit leiden tot boosheid, misverstanden of zelfs verkeerde keuzes. De risico's die jongeren noemen, draaien vooral om misleiding, oplichting, onzekerheid over wat waar is en de invloed die nepnieuws kan hebben op meningen. In de klassengesprekken werd daarnaast genoemd dat nepnieuws kan zorgen voor onrust, emotionele reacties en het kwetsen van anderen.

"Het kan onnodige onrust veroorzaken."

"Je kan iemand kwetsen."

"Dat er dan roddels worden verspreid die helemaal niet kloppen en voor sommige mensen is dat dan heel vervelend."

"Dat jongere kinderen of oudere mensen daar wel in trappen."

"Dat het vervelend is om niet te kunnen zien of kunnen geloven of iets echt of nep is."

"Dat de informatie mensen kan misleiden."

"Het is irritant wanneer je niet zomaar alles kunt vertrouwen."

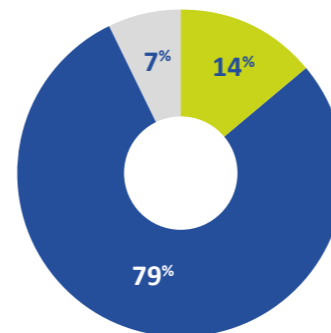
"Dat er misverstanden komen, dan kun je bepaalde emoties krijgen."

"Misschien gaan mensen het wel geloven en dat kan misschien gevaarlijk zijn."

"Dat het niet waar is en dat ze misschien mensen hacken of oplichten."

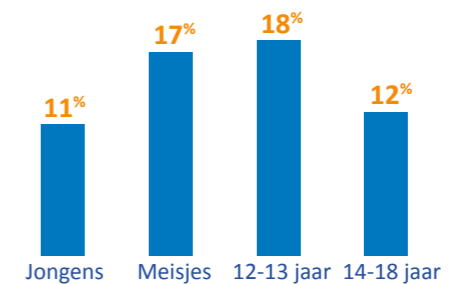
"Mijn zorgen liggen vooral dat anderen er misschien in geloven en dat ze de informatie verspreiden naar anderen die het ook geloven."

Maken jongeren zich zorgen over nepnieuws?



■ Soms tot vaak
■ (Bijna) nooit
■ Weet ik niet

Aandeel jongeren dat nepnieuws vaak tot altijd zegt te herkennen



We zien vooral gelatenheid bij jongeren als het om nepnieuws gaat

Ook aanknopingspunten voor mediawijsheid

Alles bij elkaar valt op dat veel jongeren nepnieuws lijken te accepteren als een vast onderdeel van hun online omgeving. Hoewel zij zich bewust zijn van het bestaan ervan en vaak denken het te kunnen herkennen, reageren zij meestal niet actief en scrollen zij simpelweg verder. Op basis van de klassengesprekken lijkt dit voort te komen uit een mix van desinteresse, vertrouwen in eigen herkenning en soms ook de bewuste keuze om nepnieuws geen aandacht of verdere verspreiding te geven.

Nepnieuws wordt daarmee door veel jongeren gezien als iets dat er nu eenmaal 'bij hoort'. Tegelijk beschikt niet iedere jongere over dezelfde vaardigheden om nepnieuws te herkennen en geven jongeren zelf aan dat het onderscheid tussen echt en nep steeds moeilijker wordt, vooral doordat AI-content soms nauwelijks van echt te onderscheiden is.

Jongeren laten in het onderzoek zien dat er aanknopingspunten zijn voor mediawijsheid. Zij geven aan dat het belangrijk is om kritisch te blijven, niet alles zomaar te geloven en informatie waar nodig te controleren of te bespreken met

anderen. Tijdens de klassengesprekken deelden jongeren bovendien eigen strategieën om online informatie te beoordelen, bijvoorbeeld door te letten op visuele signalen, reacties van anderen of bestaande kennis over een onderwerp. Dit laat zien dat jongeren niet alleen een doelgroep zijn, maar ook kennis en ervaring meebrengen in het omgaan met online informatie en AI-content. Deze inzichten bieden aanknopingspunten om jongeren actiever te betrekken bij de ontwikkeling van beleid en onderzoek rondom digitale geletterdheid en omgaan met AI. Tegelijkertijd blijkt dat de genoemde vaardigheden en strategieën niet altijd consequent worden toegepast in de praktijk.

