

Nepnieuws op het internet

Een literatuuronderzoek naar het wapenen tegen nepnieuws op het internet

Ellis van der Meer

SNR: 2030692

Bachelorscriptie Communicatie- en Informatiewetenschappen

Specialisatie: Bedrijfscommunicatie & Digitale Media

Faculteit: Humanities and Digital Sciences

Tilburg University, Tilburg

Begeleider: Jan de Wit

Tweede lezer: Tessa van Leeuwen

Juni 2021

Inhoudsopgave

ABSTRACT	3
1. INLEIDING	3
2. THEORETISCH KADER	4
2.1 WAT IS NEPNIEUWS	4
2.2 HET PLATFORM VAN NEPNIEUWS	5
2.3 OORZAKEN VAN NEPNIEUWS.....	6
2.4 NEPNIEUWS HEEFT VEEL INVLOED	8
2.5 HET PROBLEEM VAN NEPNIEUWS	9
3. METHODE - ZOEKPLAN.....	10
4. RESULTATEN	11
4.1 HET HERKENNEN VAN NEPNIEUWS	11
4.2 WIE SPELEN EEN BELANGRIJKE ROL BIJ HET TEGENGAAN VAN NEPNIEUWS.....	14
4.2.1 Rol voor de overheid	14
4.2.2 Rol voor sociale media platformen	15
4.2.3 Rol voor burgers.....	16
4.3 TOOLS OM NEPNIEUWS TE HERKENNEN	18
4.3.1. Mediawijsheid.....	18
4.3.2 Machine learning.....	20
5. CONCLUSIE EN DISCUSSIE.....	23
5.1 DISCUSSIE	23
5.2 CONCLUSIE.....	25
5.3 THEORETISCHE EN PRAKTISCHE IMPLICATIES	26
5.4 BEPERKINGEN EN SUGGESTIES VOOR VERVOLGONDERZOEK	26
REFERENTIELIJST	28

Abstract

In deze thesis wordt onderzocht hoe mensen zich kunnen wapenen tegen nepnieuws op het internet. Met behulp van drie deelvragen wordt deze onderzoeksvraag beantwoord. Aan de hand van de eerste deelvraag wordt onderzocht in welke mate mensen in staat zijn om nepnieuws te herkennen. Vervolgens wordt er onderzoek gedaan naar wie er een belangrijke rol spelen bij het voorkomen van nepnieuws en tot slot wordt de vraag beantwoord welke tools mensen kunnen helpen om nepnieuws te herkennen. Uit de literatuurstudie blijkt dat mensen vaak niet in staat zijn om nepnieuws te herkennen. Hoewel nepnieuws veel schade teweeg kan brengen, is het niet aan de overheid en sociale media platformen om te beslissen wat echt- en nepnieuws is. Dit zou namelijk het risico op censuur kunnen vergroten. Het beoordelen van nieuws op echt- en nepnieuws is daarom een taak van de burgers zelf. Echter de overheid en sociale media platformen kunnen de burgers hierbij wel helpen. Zo kan de overheid mensen stimuleren om meer mediawijs te worden en kunnen sociale media platformen *machine learning methodes* inzetten om burgers te helpen bij het herkennen van nepnieuws. In vervolgonderzoek kan er gekeken worden naar oudere doelgroepen dan alleen jongeren. Ook een steeds oudere doelgroep is namelijk actief op het internet, waardoor het nuttig kan zijn om te kijken hoe goed ouderen in staat zijn om nepnieuws te herkennen en wat het niveau van mediawijsheid is bij deze groep. Het is verder ook van belang om te onderzoeken hoe burgers meer mediawijs kunnen worden en hoe burgers mediawijsheid in de praktijk kunnen toepassen.

1. Inleiding

Sinds het begin van de coronapandemie worden mensen overspoeld door nieuwsberichten over corona en daardoor bestaat de dagelijkse nieuwsconsumptie voor een groot deel uit nieuws over corona. Niet alleen via kranten en andere gevestigde media worden de mensen geïnformeerd, maar ook op sociale media staan er dagelijks veel berichten over het virus. Deze berichten zijn echter niet altijd betrouwbaar. Veel berichten op het internet kunnen namelijk worden beschouwd als nepnieuws: de bewuste presentatie van onjuiste of misleidende beweringen als nieuws (Berkowitz & Schwartz, 2016; Polansky et al., 2017).

Nepnieuws leidt op internet vaak tot complottheorieën. Bij complotdenken worden er verbanden gelegd tussen losse, al dan niet werkelijk gebeurde gebeurtenissen zonder dat daar een (wetenschappelijke) verklaring voor is (Nederlands Jeugdinstituut, 2021). Nepnieuws ontstaat vaak op momenten van crisis, doordat de crisis onzekerheid en angst met zich

meebrengt. Dit gebeurt onder andere omdat mensen graag andere mensen of organisaties willen aanwijzen als schuldige voor het veroorzaken van de crisis (Nederlands Jeugdinstituut, 2021). Zo zou volgens sommige mensen het 5G-netwerk ervoor zorgen dat corona verergert of dat het 5G-netwerk corona zelfs veroorzaakt (Nieuwenhuis, 2020).

Deze complottheorieën zijn veel op sociale media te vinden en voor veel mensen zijn dat de enige nieuwsbronnen die nog worden gelezen. Hierdoor kunnen conflicten en tegenstellingen in de samenleving worden veroorzaakt of versterkt. Deze complottheorieën kunnen dus zorgen voor polarisatie en vervolgens ook tot radicalisering. Hierdoor zijn mensen eerder geneigd om met geweld in actie te komen (van Prooijen, 2020). Zo zien we bijvoorbeeld in de huidige coronapandemie dat het verzet radicaliseert. Zo werden er zendmasten in de brand gestoken omdat mensen bang zijn dat deze masten zorgen voor de verspreiding van het coronavirus (Nieuwenhuis, 2020).

Nepnieuws wordt steeds lastiger om te onderscheiden van echt nieuws (Berkowitz & Schwartz, 2016). Uit onderzoek blijkt bovendien dat nepnieuws steeds vaker voorkomt en nepnieuws heeft veel negatieve effecten (NOS, 2016). Het is van belang dat deze effecten worden tegengegaan en dus om te onderzoeken hoe mensen geleerd kan worden om kritischer om te gaan met (nep)nieuws. Momenteel is hier nog weinig onderzoek naar gedaan en daarom zal dit onderzoek hieraan bijdragen. In deze paper staat dan ook de volgende vraag centraal: “Hoe kunnen mensen zich wapenen tegen nepnieuws op het internet?”.

2. Theoretisch kader

2.1 Wat is nepnieuws

Nepnieuws wordt door Rubin (2017) gedefinieerd als een opzettelijke en bewuste poging van de verzender van een bericht om bij de ontvanger van een bericht een onjuiste overtuiging of conclusie te wekken. Dit lijkt op *hoaxes*, waarbij ook onjuiste informatie wordt verspreid. Het verschil is echter dat bij *hoaxes* de verspreiders na enige tijd bekend maken dat ze de mensen hebben misleid, terwijl dit bij nepnieuws niet het geval is (Burroughs & Burroughs, 2012; Secor & Walsh, 2004). Het verschil met complottheorieën en nepnieuws is dat complottheorieën vaak het gevolg zijn van nepnieuws. Doordat mensen het nepnieuws kunnen gaan geloven, kunnen er namelijk complottheorieën ontstaan. Een complottheorie is een theorie die ervan uitgaat dat bepaalde gebeurtenissen worden veroorzaakt door een samenzwering. Verder is het verschil tussen nepnieuws en complottheorieën dat de verspreiders van complottheorieën de lezers niet bewust misleiden, terwijl dit bij nepnieuws

wel het geval is. Meestal deelt de verspreider van een complottheorie het bericht namelijk omdat de verspreider van het bericht zelf ook gelooft in de complottheorie (Douglas et al., 2017). Een voorbeeld van een complottheorie is dat de Flat Earth Society er zeker van is dat de aarde plat is en dat de wetenschap hier niet de waarheid over vertelt. Wetenschappers van onderzoeken die namelijk bewijzen dat de wereld rond is, worden gezien als wetenschappers die de mensheid willen hersenspoelen (van der Heijden, 2018).

Nepnieuws berust dus niet op feiten, maar nepnieuws wordt wel gepresenteerd als regulier nieuws. Dit wordt gedaan door te doen lijken of deze berichten afkomen van een reguliere nieuwsbron of door de lay-out van de berichten te laten lijken op die van reguliere nieuwsberichten (Allcott & Gentzkow, 2017). Op basis van deze informatie kan nepnieuws dus worden omschreven als nieuws dat feitelijk onjuiste informatie bevat, waarbij lezers van deze berichten bewust worden misleid omdat de berichten lijken op berichten van regulier nieuws.

2.2 Het platform van nepnieuws

Sinds de opkomst van het internet is nieuws niet alleen maar in traditionele media te vinden, zoals kranten, maar ook op het internet. Eén van de redenen dat nieuws ook op het internet te vinden is, is omdat online nieuwsbronnen vaak gratis en eenvoudig te bereiken zijn (Vieweg et al., 2010). Daarnaast is het nieuws op het internet ook veel actueler dan nieuws in traditionele media, omdat de gebeurtenissen die plaatsvinden direct geplaatst kunnen worden op het internet. Hierdoor is het door het internet mogelijk geworden om veel sneller actuele informatie te verkrijgen (Earle, 2010).

Daarnaast blijkt uit onderzoek dat sociale media steeds meer gebruikt wordt door Nederlanders vanaf 12 jaar. Zo blijkt uit cijfers van het Centraal Bureau voor de Statistiek dat in 2014 74% van de Nederlanders sociale media gebruikte en in 2019 was dit percentage gestegen naar 87%. Van de 12- tot 45-jarigen gebruikte zelfs meer dan 95% sociale media (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2020). Vandaar dat traditionele nieuwsbronnen, zoals kranten, ook sociale mediakanalen zijn gaan gebruiken om nieuwsartikelen te verspreiden. Hierdoor is sociale media voor veel mensen een belangrijke bron van informatie geworden (Chamuleau et al., 2017; Gottfried & Shearer, 2016). Vooral het sociale mediakanaal Facebook wordt gebruikt als nieuwsbron. Het lezen en selecteren van nieuws op Facebook is gemakkelijk, omdat bijna ieder nieuwsbericht op de tijdlijn van Facebook verschijnt met een korte inleiding en een pakkende titel. Hierdoor wordt het nieuws op een fijne manier aan de

lezer gepresenteerd, de lezer heeft namelijk meteen een indruk van het desbetreffende artikel (Pentina & Tarafdar, 2014).

