

Het Grote Mediadebat

Een burgerperspectief

Onderzoeksrapport Ipsos I&O



www.ipsos-publiek.nl

Colofon

Uitgave

Ipsos I&O

Amstelveenseweg 760

1081 JK Amsterdam

Rapportnummer

2026/2

Datum

juni 2026

Opdrachtgever

De Argumentenfabriek

Auteurs

Roos Thijssen

Annemarie van Elfrinkhof

Copyright

Het overnemen uit deze publicatie is toegestaan, mits de bron duidelijk wordt vermeld.

1. Inleiding

Betrouwbare media vormen de hoeksteen van een vrije, democratische orde. In de wetenschap en samenleving leven echter grote zorgen over het informatie- en medialandschap, vaak gekoppeld aan begrippen als ‘polarisatie’, ‘fake news’ en ‘post-truth’.

Het ontbreekt vaak aan een gefundeerd gesprek over oplossingsrichtingen. Daarom willen De Argumentenfabriek, Stichting Democratie & Media en Nu.nl hierover in gesprek via Het Grote Mediadebat. Essentieel daarbij is het burgerperspectief: hebben ‘gewone Nederlanders’ dezelfde zorgen als experts over het media- en informatielandschap?

Om het burgerperspectief op de media-agenda scherp in kaart te brengen heeft De Argumentenfabriek Ipsos I&O gevraagd om te onderzoeken hoe mensen media en informatie gebruiken om deel te kunnen nemen aan de democratische samenleving. Dit verslag beschrijft de belangrijkste inzichten die we met het onderzoek hebben opgedaan.

2. Samenvatting: het burgerperspectief op de media-agenda

We hebben vier focusgroepen, met in totaal 27 deelnemers, georganiseerd om het burgerperspectief op de media-agenda te onderzoeken. In de focusgroepen deden zowel burgers mee die relatief veel vertrouwen hebben in maatschappelijke instituties, zoals overheid en media, als burgers die relatief weinig vertrouwen hebben in deze instituties. Het beeld dat uit de groepen naar voren komt is dat veel mensen de huidige informatiesamenleving ervaren als een ‘informatiejungle’. Informatie is overal aanwezig en grotendeels voor iedereen toegankelijk, via nieuwsmedia, sociale media, podcasts, apps, video’s, familie, vrienden en collega’s. Tegelijkertijd ervaren burgers dat steeds minder zichtbaar is hoe informatie tot stand komt, waarom zij bepaalde informatie zien en hoe betrouwbaar die informatie eigenlijk is.

De centrale uitdaging is niet een *gebrek* aan informatie, maar juist het omgaan met een *overvloed* aan informatie. Want vrijwel iedereen vindt het belangrijk om voldoende geïnformeerd te zijn om mee te kunnen doen aan de samenleving. Burgers zoeken dus naar manieren om betrouwbare informatie te herkennen, overzicht te houden en zelf regie te houden over wat zij zien. Tegen deze achtergrond kwamen in de focusgroepen acht kwesties naar voren.

1. Meer informatie, maar minder overzicht.
2. De informatiestroom zorgt dat burgers actief informatie selecteren.
3. Meer mensen kunnen informatie maken en controleren.
4. Niet iedereen vertrouwt gevestigde nieuwsbronnen.
5. De strijd om aandacht maakt nieuws sneller, prikkelender en eenzijdiger.
6. Algoritmen maken informatie persoonlijk, maar nemen ook regie weg.
7. Het onderscheid tussen feit, mening, reclame en misleiding vervaagt.
8. Moeilijk om echt van onecht te onderscheiden, onder andere door AI.

Burgers met veel en weinig vertrouwen in maatschappelijke instituties ervaren grotendeels dezelfde informatiekwesties, maar verschillen in de manier waarop zij daarmee omgaan: mensen met veel vertrouwen zoeken hun zekerheid vooral in een bredere mix van nieuwsbronnen, terwijl mensen met minder vertrouwen vaker vertrouwen op hun directe omgeving of zich gedeeltelijk afkeren van het nieuws.