Dit speelt overigens niet alleen bij jongeren, maar ook onder volwassenen (Trendbureau Drenthe en Sociaal Planbureau Groningen, 2026). Volwassenen zien grote verschillen tussen groepen in de manier waarop zij nieuws consumeren en beoordelen. Daarnaast benadrukken volwassenen dat er behoefte is aan ondersteuning bij het kritisch beoordelen van informatie en zien zij hierin een belangrijke rol voor bibliotheken en het onderwijs.

"Soms ga ik het controleren en vergelijken met echte nieuwsbronnen."

"Ik denk niet dat je het kunt voorkomen."

"Er moet wel meer aandacht aan worden besteed."

"Hoe herken je gelijk nepnieuws?"

"Leren herkennen van nep-nieuws is belangrijk."

Tips van leerlingen

"Let goed op. Kijk minder troep."

"Goed kijken en niet alles geloven."

"Kijk in de comments of in de beschrijving."

"Als de plaatjes er te perfect uitzien of plastic uitzien is dat meestal nep."

"Doorscrollen. Geen aandacht aan nepnieuws geven."

"Als je twijfelt, gewoon ervan uitgaan dat het nep is."

"Naar opvallende dingen kijken."

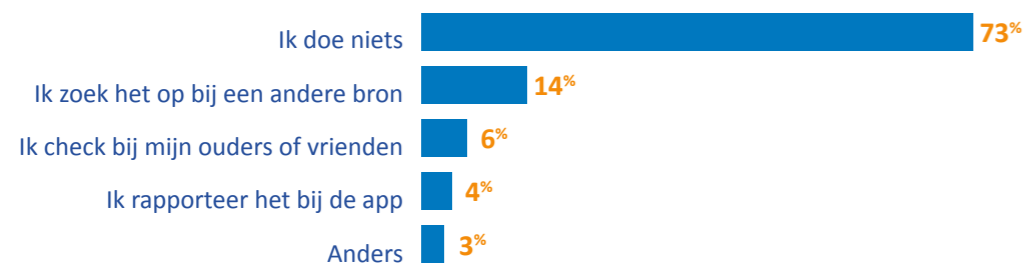
"Niet zomaar alles geloven. Zoek het op een betrouwbare site of platform op."

"Niet alles vertrouwen wat je ziet."

"Door het juist te negeren, verspreid je het ook minder, omdat het mensen hun interesse niet pakt."

"Vraag aan je ouders of het echt is."

Wat doen jongeren als ze online nepnieuws zien?



Belangrijkste inzichten

Jongeren volgen nieuws vooral passief via sociale media.

Ruim acht op de tien jongeren consumeert nieuws via sociale media, waarbij nieuws hen meestal toevallig bereikt via hun online feed.

Jongeren zijn zich bewust van nepnieuws en komen dit regelmatig tegen.

Vooraf bewerkte beelden, nepvideo's en AI-content worden vaak genoemd. Tegelijk vraagt een deel van de jongeren zich zelden af of online nieuws nep is.

Veel jongeren denken nepnieuws goed te kunnen herkennen, vooral op basis van visuele signalen en intuïtie.

Wel geven zij aan dat AI het onderscheid tussen echt en nep steeds moeilijker maakt.

Jongeren zien mogelijke gevaren van nepnieuws, maar maken zich hier meestal weinig zorgen over.

Nepnieuws lijkt voor velen een normaal onderdeel van de online omgeving geworden. Als risico's noemen zij vooral misleiding, oplichting en onzekerheid over wat waar is. Tegelijk benadrukken jongeren het belang van kritisch nadenken, informatie controleren en hierover praten met anderen.

Jongeren herkennen nepnieuws vaak al en zien het als iets dat er nu eenmaal 'bij hoort'. De uitdaging ligt daarom niet alleen in het opdoen van kennis, maar in het ondersteunen van bewuste keuzes én een betrouwbaardere online omgeving. Op basis daarvan doen we de volgende aanbevelingen.