Een nadeel van sociale media is dat het niet alleen voor officiële nieuwsbronnen gemakkelijk is om snel nieuws te verspreiden, maar het is voor iedereen makkelijker geworden om nieuws te delen. De hoeveelheid informatie op sociale media is daardoor ook enorm gestegen, waardoor er nauwelijks meer controle is op de correctheid en volledigheid van de berichten op sociale media (Flanagin & Metzger, 2000). De kwaliteit van het nieuws op sociale media wordt hierdoor niet altijd gegarandeerd en zo wordt er tegenwoordig ook veel nepnieuws via sociale media verspreid (Fourney et al., 2017; Pentina & Tarafdar, 2014).

2.3 Oorzaken van nepnieuws

Nepnieuws kan ontstaan om verschillende redenen en meestal liggen er meerdere redenen aan ten grondslag. De twee belangrijkste redenen om nepnieuws in omloop te brengen zijn volgens Allcott en Gentzkow (2017) financiële redenen en politieke redenen. De financiële redenen komen erop neer dat nepnieuws wordt gebruikt om geld mee te verdienen. Plaatsers van berichten op sociale media kunnen geld verdienen doordat sociale mediagebruikers op een link in het bericht klikken. Door het klikken op deze link komen mensen op een andere website terecht, waar vaak advertenties van andere bedrijven op staan. Hoe meer sociale mediagebruikers op de link klikken, hoe meer geld er verdiend kan worden doordat er dan meer ‘klikkers’ de getoonde advertenties zien. Om mensen te triggeren om op het bericht te klikken, wordt er vaak gekozen voor pakkende en sensationele titels. Met deze titels wordt ingespeeld op de nieuwsgierigheid van mensen (Chakraborty et al., 2017). Volgens Allcott en Gentzkow (2017) zijn nepnieuwssites deskundig geworden in het misleiden van sociale mediagebruikers, waardoor de gebruikers naar deze websites gaan. Vaak zijn deze nepnieuwssites dan ook alleen gefocust op het behalen van winst via advertenties (Neels, 2018).

De tweede reden is politiek van aard. Nepnieuws wordt dan toegepast om de mening van het volk te veranderen over politieke opvattingen. Het onderscheid met nepnieuws uit financiële redenen lijkt helder, maar blijkt in de praktijk nog niet zo makkelijk te maken. Uit onderzoek van Gu et al. (2017) blijkt dat veel artikels worden gezien als politiek nepnieuws, omdat ze gaan over de politiek. Toch is de politiek beïnvloeden niet altijd het doel van deze artikels. Zo hielden tieners in een dorp in Macedonië honderden nepnieuwssites bij en hebben ze hierbij zowel berichten geplaatst in het voordeel van Trump als in het voordeel van Clinton (Corner, 2017). Het doel van de tieners was daarom ook niet om de politiek te beïnvloeden,

maar om de winst die ze via advertenties met deze websites voortbrachten (Allcott & Gentzkow, 2017). Ondanks dat het doel niet was om de politiek te beïnvloeden, is er het risico dat de stem van de kiezers door deze websites wordt beïnvloed. Een voorbeeld waarbij er wel sprake was van nepnieuws waarbij de politiek beïnvloeden ten grondslag lag, was een Amerikaanse man die een nepnieuwswebsite bijhield. De berichten die hij verspreidde waren allen ten gunste van Donald Trump en hij heeft het idee dat mede door hem Trump verkozen is tot president. Zijn nepnieuwsberichten werden namelijk onder andere opgepikt door grote nieuwssites als *ABC* en *CNN*. Hierdoor waren zijn berichten waarschijnlijk van invloed tijdens de verkiezingen (Vermeij, 2016).

Nepnieuws kan ook verspreid worden om een negatieve beeldvorming te creëren over bevolkingsgroepen, zoals migranten, asielzoekers en/of moslims (Hoax-Wijzer, z.d.). Ook hier liggen vaak politieke redenen ten grondslag. Ook vooroordelen zijn hierbij van grote invloed. Vooroordelen zijn meningen die niet op feiten zijn gebaseerd en gaan vaak over kenmerken of gedragingen van groepen. Zo kunnen ook groepen last hebben van negatieve vooroordelen en dit betekent dat hele groepen ongunstig worden gewaardeerd. Deze vooroordelen kunnen ontstaan omdat mensen meningen van anderen overnemen, maar ook omdat ze een ervaring hebben met één lid of enkele leden van een groep en deze ervaring generaliseren naar de rest van de groep (Shadid, 1995). Het is met nepnieuws mogelijk om deze vooroordelen over bepaalde bevolkingsgroepen te bevestigen en zelfs te bekrachtigen. Zo werd door een Facebookgebruiker op Facebook een foto (zie figuur 1) gepost met daarbij het bijschrift: "Herinner je je deze man? Hij poseerde op IS-foto's vorig jaar, nu is hij een 'vluchteling'. Zijn wij sukkels of wat." (Grommen, 2015). Deze facebookpost ging viraal omdat mensen bang waren dat Europa inderdaad vermomde terroristen als vluchteling binnenhaalden. Later bleek dat deze man helemaal geen IS-strijder is geweest. De linkse foto werd namelijk gemaakt toen hij in het Syrische vrijheidsleger zat en vocht tegen het regime van Bashar al- Assad (Grommen, 2015).

Figuur 1

Facebookpost Vooroordelen



Doordat met deze berichten de vooroordelen die mensen hebben bevestigd of zelfs versterkt kunnen worden, kan het ervoor zorgen dat mensen een nog negatievere beeldvorming over bepaalde bevolkingsgroepen krijgen. Ook is het mogelijk dat door deze negatieve berichten nieuwe vooroordelen ontstaan, waardoor meer mensen een negatieve beeldvorming krijgen over deze bevolkingsgroepen (Shadid, 1995).

2.4 Nepnieuws heeft veel invloed

Het nieuws dat gebruikers zien op sociale media wordt beslist door algoritmen. Dit betekent dat de berichten die gebruikers te zien krijgen, zijn afgestemd op basis van informatie die wordt verzameld van gebruikers. De informatie die wordt verzameld van gebruikers zijn onder andere *likes* die een gebruiker geeft op artikelen, het delen van artikelen en op welke links de gebruiker klikt (Ram & Blood, 2018). Doordat deze informatie verzameld wordt door de sociale media, krijgt de gebruiker steeds meer informatie van dezelfde aard te zien op sociale media. Hierdoor zullen ze uiteindelijk nauwelijks of geen informatie meer tegenkomen die deze informatie weerlegt. De reden hiervoor is dat sociale media zoveel mogelijk de interesse van de gebruiker willen oproepen, waardoor de gebruiker vooral nieuws ziet dat past bij zijn mening (Ram & Blood, 2018). Dit komt omdat mensen een *confirmation bias* hebben. De *confirmation bias* betekent dat mensen graag nieuws consumeren die hun eigen mening steunt, maar daarentegen informatie proberen te vermijden die hun mening tegenspreekt (Torres et al., 2018). Het gevaar hiervan is dat dit ervoor kan zorgen dat gebruikers geïsoleerd raken in hun eigen filterbubbel (Barberá et al., 2015). Dit betekent dat gebruikers alleen nog informatie te zien krijgen die hun ideeën en voorkeuren bevestigt, waardoor ze dus gevangen raken in hun eigen gedachtengoed.

Vrienden kunnen ervoor zorgen dat de invloed van filterbubbels wordt versterkt op bijvoorbeeld sociale mediakanalen. Vrienden op sociale mediakanalen hebben namelijk invloed op elkaars tijdlijnen doordat ze berichten delen. Doordat mensen op sociale media vaak bevriend zijn met mensen met dezelfde interesses, sluiten de berichten die via vrienden op de eigen tijdlijn verschijnen vaak aan bij de eigen interesses. Hierdoor ontstaan er echokamers en mensen worden dus bijna alleen nog maar blootgesteld aan berichten van mensen met dezelfde ideeën (Sunstein, 2001). Daarnaast spelen algoritmes hierbij ook een rol, omdat berichten van vrienden met andere interesses onder aan de tijdlijn worden gerangschikt of zelfs niet worden geplaatst. Doordat mensen hierdoor steeds ideeën en opvattingen te zien krijgen die bij hun eigen ideeën en meningen passen, worden deze meningen en ideeën telkens bevestigd. Dit kan leiden tot negatieve gevolgen zoals het ontwikkelen van steeds

extremere ideeën. Deze extreme eenzijdige informatie kan polarisatie veroorzaken (Sunstein, 2001).

Vanwege de filterbubbels en echokamers, zou je verwachten dat het voor mensen lastig is om nepnieuws te herkennen. Om te onderzoeken of dit ook daadwerkelijk zo is, luidt de eerste deelvraag als volgt: in welke mate zijn mensen in staat om nepnieuws te herkennen?