Deze inzichten vormen een belangrijke basis voor het vervolg van Het Grote Mediadebat. Ze laten zien welke kwesties burgers zelf ervaren en bieden aanknopingspunten voor gesprekken met experts, beleidsmakers, journalisten en maatschappelijke organisaties over de toekomst van onze informatiesamenleving.

In het vervolg van dit onderzoeksverslag lichten we het burgerperspectief over de acht kwesties in meer detail toe.

3. Belangrijkste bevindingen

Uit de vier focusgroepen kwamen acht terugkerende kwesties naar voren. Deze bevindingen illustreren we met quotes van de deelnemers.

1. Meer informatie, maar minder overzicht

Een ontwikkeling die burgers benoemen is de enorme toename van beschikbare informatie. Mensen waarderen dat kennis en nieuws veel toegankelijker zijn geworden dan vroeger. Informatie is sneller beschikbaar, vaak gratis toegankelijk en afkomstig uit de hele wereld. Burgers kunnen zich verdiepen in onderwerpen die vroeger moeilijk bereikbaar waren.

Tegelijkertijd zorgt deze overvloed ervoor dat mensen moeite hebben om overzicht te houden. Er zijn steeds meer platforms, bronnen, berichten en meningen. Voor veel deelnemers voelt het alsof er voortdurend nieuwe informatie op hen afkomt.

"Informatie tegenwoordig is veel makkelijker, goedkoper en sneller voor iedereen beschikbaar. Allerlei dingen die vroeger in zeldzame boeken stonden, kan je nu op internet allemaal vinden." (deelnemer met weinig vertrouwen)

"Ik vind de digitalisering ook wel een positieve trend. Ik heb zelf heel lang in Azië gewoond en nu is het heel makkelijk om wat daarover helemaal niet in het nieuws hier komt, kun je dan toch op een of andere manier meekrijgen." (deelnemer met veel vertrouwen)

Voor burgers is de uitdaging hierdoor niet langer het vinden van informatie, maar het selecteren van relevante en betrouwbare informatie.

2. De informatiestroom zorgt dat burgers actief informatie selecteren

De voortdurende stroom van nieuws, berichten en meldingen heeft invloed op hoe burgers omgaan met informatie. Waar sommigen actief op zoek gaan naar verschillende bronnen en perspectieven, kiezen anderen er juist bewust voor om minder nieuws te volgen.

"Ik luister podcast ook met mensen waar ik het niet mee eens ben. Gewoon om mezelf zo nu en dan even een beetje uit te dagen." (deelnemer met veel vertrouwen)

Vooraf deelnemers met minder vertrouwen in instituties geven aan dat zij het nieuws soms vermijden omdat zij het als negatief, vermoeiend of weinig relevant ervaren. Het afhaakgedrag lijkt daarmee niet altijd voort te komen uit desinteresse, maar vaak uit een behoefte om grip te houden op de eigen aandacht en mentale belasting.

"Ik mijd het nieuws. Ik vind het nieuws totaal niet relevant voor mijn leven. Ik had niet het gevoel dat ik juist geïnformeerd werd." (deelnemer met weinig vertrouwen)

"Ik volg bewust niet constant het nieuws, want ik vind het zo kommer en kwel de hele dag door. Je wordt helemaal gek gemaakt." (deelnemer met weinig vertrouwen)

Hierdoor ontstaan verschillende manieren waarop burgers zich informeren en verschillende niveaus van betrokkenheid bij nieuws en actualiteiten.

3. Meer mensen kunnen informatie maken en controleren

Een derde kwestie is de democratisering van informatie. Volgens deelnemers is informatie niet langer het exclusieve domein van journalisten en nieuwsorganisaties. Via sociale media, online platforms en nieuwe technologieën kunnen burgers, influencers en maatschappelijke groepen zelf informatie publiceren en verspreiden.

Veel deelnemers zien hierin kansen. Meer mensen kunnen bijdragen aan maatschappelijke discussies en alternatieve perspectieven krijgen meer ruimte. Ook bestaat de mogelijkheid dat online gemeenschappen informatie gezamenlijk controleren of corrigeren.