Aanbevelingen

Stimuleer het gesprek en gezamenlijk leren over online informatie

Nepnieuws is voor veel jongeren een vanzelfsprekend onderdeel van hun online omgeving geworden. Stimuleer daarom gesprekken thuis, op school en onder jongeren zelf over online informatie, twijfel en betrouwbaarheid. Benauder jongeren daarbij niet alleen als doelgroep, maar ook als ervaringsdeskundigen die kennis en ervaringen kunnen delen. Ouders, scholen en professionals hoeven daarbij niet alle antwoorden te hebben: juist samen onderzoeken, vragen stellen en ervaringen uitwisselen helpt om mediawijsheid te versterken en beter aan te laten sluiten bij de online leefwereld van jongeren.

Geef mediawijsheid een structurele plek in het onderwijs

De inzichten van ons onderzoek bevestigen het belang om in het onderwijs te werken aan digitale vaardigheden. Vanaf schooljaar 2027-2028 moeten scholen verplicht invulling geven aan kerndoelen digitale geletterdheid (SLO, 2026). Met deze nieuwe kerndoelen krijgt kritisch omgaan met digitale informatie een stevigere en structurele plek in het onderwijs. Benut deze ontwikkeling om mediawijsheid niet als losse les of projectweek aan te bieden, maar structureel te verweven in bestaande vakken en onderwijspraktijken. Richt de aandacht daarbij niet alleen op het herkennen van nepnieuws, maar juist ook op het aanleren van kritisch denken, broncontrole en bewust omgaan met online informatie.

Zorg dat betrouwbaar nieuws jongeren beter bereikt

Jongeren volgen nieuws vooral via sociale media en komen daar tegelijkertijd het vaakst nepnieuws tegen. Dit vraagt van nieuwsorganisaties en andere betrouwbare informatiebronnen om actief aanwezig te zijn op de platforms waar jongeren actief zijn. Gebruik toegankelijke taal, herkenbare voorbeelden en vormen die jongeren aanspreken, zoals korte video's, uitleg en content die aansluit bij actuele onderwerpen. Zo wordt betrouwbaar nieuws beter zichtbaar en toegankelijk in een online omgeving waarin misleidende informatie zich gemakkelijk verspreidt.

Zorg voor transparantie rond AI-content

De opkomst van AI maakt het steeds moeilijker om feit en fictie van elkaar te onderscheiden. Zorg daarom voor duidelijke afspraken over transparantie bij AI-gebruik, bijvoorbeeld via zichtbare vermelding wanneer content met AI is gemaakt of bewerkt. Tegelijk ligt er een verantwoordelijkheid bij sociale mediaplatforms om misleidende content te beperken en gebruikers beter te ondersteunen bij het beoordelen van online informatie. Alleen inzetten op mediawijsheid is onvoldoende wanneer de digitale omgeving zelf misleiding blijft faciliteren.



BIJLAGE

Onderzoeksverantwoording

- Deze peiling is uitgevoerd door Sociaal Planbureau Groningen en Trendbureau Drenthe.
- Het onderzoek is uitgevoerd via het Jeugdpanel Groningen en Jeugdpanel Drenthe, middels een online vragenlijst op verschillende VO-scholen verspreid over de provincies Groningen en Drenthe.
- In totaal vulden 661 jongeren van 12-18 jaar de vragenlijst in.
- De uitkomsten van de uitvraag zijn door ons samen met Spot TV besproken met ruim 40 leerlingen op 2 verschillende scholen.
- De vragenlijst is ingevuld in maart en april 2026. De verdiepende lessen vonden plaats in mei 2026.

Responsverantwoording

	Totaal	In procenten
Totaal	661	100%
Meisje	328	50%
Jongen	294	45%
Non-binair	7	1%
Onbekend	33	4%
12-13 jaar	235	36%
14-15 jaar	328	50%
16-18 jaar	71	11%
Onbekend	27	3%
Praktijkonderwijs	15	2%
Vmbo	547*	83%
Havo/Vwo	89	13%
Onbekend	10	2%

* Voor de afname van de vragenlijst zijn wij afhankelijk van de medewerking van scholen en van de klassen waarin deze wordt uitgezet. In deze meting is de respons relatief sterk vertegenwoordigd door vmbo-leerlingen.