2.5 Het probleem van nepnieuws

Bij het ontstaan van het internet werd er gedacht dat het internet een positieve invloed zou hebben op de informatievoorziening van mensen, omdat het internet iedereen zou samenbrengen in een ‘*global village*’. Dit is een term die door Marshall McLuhan is bedacht om de massamedia die de tijds- en plaatsbeperkingen verminderen in de menselijke communicatie te beschrijven (Tremblay, 2012). Doordat deze beperkingen namelijk zijn verminderd, is het mogelijk om op mondiale schaal te communiceren waardoor de wereld bij wijze van spreken in een dorp is veranderd (Tremblay, 2012). Hierdoor werd er aanvankelijk ook gedacht dat het internet een positieve invloed zou hebben op de democratie. Dit omdat als burgers zich goed en juist kunnen informeren, de democratie ondersteund en beschermd kan worden. Daarentegen kunnen burgers die onjuist geïnformeerd zijn de maatschappelijke discussie veranderen (Kuklinski, et al., 2000). Mensen kregen door het internet ook zelf de mogelijkheid om berichten toe te voegen en konden daarnaast zelf beslissen welke berichten zij lazen. Door de ontwikkeling dat mensen zelf ook invloed gingen hebben op de informatievoorziening, leek het internet aanvankelijk een positief effect te hebben op de democratie (Kuklinski, et al., 2000).

Desondanks blijkt dit niet helemaal op te gaan. Door het ontstaan van het internet is het namelijk nog belangrijker geworden dat burgers aandacht besteden aan de kwaliteit en juistheid van de informatie op sociale media (Kuklinski, et al., 2000). Doordat er steeds meer sprake is van nepnieuws, filterbubbels en echokamers zijn burgers niet altijd meer in staat om de correctheid en kwaliteit van informatie te controleren. Zoals eerder al stond beschreven, kunnen filterbubbels en echokamers namelijk zorgen voor polarisatie. Dit kan dus leiden tot negatieve gevolgen voor de democratie, omdat in een democratische samenleving het van belang is dat burgers worden geconfronteerd met andere meningen dan alleen hun eigen mening. Het discussiëren met andere mensen leidt namelijk ook tot opvattingen van betere kwaliteit (Wojcieszak & Mutz, 2009). Daarnaast kan er op deze manier door iedereen naar de waarheid gezocht worden, met een kritische en open houding. Echter mensen beschikken vaak niet meer over een open en kritische houding als ze in een filterbubbel terecht komen.

Dit komt omdat ze dan alleen nog contact hebben met gelijkgestemden. Het nieuws sluit dan aan bij de bestaande ideeën die mensen al hebben, waardoor hun mening steeds bevestigd wordt. De open en kritische houding verdwijnt hierdoor bij mensen, want andere ideeën waren ze dan al snel af (Zuiderveen, et al., 2016). Mensen gaan zich hierdoor ook identificeren met gelijkgestemden en gaan samen met gelijkgestemden de *in-group* vormen. Daarentegen gaan mensen zich steeds meer afkeren tegen met mensen een andere mening en dus tegen de *out-group*. Deze afzetting tussen groepen wordt versterkt doordat mensen meer open staan voor negatieve informatie van de *out-group* en meer open staan voor positieve informatie over de eigen *in-group*. Doordat groepen mensen in de samenleving zich tegen elkaar gaan afzetten ontstaat er dus polarisatie (Iyengar, Sood, & Lelkes, 2012). Een voorbeeld hiervan is dat Trump beweerde dat er sprake was van fraude tijdens de verkiezingen door zijn tegenstanders, de democraten, en dat hij dus eigenlijk de verkiezingen had gewonnen. Dit is echter nooit bewezen en wordt zelfs ontkracht. Toch spoorde Trump vervolgens zijn aanhangers aan om naar het parlamentsgebouw te gaan om de Republikeinse vertegenwoordigers onder druk te zetten om de verkiezingsuitslag niet goed te keuren. Toen dit uit de hand liep, doordat het parlamentsgebouw werd bestormd, greep hij als aanvoerder niet direct in. Hierdoor was het een directe aanval op de democratie (Trouw, 2021).

Hieruit blijkt dus dat nepnieuws zoveel mogelijk moet zien te worden voorkomen. De vraag is echter hoe dit het beste gedaan kan worden en wie hierbij een belangrijke rol spelen. Daarom worden de volgende twee deelvragen in de literatuurstudie behandeld: wie spelen er een belangrijke rol bij het voorkomen van nepnieuws en wat zijn tools die mensen kunnen helpen om nepnieuws te herkennen?

3. Methode - Zoekplan

Voor deze literatuurstudie werden verschillende bronnen gebruikt om de hoofdvraag hoe mensen zich het beste kunnen wapenen tegen nepnieuws op het internet te onderzoeken. De literatuur werd gezocht via de databases Web of Science en Google Scholar.

Voor de tweede deelvraag over wie er een belangrijke rol spelen bij het tegengaan van nepnieuws was er nauwelijks bruikbare wetenschappelijke literatuur te vinden. Hierdoor is er bij deze deelvraag ook gebruik gemaakt van populaire literatuur en opinies en meningen van betrokkenen. Deze literatuur is gezocht via de gehele database van Google.

Om tot goede zoekresultaten te komen, werd er gebruik gemaakt van verschillende zoektermen. De zoektermen die in deze databases werden gebruikt, waren de volgende:

- (Fake news OR nepnieuws) and (vertrouwen OR Trust)
- (Fake news OR nepnieuws) and (Herkennen OR recognize)
- (Fake news OR nepnieuws) and (verantwoordelijk OR responsible)
- (Fake news OR nepnieuws) and (belanghebbenden OR stakeholders)
- (Fake news OR nepnieuws) and (oplossingen OR solutions)

In deze zoektermen werd gebruik gemaakt van de termen AND en OR om effectiever te kunnen zoeken. De zoekterm AND werd opgenomen zodat nepnieuws met een relevant ander woord werd getoond zoals oplossingen. Doordat er gebruik werd gemaakt van de zoekterm OR was het mogelijk om zowel Nederlandstalige als Engelstalige zoekresultaten te krijgen. Dit was nuttig om meer informatie te verkrijgen wanneer er te weinig Nederlands onderzoek over de deelvragen te vinden was. Er is gefilterd op recente publicaties vanaf 2016. Er is voor dit jaartal gekozen omdat de technologische mogelijkheden en de verkiezingen van 2016 in Amerika ervoor gezorgd hebben dat er een grote stijging was van het aantal nepnieuwsberichten op sociale media. Tot slot werd ook de sneeuwbalmethode toegepast. Dit houdt in dat bij het zoeken van relevante artikelen ook de referentielijst werd gebruikt van het betreffende artikel, zodat er weer andere relevante artikelen werden gevonden.

4. Resultaten

In deze paragraaf worden de deelvragen behandeld aan de hand van een literatuurstudie. In paragraaf 4.1 wordt er besproken in welke mate mensen in staat zijn om nepnieuws op het internet te herkennen. Vervolgens wordt er in paragraaf 4.2 gekeken naar wie een belangrijke rol speelt in het tegengaan van nepnieuws en tot slot wordt in paragraaf 4.3 onderzocht welke tools mensen kunnen helpen om nepnieuws te herkennen.

4.1 Het herkennen van nepnieuws

De eerste deelvraag: “In welke mate zijn mensen in staat om nepnieuws te herkennen op het internet?” wordt behandeld aan de hand van vier onderzoeken (Newman et al., 2020; Barthel et al., 2016; Wineburg & McGrew, ter perse; Wineburg et al., 2016). Deze onderzoeken zijn kort samengevat in tabel 1.

Newman et al. (2020) heeft onderzoek gedaan naar het vertrouwen dat de wereldbevolking heeft in de media. Aan het onderzoek deden ruim 48 duizend Europeanen, 12 duizend Amerikanen, 4 duizend Afrikanen en 15 duizend Aziaten mee. Uit de afgenomen online enquête blijkt dat 56% van de participanten verspreid over veertig landen zich zorgen maakt over wat echt- en nepnieuws is op het internet. Daarnaast zijn er relatief weinig participanten die vertrouwen hebben in het nieuws algemeen (38%) en in het nieuws dat ze zelf gebruiken (46%). Uit het onderzoek blijkt dat de participanten zich vooral zorgen maken over het nieuws op sociale media. Uit het onderzoek komt namelijk naar voren dat maar 22% van de participanten het nieuws op sociale media vertrouwt.

Daarnaast heeft Newman et al. (2020) ook specifiek gekeken hoe het vertrouwen is in de verschillende landen. In Nederland deden er in totaal 2.014 participanten mee en uit de resultaten bleek dat het vertrouwen in Nederland hoger ligt dan de rest van de 39 landen. Uit het onderzoek blijkt namelijk dat 68% van de Nederlandse participanten zich geen zorgen maakt over wat echt- en nepnieuws is op het internet. Verder blijkt uit het onderzoek dat 52% van de Nederlandse participanten het nieuws in het algemeen vertrouwt. Bovendien is het vertrouwen dat ze hebben in het nieuws dat ze zelf gebruiken nog hoger, namelijk 61%. Wellicht het vertrouwen dat de Nederlandse participanten hebben in het nieuws op sociale media lager dan het gemiddelde wereldwijd. Uit dit onderzoek blijkt namelijk dat maar 20% vertrouwen heeft in het nieuws op sociale media.

Ook Barthel et al. (2016) hebben door middel van een enquête onderzoek gedaan naar het vertrouwen in nepnieuws, maar dan specifiek onder Amerikanen. De enquête toonde aan dat 85% van de Amerikaanse participanten enige mate tot zeer veel vertrouwen heeft in zijn kunde om nepnieuws te herkennen. Uit het onderzoek bleek echter ook dat 16% van de Amerikaanse participanten aangeeft wel eens onbedoeld nepnieuws over de politiek te hebben gedeeld en er later pas achter kwam dat dit totaal was verzonnen. Ook bij participanten die aangeven dat ze vaak nepnieuws zien komt dit relatief vaak voor (22%). Dit terwijl de mensen die vaak nepnieuws zien ook vaker aangeven veel vertrouwen te hebben in hun vermogen om nepnieuws te herkennen (51%). Hieruit blijkt dus dat het vertrouwen van de participanten in hun kunde om nepnieuws te herkennen niet altijd correct is en de participanten hier dus niet altijd toe in staat zijn (Barthel et al., 2016).