"Het is een soort van democratisering van nieuws, dus je ziet wel dat steeds meer mensen betrokken worden bij het nieuws. Wat goede kant en slechte kant heeft natuurlijk. Zoals met die influencers, die kunnen allerlei informatie de wereld in helpen, maar je kan ook informatie met z'n allen controleren." (deelnemer met veel vertrouwen)

"Nu is alles in feiten nieuws. Ze gooien er van alles en nog wat op. Het is digitaal. Het is heel makkelijk. Iedereen heeft een telefoon. Iedereen kan gauw een filmpje maken." (deelnemer met weinig vertrouwen)

Tegelijkertijd maakt deze ontwikkeling het lastiger om te bepalen wie precies achter informatie zit en welke expertise of belangen daarbij een rol spelen.

4. Niet iedereen vertrouwt gevestigde nieuwsbronnen

Hoewel vrijwel alle deelnemers gebruikmaken van nieuwsbronnen, lopen opvattingen over de betrouwbaarheid sterk uiteen. Sommige burgers vertrouwen vooral op gevestigde media zoals NOS, kranten en publieke omroepen. Anderen baseren zich juist meer op lokale bronnen of informatie van mensen uit hun eigen omgeving.

In de gesprekken wordt duidelijk dat burgers informatie steeds vaker langs hun eigen meetlat leggen. De vraag is minder vanzelfsprekend welke bron betrouwbaar is; burgers bepalen dat steeds vaker zelf.

"Je zou zeker moeten weten dat het betrouwbaar is als het van de NPO is." (deelnemer met veel vertrouwen)

"Als ik iets echt moet weten, dan ga ik naar mijn broer toe. Het geeft me meer vertrouwen in de keuzes die ik maak." (deelnemer met weinig vertrouwen)

Opvallend is dat deelnemers met relatief veel vertrouwen vaak meerdere, ook internationale bronnen combineren, terwijl deelnemers met minder vertrouwen vaker uitgaan van bronnen dichtbij huis, zoals familie, vrienden of lokale media.

5. De strijd om aandacht maakt nieuws sneller, prikkelender en eenzijdiger

Veel deelnemers ervaren dat nieuwsmedia steeds meer moeten concurreren om aandacht. Volgens hen leidt dit tot kortere berichten, opvallende koppen, liveblogs en een grotere nadruk op beeld.

Hoewel deelnemers begrijpen dat media zichtbaar moeten zijn, maken zij zich zorgen over de gevolgen voor nuance en verdieping. Sommigen ervaren dat nieuws vaker één perspectief laat zien en minder ruimte biedt voor context.

"Ik vind het vaak heel eenzijdig. Ik heb eigenlijk maar één kant gehoord. Hoe zit dat nou met die andere kant? Nieuwsfeiten zijn ondergeschikt aan beeldcontent. Titels moeten inspireren om erop te klikken." (deelnemer met weinig vertrouwen)

"Het werk van journalisten wordt steeds complexer. Dan gaat het naar de redactie en die zet er dan een andere kop boven." (deelnemer met veel vertrouwen)

De 'aandachtseconomie' beïnvloedt volgens burgers daarmee niet alleen hoe nieuws wordt verspreid, maar ook hoe het wordt gemaakt.

6. Algoritmen maken informatie persoonlijk, maar nemen ook regie weg

Algoritmen zijn in alle groepsgesprekken spontaan onderwerp van gesprek. Deelnemers erkennen dat algoritmen voordelen bieden doordat informatie beter aansluit bij persoonlijke interesses en voorkeuren.

"Want een algoritme kan, als je een beetje geluk hebt, jouw ding opeens opblazen. Dus het kan positief zijn." (deelnemer met weinig vertrouwen)

Tegelijkertijd ervaren veel burgers dat zij daardoor minder controle hebben over wat zij te zien krijgen. Zij spreken over 'informatiefuiken' waarin steeds vergelijkbare informatie wordt aangeboden.