Jeugdpanel als aanpak om jongerenparticipatie te versterken

Voor het Groninger Jeugdpanel en het Drents Jeugdpanel werken we samen met middelbare scholen van alle onderwijsniveaus, verspreid over de provincies Groningen en Drenthe. Deze panels worden twee keer per schooljaar ingezet voor onderzoek. Leerlingen vullen een digitale vragenlijst in over een specifiek thema, gevolgd door verdiepende klassengesprekken waarin we samen met jongeren oplossingsrichtingen verkennen. We betrekken altijd een externe partij die deskundig is op het onderwerp. Deze partij denkt mee van begin tot eind en gaat mee de klassen in.

Om een breder bereik onder jongeren te realiseren, ondersteunt Spot TV - een online platform voor en door jongeren - het Jeugdpanel door extra online content te ontwikkelen rond de onderzochte thema's. Na afloop van elk onderzoek produceert Spot TV een video met de onderzoeksresultaten en reacties van bestuurders en beleidsmakers, speciaal voor de deelnemende leerlingen.

De behoeften en ideeën van jongeren vertalen we naar concrete adviezen. Deze delen we met scholen, overheden en betrokken organisaties, waarna we samen bespreken hoe ze in beleid kunnen worden toegepast.

De brede aanpak via scholen van allerlei onderwijsniveaus, aangevuld met online content, is een belangrijke succesfactor van het Jeugdpanel. Daarnaast zijn succesvolle elementen van het panel de toegankelijkheid en laagdrempeligheid van het Jeugdpanel, de mogelijkheid voor jongeren om zonder lange verplichtingen deel te nemen, de interactie tijdens de verdiepende gesprekken waarbij jongeren zich gehoord voelen, en de terugkoppeling waarin duidelijk wordt wat er met hun ideeën gebeurt.

Sociaal Planbureau Groningen en Trendbureau Drenthe werken voor het Jeugdpanel samen met [SpotTV Groningen](#).



Bibliografie

Bloemert, E., Lohuis, J., & Doornkamp, P. (2026). De nationale vertrouwensmonitor media 2025. Rapportage jongeren 12-17 jaar. Newcom research & consultancy.

Duvekot, S., Jong, J. de, Valgas, C., & Haan, J. de (2023). Jongeren en nieuws 2006- 2022. Lectoraat Kwaliteitsjournalistiek in Digitale Transitie, Hogeschool Utrecht.

Lauf, E., Scholtens, J., & Brennecke, S. (2025). Het digital News Report Nederland 2025. Commissariaat voor de Media.

Mediahuis (2025). Jongeren onderzoek. Het gedrag van jongeren onder de loep.

SLO (2026). Kerndoelen voortgezet onderwijs.

Trendbureau Drenthe en Sociaal Planbureau Groningen (2026). Iedere stem gehoord. Een onderzoek naar nieuwsgebruik in Drenthe en Groningen.

Unesco (2026). Media and Information Literacy. Geraadpleegd 1 juni 2026, via <https://www.unesco.org/en/media-information-literacy>

VRT Nieuws (2026). AI Check: Echt of Nep? Doe de Quiz. Geraadpleegd 18 mei 2026, via <https://www.vrt.be/vrtnws/nl/ai-check/>



VRAGEN?



Evelien Mulder

e.mulder@sociaalplanbureaugroningen.nl



Julian Rengers

j.rengers@trendbureaudrenthe.nl



Femke de Haan

f.dehaan@sociaalplanbureaugroningen.nl



Annemieke Potze

a.potze@trendbureaudrenthe.nl



Imke Oosting

i.oosting@trendbureaudrenthe.nl



Colofon

Auteurs en onderzoekers

Evelien Mulder, Femke de Haan,
Imke Oosting, Julian Rengers en
Annemieke Potze

In samenwerking met:

Marten de Ruiter van Spot TV

Vormgeving

Sandra Jonge Poerink

We danken alle jongeren, docenten
en scholen die hebben meegewerkt
aan het onderzoek en tijdens de
klassengesprekken.

*Dit onderzoek is mede mogelijk
gemaakt door de provincies Groningen
en Drenthe.*