Ook Wineburg en McGrew (ter perse) hebben onderzoek gedaan naar de mate waarin mensen nepnieuws kunnen herkennen. Er werd aan 25 jongeren gevraagd om twee websites te beoordelen. De jongeren kregen tien minuten de tijd om beide websites te bestuderen en

moesten daarna hun oordeel hierover vormen. De ene website bevatte echt nieuws en de andere website bestond uit nepnieuws. De website met nepnieuws werd door zestien jongeren als betrouwbaarder geschat. Dit komt omdat de meeste jongeren zich gemakkelijk lieten verlijden door gemanipuleerde kenmerken van de website zoals het officieel uitzijende logo en domeinnaam. Hieruit bleek dus dat de jongeren niet in staat waren om nepnieuws te onderscheiden van echt nieuws.

In een onderzoek van Wineburg et al. (2016) werd ook onderzoek gedaan naar het herkennen van nepnieuws door jongeren. In dit onderzoek moesten de respondenten beoordelen of een afbeelding bewijs leverde voor het nieuws dat erbij stond. De afbeelding in dit onderzoek was een random afbeelding uit een database, desondanks beoordeelden bijna 40% van de respondenten de afbeelding als betrouwbaar bewijs voor het nieuws.

Nederlanders maken zich dus vergeleken met andere landen niet zoveel zorgen over nepnieuws in de reguliere media en hebben vertrouwen in het nieuws dat ze zelf gebruiken. Daarentegen maken ze zich net zoals de rest van de wereld wel zorgen over het nieuws op sociale media (Newman et al., 2020). Ook Amerikanen hebben vertrouwen in het nieuws dat ze zelf gebruiken en daarnaast in het herkennen van nepnieuws. Desondanks blijkt dit vertrouwen niet altijd correct te zijn en zijn Amerikanen hier dus niet altijd toe in staat (Barthel et al., 2016). Ook uit andere onderzoeken blijkt dat de meeste jongeren hier niet toe in staat zijn (Wineburg & McGrew, ter perse; Wineburg et al., 2016). Zo laten veel jongeren zich misleiden door gemanipuleerde kenmerken van een bron (Wineburg & McGrew, ter perse).

Tabel 1*Overzicht van onderzoeken omtrent het vertrouwen in het herkennen van nepnieuws*

Auteur	Jaartal	N	Steekproef	Methode
Newman et al.	2020	77.851	Burgers uit 40 landen	Online enquête
Barthel et al.	2016	1.002	Amerikanen	Telefonische enquête
Wineburg & McGrew	ter perse	25	Amerikaanse jongeren	Website beoordelen op betrouwbaarheid
Wineburg et al.	2016	170	Amerikaanse jongeren	Enquête na het zien van nepnieuws

4.2 Wie spelen een belangrijke rol bij het tegengaan van nepnieuws

De tweede deelvraag luidt als volgt: “Wie spelen er een belangrijke rol bij het tegengaan van nepnieuws?” Bij het doorzoeken van de literatuur kwamen er drie belangrijke partijen naar voren, namelijk de overheid, sociale media platformen en burgers. Er is naar dit onderwerp nog weinig wetenschappelijk onderzoek gedaan, daarom is ervoor gekozen om ook gebruik te maken van populaire literatuur en opinies en meningen van betrokkenen. Deze literatuur is kort samengevat in tabel 2.

4.2.1 Rol voor de overheid

Uit onderzoek van Lauf et al. (2018) blijkt dat 67% van de Nederlandse respondenten vindt dat de overheid een belangrijke taak heeft bij het tegengaan van nepnieuws (Rijksoverheid, z.d.). De Tweede Kamer in Nederland vindt het zelf ook belangrijk dat er meer transparantie komt en dan met name over politiek nieuws. Dit omdat politieke partijen steeds vaker het internet inzetten om kiezers te informeren en kiezers te winnen in verkiezingstijden. Daarom is de overheid tot een Nederlandse Gedragscode Transparantie Online Politieke Advertenties gekomen die zowel getekend kan worden door politieke partijen als online platformen. Door deze te tekenen beloven politieke partijen en online platformen dat ze zich aan de gedragsregels houden en geen nepnieuws zullen plaatsen (Rijksoverheid, z.d.). Daarnaast heeft de overheid ook een campagne gevoerd tijdens de

verkiezingen om ervoor te zorgen dat mensen kritischer zijn wanneer ze nieuws consumeren (Rijksoverheid, 2019). Echter de Nederlandse overheid wil verder niet beslissen welke informatie op het internet echt- en nepnieuws is. Dit omdat er al snel het gevaar dreigt dat als de overheid zich ermee gaat bemoeien dit al dan niet terecht gezien wordt als censuur. Ook omdat de grens tussen feiten en meningen lang niet altijd scherp te trekken is (Rijksoverheid, z.d.). Dit is dan ook de reden dat het Nederlandse Kabinet in een brief van 2018 de nadruk legde op bewustwording, zelfregulering en de instandhouding van een veelvormig medialandschap. Hierbij is de vrijheid van meningsuiting en de persvrijheid belangrijk en ook het stimuleren van transparantie (Ollongren, 2018).

4.2.2 Rol voor sociale media platformen

Uit onderzoek van Lauf et al. (2018) blijkt dat 75% van de Nederlandse respondenten vindt dat sociale media platformen een belangrijke rol hebben bij het tegengaan van nepnieuws. Echter de sociale media platformen zijn volgens de Europese richtlijnen niet verantwoordelijk voor de nepnieuwsberichten die geplaatst worden op hun kanaal, tenzij de eigenaren van het platform ervan op de hoogte zijn dat er nepnieuws op hun platform is geplaatst. Europese landen mogen daarnaast ook niet eisen van sociale media platformen om berichten preventief te onderzoeken op nepnieuws. Dit aangezien het verplicht stellen hiervan het risico op censuur vergroot. Sociale media platformen zullen dan namelijk wellicht uit voorzorg meer berichten gaan verwijderen dan alleen nepnieuwsberichten. Dit zou een gevaar kunnen gaan vormen voor de democratie (Hins, 2018).

Desondanks zijn sociale media platformen wel een rol gaan spelen in het waarschuwen van mensen voor nepnieuws. Zo heeft Twitter een campagne gestart die mensen een pop-up venster showt als de mensen het artikel willen delen, maar het artikel nog niet hebben geopend. Hiermee vraagt Twitter of mensen het artikel toch willen openen, voordat ze het bericht delen. Twitter heeft onderzoek gedaan naar de effecten hiervan en uit de resultaten bleek dat Twittergebruikers na het zien van de melding 40% vaker een artikel openen. Daarnaast bleek ook uit het onderzoek dat er een stijging is van 33% van de Twittergebruikers die artikelen openen voordat ze het artikel delen (Twitter Comms, 2020).

Ook Facebook probeert het verspreiden van nepnieuws te verminderen. Zo hebben ze *factcheckers* in dienst die nepnieuws opsporen en als een bericht door een *factchecker* wordt beschouwd als nepnieuws, verschijnt dit bericht onder aan de tijdlijn van Facebookgebruikers. Op deze manier zien minder mensen het bericht. Daarnaast krijgen Facebookgebruikers een

melding als ze een bericht willen delen of in het verleden hebben gedeeld dat door *factcheckers* als nepnieuws is beoordeeld (Facebook, z.d.).

4.2.3 Rol voor burgers

Uit onderzoek van Polansky et al. (2017) blijkt dat Amerikanen zichzelf niet verantwoordelijk voelen voor het verspreiden van nepnieuws, want maar 9% van de participanten gaven aan dat ze wel eens nepnieuws online hebben verspreid. Ook Barthel et al. (2016) hebben dit onderzocht en vonden dat 16% van de Amerikaanse participanten aangaven dat ze wel eens onbedoeld nepnieuws hebben gedeeld. Op de vraag wie er volgens hun wel het meest verantwoordelijk is voor de verspreiding van nepnieuws werden het vaakst de (sociale) media en politieke partijen genoemd (Polansky et al., 2017).

Toch kunnen Amerikanen volgens het onderzoek van Affelt (2017, geciteerd in De Vleeschauwer, 2018) een belangrijke rol spelen in het tegengaan van nepnieuws. Zo bleek uit gegevens dat twee op de drie Amerikanen de top twintig nepnieuws artikelen die rondgingen tijdens de Amerikaanse Verkiezingen hebben gedeeld, zonder deze berichten eerst aan te klikken zodat ze verder konden lezen. Hieruit blijkt dat burgers een grote rol spelen in het verspreiden van nepnieuws. Dit kan voorkomen worden als mensen nepnieuws beter leren te herkennen want hierdoor zullen er minder nepnieuws berichten gedeeld worden (Affelt 2017, geciteerd in de Vleeschauwer, 2018).

Daarnaast kunnen burgers zelfs nog een stap verder gaan dan alleen het tegengaan van het zelf verspreiden van nepnieuws. Zo zijn er vrijwillige burgerjournalisten die samen *'Bellingcat'* hebben opgericht. *'Bellingcat'* is een burgerjournalistiek platform die is ontstaan doordat er een behoefte was aan transparantie, aangezien dit werd gemist bij de overheid en andere officiële instanties. Het platform heeft door informatie van open bronnen te gebruiken, bewezen dat uitspraken van officiële instanties en overheden niet altijd waar zijn. Een voorbeeld hiervan is dat *'Bellingcat'* aangetoond heeft dat de Russische overheid uitspraken en bewijzen heeft geleverd die niet overeenstemmen met de feiten van de MH17 gebeurtenis (Bellingcat investigation team, 2017).