"Iedereen ervaart social media anders en krijgt meer te zien waar hij dan op klikt. Het is een algoritme. Het nadeel is wel, als je in een fuik belandt, dan valt de andere kant van de medaille ook weg." (deelnemer met veel vertrouwen)

Voor deelnemers raakt deze kwestie aan een fundamentele vraag: bepalen burgers nog zelf hun informatieomgeving, of wordt deze steeds meer voor hen samengesteld?

7. Het onderscheid tussen feit, mening, reclame en misleiding vervaagt

Burgers ervaren dat het steeds moeilijker wordt om te bepalen wat voor soort informatie zij precies tegenkomen. Nieuws, opinies, advertenties, activisme, persoonlijke ervaringen en commerciële boodschappen lopen volgens hen steeds vaker door elkaar heen. Daardoor wordt het ingewikkelder om informatie op waarde te schatten.

"Er worden steeds meer meningen verkondigd. Maar omdat mensen dat niet altijd herkennen, lijken die meningen een soort waarheid te worden." (deelnemer met weinig vertrouwen)

8. Moeilijk om echt van onecht te onderscheiden, onder andere door AI

Een specifieke zorg die in alle groepen terugkomt is de toenemende onzekerheid over de echtheid van informatie. Veel deelnemers denken dat kunstmatige intelligentie nuttig kan zijn om informatie toegankelijk en sneller beschikbaar te maken, maar roept ook vragen op over authenticiteit, betrouwbaarheid en controleerbaarheid.

"Meer twijfel over wat echt is en wat nep. Ik zal ongetwijfeld eens voor nepnieuws zijn gevallen, maar ja, hoe weet je dat?" (deelnemer met veel vertrouwen)

De vraag verschuift volgens sommige deelnemers van 'wie zegt het?' naar 'waarom zou ik het geloven?'.

4. Onderzoeksverantwoording

Vier focusgroepen

Om te achterhalen hoe burgers media en informatie gebruiken, hebben we vier fysieke focusgroepen georganiseerd. Twee focusgroepen vonden plaats in Amsterdam (26 mei 2026) en twee in Enschede (9 juni 2026). In elke plaats namen zowel burgers deel die relatief veel vertrouwen hebben in maatschappelijke instituties, zoals overheid en media, als burgers die relatief weinig vertrouwen hebben in deze instituties. In totaal deden 27 burgers mee aan het onderzoek. De deelnemers verschilden in leeftijd, opleidingsniveau, woonomgeving, geslacht en achtergrond. Hierdoor ontstond een brede verzameling perspectieven op informatiegebruik en de rol van media in de samenleving.

Werving van deelnemers

We hebben de deelnemers grotendeels geworven via het Ipsos I&O-panel. Vooraf vulden zij een korte vragenlijst in over onder andere: hun vertrouwen in overheid, wetenschap en media, hun nieuwsgebruik, hun mediavoorkeuren en hun houding ten opzichte van nieuws en journalistiek.

Op basis hiervan zijn groepen samengesteld met zowel meer als minder vertrouwen in instituties. Voor de focusgroepen in Enschede zijn aanvullend enkele jonge deelnemers geworven om perspectieven van intensieve sociale-mediagebruikers voldoende mee te nemen.

Opzet gesprekken

De gesprekken duurden twee uur en werden begeleid door onderzoekers van Ipsos I&O en De Argumentenfabriek. Met behulp van (individuele) opdrachten en associatieoefeningen spraken deelnemers over:

- hun informatiegebruik;
- ontwikkelingen in de informatiesamenleving;
- de effecten van deze ontwikkelingen;
- hun ideale informatiesamenleving.

Medewerkers van de Argumentenfabriek en Stichting Democratie en Media keken mee tijdens de focusgroepen.

Contactgegevens

Ipsos I&O

Zuiderval 70
7543 EZ Enschede
053 - 200 52 00

Amstelveenseweg 760
1081 JK Amsterdam
020 - 607 07 07

Ericssonstraat 2
5121 ML Rijen
020-607 07 07