Veel Nederlanders vinden dus dat de overheid en sociale media platformen een belangrijke rol spelen bij het tegengaan van nepnieuws (Lauf et al, 2018). Het is echter niet gewenst dat de Nederlandse overheid en sociale media platformen beslissen welke informatie echt- en nepnieuws is, omdat het risico dat er censuur optreedt dan al snel ontstaat (Hins, 2018; Rijksoverheid, z.d.). Desondanks helpen de Nederlandse overheid en de sociale media

platformen mensen wel bij het herkennen van nepnieuws. Zo heeft de Nederlandse overheid de Nederlandse Gedragscode Transparantie Online Politieke Advertenties opgesteld om te zorgen voor meer transparantie over politiek nieuws (Rijksoverheid, z.d.). Daarnaast heeft de overheid campagne gevoerd tijdens de verkiezingen om ervoor te zorgen dat mensen het nieuws kritischer consumeren (Rijksoverheid, 2019). Ook Twitter heeft een campagne gestart en deze campagne heeft ervoor gezorgd dat er meer twittergebruikers vaker een artikel openen voordat ze het artikel delen. Facebook stuurt gebruikers een melding als ze een bericht willen delen dat door *factcheckers* is beoordeeld als nepnieuws (TwitterComms, 2020; Facebook, z.d.). Daarnaast verschijnt een bericht dat beoordeeld is als nepnieuws door een *factchecker* onder aan de tijdlijn van Facebookgebruikers, zodat minder mensen dit bericht zien (Facebook, z.d.). Het beslissen over welk bericht echt- en nepnieuws bevat is echter aan de burgers zelf. Ondanks dat veel burgers zich niet verantwoordelijk voelen om het verspreiden van nepnieuws tegen te gaan, blijkt toch dat burgers een grotere rol spelen in het verspreiden van nepnieuws dan dat ze zelf denken (Barthel et al., 2016; Polansky et al., 2017; de Vleeschauwer, 2018). Het is daarom van belang dat burgers nepnieuws leren herkennen, zodat er minder nepnieuws wordt verspreid (de Vleeschauwer, 2018).

Tabel 2

Overzicht van literatuur omtrent belangrijke partijen bij het tegengaan van nepnieuws

Auteur	Jaartal	N	Steekproef	Methode	Focusgebied
Lauf et al.	2018	2.010	Nederlanders	Enquête	Overheid, Sociale media
Rijksoverheid	z.d.	-	-	-	Overheid
Rijksoverheid	2019	-	-	-	Overheid
Ollongren	2018	-	-	-	Overheid
Hins	2018	-	-	-	Sociale media
TwitterComms	2020	-	Twitterberichten	Data-analyse	Sociale media
Facebook	z.d.	-	-	-	Sociale media
Polansky et al.	2017	1.126	Amerikanen	Enquête	Burgers
Barthel et al.	2016	1.002	Amerikanen	Telefonische enquête	Burgers
de Vleeschauwer	2018	-	-	-	Burgers
Bellingcat investigation team	2017	-	-	-	Burgers

4.3 Tools om nepnieuws te herkennen

De derde deelvraag die in dit onderzoek wordt gesteld is welke tools mensen kunnen helpen om nepnieuws te herkennen. Bij het doorzoeken van de literatuur kwamen er twee tools naar voren, namelijk mediawijsheid en *machine learning*.

4.3.1. Mediawijsheid

Volgens stichting Kennisnet (2017) moeten jongeren meer mediawijs worden zodat ze nepnieuws beter leren herkennen. Stichting Kennisnet (2017) beschrijft mediawijs als de kennis, bekwaamheid en denkwijze die nodig zijn om bewust en kritisch om te kunnen gaan met informatiebronnen. Vooral de vaardigheid om nieuwsberichten op betrouwbaarheid te

kunnen beoordelen is bij mediawijsheid belangrijk. Mediawijsheid wordt besproken aan de hand van vier onderzoeken (Kennisnet, 2017; Syam & Nurrahmi, 2020; Kahne en Bowyer, 2017; Jones-Jang et al., 2021). Deze onderzoeken zijn kort samengevat in tabel 3.

In het onderzoek van Kennisnet (2017) werd er getoetst hoe mediawijs jongeren zijn, door ze een website te laten maken over het onderwerp Bolivia (Kennisnet, 2017). Hierna werd er middels een enquête onderzocht waarop de leerlingen de informatie hebben beoordeeld. Uit het onderzoek bleek dat 25,9% van de jongeren moeite hadden om te beslissen waarop ze moesten focussen bij het beoordelen van de informatie. Het onderzoek toonde ook aan dat 22,7% van de respondenten vooral op de bruikbaarheid van de informatie letten en niet op de betrouwbaarheid.

Ook uit het onderzoek van Syam en Nurrahmi (2020) werd gevonden dat de respondenten een laag niveau van mediawijsheid hebben. Zo bleek uit de enquête en de gehouden focusgroepen dat de respondenten de inhoud van nieuwsberichten op sociale media niet direct vertrouwen en het lastig vinden om echt nieuws en nepnieuws van elkaar te onderscheiden. Volgens de respondenten is een gevolg hiervan dat jongeren snel geneigd zijn om nepnieuws op sociale media te geloven. Daarnaast gaven ze aan sneller in nepnieuws te geloven als het gaat om politiek nepnieuws die overeenkomt met hun eigen politieke voorkeuren en wanneer nepnieuws wordt verspreid door iemand die ze bewonderen.

Ook de enquête van Kahne en Bowyer (2017) toonde aan dat politieke voorkeur een invloed heeft op het geloven van nepnieuws. In totaal vertrouwden 67% van de respondenten een nepnieuws bericht die strookte met hun politieke voorkeur, terwijl maar 39% van de respondenten vertrouwden in het nepnieuws bericht dat niet overeenkwam met hun politieke voorkeur. Verder bleek uit het onderzoek dat respondenten die mediawijs waren, vaker berichten correct beoordeelden dan respondenten die minder mediawijs waren. Mensen die mediawijs zijn beoordelen dus zowel berichten die echt nieuws bevatten, als berichten die nepnieuws bevatten beter dan mensen die minder mediawijs zijn. Ook wanneer een bericht nepnieuws bevatte dat strookte met een argument voor hun partijvoorkeur, waren de mensen met mediawijsheid nog steeds in staat om het bericht juist te beoordelen.

Ook uit de enquête van Jones-Jang et al. (2021) blijkt dat mediawijsheid van belang is om nepnieuws te kunnen herkennen. Daarentegen bleek uit dit onderzoek ook dat de respondenten die aangaven kennis te hebben over bepaalde nieuwsonderwerpen, niet beter in het herkennen van nepnieuws waren over deze onderwerpen dan respondenten zonder kennis

over deze onderwerpen. Daarnaast toonde het onderzoek ook aan dat de respondenten die aangaven kennis te hebben over hoe ze nepnieuws op betrouwbaarheid moeten beoordelen, deze kennis niet automatisch ook gebruikten in de praktijk.

Tabel 3

Overzicht van onderzoeken omtrent mediawijs

Auteur	Jaartal	N	Steekproef	Methode
Kennisnet	2017	1.036	10- tot 18-jarigen Nederlanders	Respondenten zoeken informatie en enquête
Syam & Nurrahmi	2020	500; 28	Jongeren in Indonesië	Face-to-face enquête; focusgroep
Kahne & Bowyer	2017	2.101	15- tot 27-jarigen Amerikanen	Enquête met experiment
Jones-Jang et al.	2021	1.299	Amerikanen	Online enquête, beoordelen van (nepnieuws)berichten

4.3.2 Machine learning

Een andere tool die kan helpen om nepnieuws te detecteren is *machine learning*. *Machine learning* is een manier om software te trainen om patronen in grote hoeveelheden data te vinden. Aangezien dit handmatig onmogelijk is, zou *machine learning* wellicht een goede methode kunnen zijn. Om te toetsen hoe betrouwbaar *machine learning methodes* zijn, worden er vier onderzoeken behandeld (Aphiwongsophon & Chongstitvatana, 2018; Khan et al., 2019; Janze & Risius, 2017; Reis et al., 2019). Deze onderzoeken zijn kort samengevat in tabel 4.

Onderzoekers Aphiwongsophon & Chongstitvatana (2018) hebben twitterberichten verzameld en deze berichten werden vervolgens getoetst op geloofwaardigheid door *machine learning methodes*. In het onderzoek werden drie *machine learning methodes* gebruikt. Eén van deze *machine learning methodes* had een nauwkeurigheid van 96,1% en de andere twee waren zelfs voor 99,9% nauwkeurig (Aphiwongsophon & Chongstitvatana, 2018).

In het onderzoek van Khan et al. (2021) werden nieuwsberichten beoordeeld op geloofwaardigheid door *machine learning methodes*. Ook uit dit onderzoek bleek dat *machine*

learning een betrouwbare methode is om nepnieuws te detecteren. Verder toonde dit onderzoek aan dat hoe langer een nieuwsartikel is, hoe beter de *machine learning methodes* in staat zijn om nieuws correct te beoordelen. Dit komt omdat de machines dan meer informatie hebben om het nieuws op in te schatten. Daarnaast bleek uit dit onderzoek dat de *machine learning methodes* het vaakst een foute beoordeling maken over de betrouwbaarheid als de artikels de woorden ‘*said*’, ‘*study*’ en ‘*research*’ bevatten. Het gebruik maken van het woord ‘*said*’ toont aan dat nepnieuwsbronnen citaten vaak doelbewust verkeerd interpreteren om vervolgens de artikelen geloofwaardiger te maken door gebruik te maken van citaten (Khan et al. 2021).

Janze & Risius (2017) hebben onderzoek gedaan naar nepnieuws en echt nieuws op Facebook. Ook dit onderzoek toonde aan dat *machine learning methodes* de betrouwbaarheid van nieuws kan inschatten, want *de machine learning methodes* hadden allen een nauwkeurigheid van ongeveer 80%. Daarnaast bleek uit dit onderzoek dat berichten op Facebook waarvan de titel een citaat bevat, de kans verkleint dat het bericht nepnieuws bevat. Daarentegen zijn titels met veel woorden, uitroepetekens en hoofdletters een teken dat het bericht waarschijnlijk wel nepnieuws bevat. Daarnaast bleek als facebookgebruikers de reactie geweldig, grappig of verdrietig kiezen als like, de kans op nepnieuws kleiner is. Ook als veel commentaren een citaat of vraag bevatten of als er sprake is van polariteit tussen de commentaren is de kans op nepnieuws kleiner. Aan de andere kant is er een verhoogde kans dat een bericht nepnieuws bevat als het bericht vaak gedeeld is (Janze & Risius, 2017).

Ook in het onderzoek van Reis et al. (2019) werd de betrouwbaarheid *van machine learning methodes* onderzocht door ze nepnieuws te laten detecteren uit een database met nieuwsartikelen. In het onderzoek werd gevonden dat de *machine learning methodes* wel bijna alle nepnieuws herkenden, maar daarnaast werd ook 40% van het echte nieuws beoordeeld als nepnieuws. Zo werd een bericht als nepnieuws beoordeeld, omdat het door een nieuw nieuwsblad werd geplaatst op hetzelfde IP-adres die eerder werd gebruikt door een nepnieuwsbron. Uit dit onderzoek blijkt daarom dat het niet betrouwbaar is om alleen af te gaan op *machine learning*. Het zou volgens Reis et al. (2019) wel gebruikt kunnen worden door *factcheckers* als hulpmiddel om berichten te herkennen die waarschijnlijk nep zijn.

De twee tools die burgers dus kunnen helpen om nepnieuws te herkennen zijn mediawijsheid en *machine learning*. Momenteel vinden jongeren het lastig om echt- en nepnieuws van elkaar te onderscheiden, omdat ze een laag niveau van mediawijsheid hebben (Kennisnet, 2017; Syam & Nurrahmi, 2020). Hierdoor zijn jongeren snel geneigd om

nepnieuws op sociale media te geloven. Daarnaast wordt de kans vergroot dat jongeren in nepnieuws geloven als het gaat om politiek nepnieuws dat strookt met de eigen politieke voorkeuren of als het nieuws wordt gedeeld door iemand naar wie ze opkijken (Kahne & Bowyer, 2017; Syam & Nurrahmi, 2020). Mediawijsheid is echter wel belangrijk omdat het jongeren kan helpen om nepnieuws te herkennen (Jones-Jang et al., 2021; Kahne & Bowyer, 2017). Onderzoek toont wel aan dat jongeren die mediawijs zijn, deze kennis niet ook automatisch in de praktijk gebruiken (Jones-Jang et al., 2021).

De tweede tool is dus *machine learning*. Uit alle onderzoeken blijkt dat *machine learning methodes* een goed manier zijn om nepnieuws te herkennen (Aphiwongsophon & Chongstitvatana, 2018; Janze & Risius, 2017; Khan et al., 2019; Reis et al., 2019). Het is echter wel van belang dat ze als hulpmiddel worden gebruikt en niet als vervanger van *factcheckers* omdat de *machine learning methodes* niet altijd betrouwbaar zijn. Zo bleek uit het onderzoek van Reis et al. (2019) dat ook 40% van het echte nieuws werd beoordeeld als nepnieuws (Reis et al., 2019). *Machine learning methodes* zijn ook minder betrouwbaar als nepnieuwsberichten de woorden ‘said’, ‘study’ en ‘research’ bevatten, aangezien het nepnieuws dan vaak als echt nieuws wordt beoordeeld (Khan et al., 2019). Aan de andere kant zijn *machine learning methodes* nauwkeuriger in het beoordelen van nieuws als het gaat om lange nieuwsberichten in vergelijking met korte nieuwsberichten (Khan et al., 2019).

Tabel 4

Overzicht van onderzoeken omtrent machine learning

Auteur	Jaartal	N	Steekproef	Methode
Aphiwongsophon & Chongstitvatana	2018	327.784	Twitterberichten	Twitterberichten toetsen door machine learning
Khan et al.	2021	100.600	Nieuwsberichten	Nieuwsberichten toetsen door machine learning
Janze & Risius	2017	460	Facebookberichten	Facebookberichten toetsen door machine learning
Reis et al.	2019	2.282	Nieuwsberichten	Nieuwsberichten toetsen door machine learning

5. Conclusie en discussie

5.1 Discussie

Het doel van dit onderzoek was om de vraag te beantwoorden hoe mensen zich kunnen wapenen tegen nepnieuws op het internet. Aan de hand van drie deelvragen is deze onderzoeksvraag onderzocht.

In de eerste deelvraag is onderzocht in welke mate mensen in staat zijn om nepnieuws te herkennen. Er is eerst gekeken naar het vertrouwen dat mensen in de media hebben. Uit het onderzoek van Newman et al. (2020) blijkt dat de meeste Nederlanders zich geen zorgen maken over nepnieuws in de reguliere media en dat veel Nederlanders vertrouwen hebben in de media die ze zelf gebruiken. Wel maakt een hoog percentage Nederlanders zich zorgen over het nieuws op sociale media. Ook Amerikanen hebben veel vertrouwen in het nieuws dat ze zelf gebruiken. De gemiddelde Amerikaan heeft daarnaast een behoorlijk vertrouwen in het eigen vermogen om nepnieuws te herkennen (Barthel et al., 2016). Desondanks blijkt dat dit vertrouwen niet altijd terecht is. Zo blijkt uit de onderzoeken van Wineburg en McGrew (ter perse) en van Wineburg et al. (2016) dat veel jongeren niet in staat waren om nepnieuws te herkennen. Ze zijn geneigd om nepnieuws te geloven als de suggestie wordt gewekt dat dit van een gezaghebbende bron komt, los van het feit of dat ook daadwerkelijk zo is. Mensen zijn zich in het algemeen dus wel bewust van de aanwezigheid van nepnieuws, maar hebben tegelijkertijd vertrouwen in de media die ze zelf gebruiken en zijn geneigd berichten te geloven die van een gezaghebbende bron lijken te komen. Dit leidt tot een veelal onterecht vertrouwen van mensen in het eigen vermogen om nepnieuws te herkennen. Op de eerste deelvraag of mensen in staat zijn om nepnieuws te herkennen is het antwoord dus dat veel mensen hier niet toe in staat zijn.

In de tweede deelvraag werd de vraag beantwoord wie er een rol spelen bij het tegengaan van nepnieuws. Er is hierbij gekeken naar de rol van de overheid, sociale media platformen en naar de rol van burgers. Alhoewel over dit onderwerp nog weinig onderzoek is gedaan is het wel volop onderwerp van maatschappelijk debat. Er is vrij veel consensus in het debat dat het niet de primaire rol van de overheid en de sociale media platformen is om te beoordelen of nieuws echt of nep is. Het risico op censuur wordt dan te groot evenals het risico dat goedbedoeld ingrijpen van de overheid of de platformen als censuur geframed wordt en er op den duur geen enkele informatie meer onverdacht is. Uiteindelijk is het een verantwoordelijkheid van de mensen zelf om te beoordelen welk nieuws ze kunnen geloven

en welk nieuws niet. Zoals uit de vorige paragraaf blijkt is dit is echter wel een uitdaging, aangezien veel burgers slecht zijn in het herkennen van nepnieuws.

Wat is dan wel de rol die de overheid en de sociale media platformen kunnen vervullen? Uit de resultaten komt naar voren dat zowel de overheid en sociale media platformen mensen alert kunnen maken op nepnieuws. Zo is het van belang dat de overheid een verscheidenheid van transparante media stimuleert, waarbij vrijheid van meningsuiting en persvrijheid voorop blijven staan. Verder is het de taak van de overheid om ervoor te zorgen dat mensen zich meer bewust worden over het bestaan van nepnieuws en dat jongeren geleerd wordt om kritische nieuwconsumenten te zijn. Daarnaast is het de taak van de sociale media platformen om een rol te spelen in het attenderen van mensen op mogelijk nepnieuws. Dit kunnen ze doen met behulp van *factcheckers* en het sturen van meldingen naar gebruikers wanneer een bericht mogelijk nepnieuws bevat. Samenvattend is het antwoord op de tweede deelvraag dat het dus vooral de taak van de burgers zelf is om het onderscheid tussen echt en nepnieuws te maken (Affelt 2017, geciteerd in de Vleeschauwer, 2018). De burger mist echter de instrumenten om hier op een goede manier invulling aan te geven. Er is daarom een belangrijke rol weggelegd voor de overheid en de sociale mediaplatformen om burgers de instrumenten te geven om hier wel op een goede manier invulling aan te kunnen geven.

In de derde deelvraag heb ik onderzocht welke tools burgers kunnen helpen om nepnieuws te herkennen. De eerste tool die burgers kan helpen om nepnieuws te herkennen is mediawijsheid, het vermogen om informatiebronnen kritisch te beschouwen. Mediawijsheid kan ervoor zorgen dat nepnieuws beter herkend wordt (Kahne & Bowyer, 2017; Jones-Jang et al., 2021). Er werd echter gevonden dat jongeren een laag niveau van mediawijsheid hebben (kennisnet, 2017; Syam en Nurrahmi, 2020). Hier ligt een opgave voor het onderwijs. Niet alleen om mediawijsheid aan te leren, maar ook om het op het juiste moment daadwerkelijk in te zetten. Uit onderzoek blijkt namelijk dat mensen die mediawijs zijn, deze kennis niet ook automatisch in de praktijk gebruiken (Jones-Jang et al., 2021).

De tweede tool die burgers kan helpen om nepnieuws op het internet te herkennen is ze alert maken op de mogelijkheid dat bepaalde nieuwsberichten nepnieuws bevatten. Gelet op de ontzagwekkende hoeveelheid informatie die iedere dag aan het internet wordt toegevoegd is het niet doenlijk om dit allemaal door mensen te laten doen. Volgens meerdere onderzoeken is echter het inzetten van *machine learning* een goede alternatieve methode om nepnieuws te herkennen in grote hoeveelheden informatie (Aphiwongsophon & Chongstitvatana, 2018; Janze & Risius, 2017; Khan et al., 2019; Reis et al., 2019). Echter ook

blijkt uit het onderzoek van Reis et al. (2019) dat *machine learning methodes* nog lang niet altijd betrouwbaar zijn, want ook echt nieuws kan beoordeeld worden als nepnieuws door de gebruikte algoritmes. Ook het onderzoek van Khan et al. (2019) toont aan dat *machine learning methodes* niet altijd betrouwbaar zijn, aangezien nepnieuwsberichten met de woorden 'said', 'research' en 'study' vaak als echt nieuws worden beoordeeld. Het is daarom van belang dat *machine learning* als hulpmiddel wordt gebruikt, maar niet als vervanger van menselijke *factcheckers*.

5.2 Conclusie

In deze literatuurstudie is onderzocht hoe mensen zich kunnen wapenen tegen nepnieuws op het internet. Dit is van belang omdat mensen momenteel vaak niet in staat zijn om nepnieuws te herkennen. Mensen hebben te veel vertrouwen in hun eigen capaciteiten en zijn geneigd om nieuws te geloven dat van een gezaghebbende bron afkomstig lijkt te zijn. Verspreiders van nepnieuws spelen hier handig op in, door nepnieuwsberichten vaak te laten lijken op berichten van regulier nieuws.

Hoewel het verspreiden van nepnieuws veel maatschappelijke schade met zich kan meebrengen, is het niet aan de overheid of de sociale media platformen om te oordelen of nieuws echt of nep is. Beide partijen hebben al veel mediamacht en zouden die macht kunnen misbruiken om voor hun ongewenste nieuws te censureren. Het uiteindelijke oordeel of iets nepnieuws is moet daarom bij de burger zelf liggen. Zowel de overheid als de sociale media platformen kunnen mensen hierbij wel helpen. Sociale media platformen kunnen *machine learning methodes* inzetten om burgers te helpen bij het herkennen van nepnieuws. Bijvoorbeeld door in hun algoritmen waarmee ze bepalen wat mensen op sociale media als eerste te zien krijgen rekening te houden met nepnieuws of door het geven van meldingen aan gebruikers als er het vermoeden is dat iets nepnieuws is. Aangezien momenteel *machine learning methodes* nog niet altijd betrouwbaar zijn, is het van belang dat er voorlopig ook menselijke *factcheckers* in dienst blijven.

Ook de overheid kan burgers helpen bij het herkennen en tegengaan van nepnieuws. Allereerst door de randvoorwaarden te scheppen dat journalisten vrijelijk hun werk kunnen doen en er een breed aanbod van nieuwsmedia is. Daarnaast door te stimuleren dat mensen meer mediawijs worden. Dit zou de overheid kunnen doen door het verplicht te maken om lessen in mediawijsheid op scholen te geven. Bij het invullen van de lessen is het van belang om rekening te houden dat het niet alleen belangrijk is dat mensen mediawijs zijn, maar dat ze deze kennis ook in de praktijk kunnen gebruiken.

5.3 Theoretische en praktische implicaties

Er is momenteel nog weinig onderzoek gedaan naar hoe mensen zich het beste kunnen wapenen tegen nepnieuws. Dit terwijl er wel steeds meer nepnieuws op het internet te vinden is en mensen blijkbaar niet erg goed zijn in het herkennen hiervan. De overheid en sociale media platformen kunnen burgers helpen bij het omgaan met nepnieuws, maar dit staat eigenlijk allemaal nog in de kinderschoenen. Sociale media die gebruikers volautomatisch waarschuwen voor nepnieuws is vooralsnog te mooi om waar te zijn. Ook het onderwijs is op dit moment nog allerminst toegerust om leerlingen op te leiden tot kritische nieuwsconsumenten.

Toch is de urgentie om iets aan nepnieuws te doen groot. De discussie rond de coronavaccinaties tonen aan hoe groot de maatschappelijke schade kan zijn als mensen op basis van nepnieuws belangrijke beslissingen nemen. De komende jaren zou daarom zowel door sociale mediaplatforms als de overheid voluit moeten worden geïnvesteerd om nepnieuws tegen te gaan.

5.4 beperkingen en suggesties voor vervolgonderzoek

De grootste beperking van dit onderzoek is dat er geen bruikbare wetenschappelijke literatuur is over wie er een belangrijke rol spelen bij het tegengaan van nepnieuws. Desondanks zijn er wel andere relevante bronnen op internet te vinden die bruikbaar waren voor deze deelvraag. Een andere beperking aan dit onderzoek heeft te maken met de leeftijd van de participanten van de gebruikte onderzoeken. Er is momenteel vooral onderzoek gedaan naar het herkennen van nepnieuws bij jongeren en naar het niveau van mediawijsheid bij jongeren. Dit is relevant aangezien veel jongeren op het internet en sociale media te vinden zijn. Echter ook een steeds oudere doelgroep is actief op het internet en op sociale media. Voor toekomstig onderzoek kan het daarom nuttig zijn om te onderzoeken hoe goed ouderen in staat zijn om nepnieuws te herkennen en naar het niveau van mediawijsheid bij deze groep.

Verder is het voor vervolgonderzoek relevant om te onderzoeken hoe allereerst jongeren, maar ook andere doelgroepen meer mediawijs kunnen worden. Dit is van belang omdat jongeren momenteel een laag niveau van mediawijsheid hebben, terwijl mediawijsheid er wel voor kan zorgen dat nepnieuws beter herkend wordt. Mensen moeten hierbij niet alleen de kennis aangereikt krijgen om nepnieuws te herkennen, ze moeten ook de praktische vaardigheden opdoen om de kennis ook in de praktijk toe te passen. Onderzoek naar de mechanismen die zorgen dat mensen wel of juist niet kritisch kijken naar het nieuws dat aangeboden wordt is daarvoor noodzakelijk.

Voor de sociale media platformen is het de uitdaging om de komende jaren nieuwe algoritmes te ontwikkelen waardoor mensen niet meer in een filterbubbel van steeds extremer nepnieuws terecht komen. Ook zou de energie gericht moeten worden op het ontwikkelen van betere algoritmes die gebruikers waarschuwen dat nieuwsberichten waarschijnlijk nepnieuws bevatten.

Referentielijst

- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social Media and Fake News in the 2016 Election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236. <https://doi.org/10.1257/jep.31.2.211>.
- Aphiwongsophon, S., & Chongstitvatana, P. (2018, 18 -21 juli) *Detecting Fake News with Machine Learning Method* [Paperpresentatie]. International Conference on Electrical Engineering/Electronics, Computer, Telecommunications and Information, Technology, Chiang Rai, Thailand. <https://doi.org/10.1109/ECTICon.2018.8620051>.
- Barberá, P., Jost, J. T., Nagler, J., Tucker, A. J., & Bonneau, R. (2015), Tweeting from left to right: Is online political communication more than an echo chamber? *Psychological science*, 26(10), 1531-1542. <https://doi.org/10.1177/0956797615594620>.
- Barthel, M., Mitchell, A., & Holcomb, J. (2016). *Many Americans Believe Fake News Is Sowing Confusion*. Pew Research Center. https://www.journalism.org/wp-content/uploads/sites/8/2016/12/PJ_2016.12.15_fake-news_FINAL.pdf
- Berkowitz, D., & Schwartz, D. (2016). Miley, CNN and The Onion: When Fake News become realer than real. *Journalism Practice*, 10(1), 1-17. <https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1006933>
- Bellingcat investigation team (2017, 20 oktober). New MH17 Photograph Geolocated to Donetsk. *Bellingcat*. <https://www.bellingcat.com/news/uk-and-europe/2017/10/20/new-mh17-photograph-geolocated-donetsk/>
- Burroughs, B., & Burroughs, W. J. (2012). The Masal Bugduv hoax: Football blogging and journalistic authority. *New Media & Society*, 14(3), 476-491. <https://doi.org/10.1177/1461444811420270>
- Centraal Bureau voor de Statistiek. (2020, 20 januari). *Steeds meer ouderen maken gebruik van sociale media*. <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2020/04/steeds-meer-ouderen-maken-gebruik-van-sociale-media>
- Chakraborty, A., Sarkar, R., Mrigen, A., & Ganguly, N. (2017). Tabloids in the Era of Social Media? Understanding the Production and Consumption of Clickbaits in Twitter. *PACM on Human-Computer Interaction*, 1, 1-21. <https://doi.org/10.1145/3134665>

- Chamuleau, I., van Dooremalen, S., Lauf., E., & Sierhuis, R. (2017). *Mediamonitor: Mediabedrijven en mediamarkten 2015-2016*. Commissariaat voor de Media. <https://www.tweedekamer.nl/kamerstukken/detail?id=2017D14572&did=2017D14572>
- Corner, J. (2017). Fake news, post-truth and media-political change. *Media, Culture & Society*, 39(7), 1100-1107. <https://doi.org/10.1177/0163443717726743>
- De Vleeschauwer, A. (2018). *Detectie van Fake News, een experiment* [Masterscriptie, Universiteit Gent]. https://libstore.ugent.be/fulltxt/RUG01/002/480/565/RUG01-002480565_2018_0001_AC.pdf
- Douglas, K. M., Ang, C. S., & Deravi, F. (2017). Reclaiming the truth. *The Psychologist*, 30(6), 36-42.
- Earle, T. C. (2010). Trust in risk management: a model-based review of empirical research. *Risk analysis*, 30(4), 541-574. <https://doi.org/10.1111/j.1539-6924.2010.01398.x>
- Facebook. (z.d.). *Feiten checken op Facebook*. <https://nl-nl.facebook.com/business/help/2593586717571940>
- Flanagin, A. J., & Metzger, M. J. (2000). Perceptions of Internet information credibility. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 77(3), 515-540. <https://doi.org/10.1177/107769900007700304>
- Fourney, A., Racz, M. Z., Ranade, G., Mobius, M., & Horvitz, E. (2017). Geographic and Temporal Trends in Fake News Consumption During the 2016 US Presidential Election. In *Proceedings of the 2017 ACM on Conference on Information and Knowledge Management* (pp. 2071-2074). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/3132847.3133147>
- Gottfried, J., & Shearer, E. (2016). *News use across social media platforms 2016*. Pew Research Center. <https://www.journalism.org/2016/05/26/news-use-across-social-media-platforms-2016/>
- Grommen, S. (2015, 9 september) Nee, deze vluchteling was nooit een IS-strijder. *De Morgen*. <https://www.demorgen.be/nieuws/nee-deze-vluchteling-was-nooit-een-is-strijder~b5535045/>
- Gu, L., Kropotov, V., & Yarochkin, F. (2017). *The Fake News Machine: How Propagandists Abuse the Internet and Manipulate the Public*. TrendLabs. <https://documents>

- .Trendmicro.com/assets/white_papers/wp-fake-news-machine-how-propagandists-abuse-the-internet.pdf
- Hoax-Wijzer (z.d.). *Valse nieuwssites*. <https://sites.google.com/site/dehoaxwijzer/valse-nieuwssites>
- Hins, W. (2018). De taak van sociale media bij het bestrijden van desinformatie. *Mediaforum*, 30(6), 171-175. <https://hdl.handle.net/1887/69413>
- Iyengar, S., Sood, G., & Lelkes, Y. (2012). Affect, not ideology. A social identity perspective on polarization. *Public opinion quarterly*, 76(3), 405-431. <https://doi.org/10.1093/poq/nfs038>
- Janze, C., & Risius, M. (2017, 16 – 20 juli). *Automatic Detection of Fake News on Social Media Platforms* [Paperpresentatie]. 21st Pacific Asia Conference on Information Systems, Langkawi, Kedah, Maleisië. <https://aisel.aisnet.org/pacis2017/261>
- Jones-Jang, S. M., Mortensen, T., & JingJing, L. (2021). Does Media Literacy Help Identification of Fake News? Information Literacy Helps, but Other Literacies Don't. *American Behavioral Scientist*, 65(2), 371-388. <https://doi.org/10.1177/0002764219869406>
- Kahne, J., & Bowyer, B. (2017). Educating for Democracy in a Partisan Age: Confronting the Challenges of Motivated Reasoning and Misinformation. *American Educational Research Journal*, 54(1), 3 – 34. <https://doi.org/10.3102/0002831216679817>
- Kennisnet. (2017). *Monitor Jeugd en Media*. https://www.kennisnet.nl/app/uploads/kennisnet/publicatie/jeugd_media/Kennisnet_Monitor_Jeugd_en_Media_2017.pdf
- Khan, J. Y., Khondaker, T. I., Afroz, S., Uddin, G., & Iqbal, A. (2021). A benchmark study of machine learning models for online fake news detection. *Machine Learning with Applications*, 4, 1-12. <https://doi.org/10.1016/j.mlwa.2021.100032>
- Kuklinski, J. H., Quirk, P. J., Jerit, J., Schwieder, D., & Rich, R. F. (2000). Misinformation and the Currency of Democratic Citizenship. *The Journal of Politics*, 62(3), 790-816. <https://doi.org/10.1111/0022-3816.00033>
- Lauf, E., Sierhuis, R., & Weggemans, V. (2018). *Mediamonitor 2018: Mediabedrijven en Mediamarkten*. Reuters Institute. <https://www.mediamonitor.nl/wp-content/uploads/Mediamonitor-2018-Reuters-Institute-Digital-News-Report-Nederland-2018.pdf>

- Neels, L. (2018, 12 januari). Hoe kunnen we voorkomen dat Fake News het echte nieuws verdringt? *vrt NWS*. <https://www.vrt.be/vrtnws/nl/2018/01/12/opinie-leo-neels-fake/>
- van der Heijden, R. (2018, 9 november). De platte wereld van de ‘flat earthers’. *NEMO Kennislink*. <https://www.nemokennislink.nl/publicaties/de-platte-wereld-van-de-flat-earthers/>
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., & Kleis Nielsen, R. (2020). *Reuters Institute Digital News Report 2020*. Reuters Institute. https://reutersinstitute.Politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2020-06/DNR_2020_FINAL.pdf
- Nederlands Jeugdinstituut. (2021, 3 februari). Nepnieuws en complottheorieën. *NJI*. <https://www.nji.nl/nl/coronavirus/Ouders/Dagelijks-leven/Nepnieuws-en-complottheorieen>
- Nieuwenhuis, M. (2020, 11 april). Complotdenkers slaan toe: ‘Er is een link tussen 5G en corona’. *Algemeen Dagblad*. <https://www.ad.nl/binnenland/complotdenkers-slaan-toe-er-is-een-link-tussen-5g-en-corona~a4dbfa06/>
- NOS (2016, 15 december). *Facebook pakt nepnieuws aan*. NOS Nieuws. <http://nos.nl/artikel/2148565-facebook-pakt-nepnieuws-aan.html>.
- Ollongren, K. H. (2018, 18 december). *Brief van de minister van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties* [Kamerbrief]. <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-30821-51.html>
- Pentina, I., & Tarafdar, M. (2014). From “information” to “knowing”: Exploring the role of social media in contemporary news consumption. *Computers in Human Behavior*, 35(4), 211-223. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.02.045>
- Polansky, A., Leslie, J., Heimann, G., Perry, C., Schiller, V., Duda, P., Morgan, L., Jenkins, P., Richards, M., & Gaines-Ross, L. (2017). *A Real Plague: Fake News*. Weber Shandwick; Powell Tate; KRC Research. https://www.webershandwick.com/wp-content/uploads/2018/04/A_Real_Plague_Fake_News.pdf
- Ram, A., & Blood, D. (2018, 6 februari). Hard right dominates use of fake US news, Oxford study finds. *Financial Times*. <https://www.ft.com/content/611d5c90-0a87-11e8-8eb7-42f857ea9f09>

- Reis, J. C. S., Correia, A., Murai, F., Veloso, A., & Benevenuto, F. (2019). Supervised Learning for Fake News Detection. *IEEE Intelligent Systems*, 34(2), 76-81. <https://doi.org/10.1109/MIS.2019.2899143>.
- Rijksoverheid. (z.d). *Desinformatie en nepnieuws tegengaan*. <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/desinformatie-nepnieuws/aanpak-desinformatie-en-nepnieuws>
- Rijksoverheid. (2019, 11 maart). *Campagne nepnieuws vandaag van start*. <https://www.rijksoverheid.nl/actueel/nieuws/2019/03/11/campagne-nepnieuws-vandaag-van-start>
- Rubin, V. L. (2017). Deception Detection and Rumor Debunking for Social Media. In Sloan, L., & Quan-Haase, A. (Eds.) *The SAGE Handbook of Social Media Research Methods* (pp. 342-367). SAGE. <https://doi.org/10.4135/9781473983847.n1>
- Secor, M., & Walsh, L. (2004). A Rhetorical Perspective on the Sokal Hoax: Genre, Style, and Context. *Written Communication*, 21(1), 69-91. <https://doi.org/10.1177/0741088303261037>
- Shadid, W. A. (1995). Media en minderheden: De rol van de media bij het ontstaan en bestrijden van vooroordelen over etnische minderheden. *Toegepaste Taalwetenschap*, 52(1), 93-104. <https://doi.org/10.1075/ttwia.52.07sha>
- Sunstein, Cass (2001). Republic.com. Princeton & Oxford, Princeton University Press.
- Syam, H. M., & Nurrahmi, F. (2020). "I Don't Know If It Is Fake or Real News": How Little Indonesian University Students Understand Social Media Literacy. *Malaysian Journal of Communication*, 36(2), 92-105. <https://doi.org/10.17576/JKMJC-2020-3602-06>
- van Prooijen, J-W. (2020). Complottheorieën onder radicale anti-5G groepen tijdens de coronacrisis. *De Criminoloog*, 23(2), 2.
- Torres, R. R., Gerhart, N., & Negahban, A. (2018). Epistemology in the Era of Fake News: An Exploration of Information Verification Behaviors among Social Networking Site Users. *The DATA BASE for Advances in Information System*, 49(3), 78-97. <https://doi.org/10.1145/3242734.3242740>
- Tremblay, G. (2012). From Marshall McLuhan to Harold Innis, or From the Global Village to the World Empire. *Canadian Journal of Communication*, 37(4), 561-575. <https://doi.org/10.22230/cjc.2012v37n4a2662>

- Trouw. (2021, 8 januari). *Donald Trump is een politieke hooligan*. <https://www.trouw.nl/opinie/donald-trump-is-een-politieke-hooligan~b98ff9de/>
- Twitter Comms. [@TwitterComms]. (2020, 24 september). *More reading – people open articles 40% more often after seeing the prompt. More informed Tweeting – people opening articles before RTing increased by 33%. Some people didn't end up RTing after opening the article – which is fine! Some Tweets are best left in drafts*. [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/TwitterComms/status/1309178716988354561>
- Vermeij, L. (2016, 18 november). Man verzint nepnieuws: 'Door mij is Trump president'. *Metro*. <https://www.metronieuws.nl/in-het-nieuws/good-vibes/2016/11/man-verzint-nepnieuws-door-mij-is-trump-president/>
- Vieweg, S., Hughes, A. L., Starbird, K., & Palen, L. (2010). Microblogging during two natural hazards events: what twitter may contribute to situational awareness. In Mynatt, E. (Red.), *CHI '10: Proceedings of the SIGCHI conference on human factors in computing systems* (pp. 1079-1088). Association for Computing Machinery. <https://doi.org/10.1145/1753326.1753486>
- Wineburg, S., McGrew, S., J. Breakstone., & Ortega, T. (2016). *Evaluating Information: The Cornerstone of Civic Online Reasoning*. Stanford Digital Repository. <https://stacks.stanford.edu/file/druid:fv751yt5934/SHEG%20Evaluating%20Information%20Online.pdf>
- Wineburg, S., & McGrew, S. (ter perse). Lateral Reading and the Nature of Expertise: Reading Less and Learning More When Evaluating Digital Information. *Teachers College Record*.
- Wojcieszak, M.E., & Mutz, D.C. (2009). Online Groups and Political Discourse: Do Online Discussion Spaces Facilitate Exposure to Political Disagreement? *Journal of Communication*, 59(1), 40-56. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2008.01403.x>
- Zuiderveen Borgesius, F. J., Trilling, D., Eskens, S., Möller, J., Bodó, B., de Vreese, C. H., & Helberger, N. (2016). De filterbubbel doorgeprikt: Het negatieve effect van gepersonaliseerde media valt mee. *StukRoodVlees*. <https://stukroodvlees.nl/de-filterbubbel-doorgeprikt-het-negatieve-effect-van-gepersonaliseerde-media-valt-mee/>