

# Commissariaat Media: professionele journalistiek moet online zichtbaar en vindbaar zijn

 Door Redactie WvF  
16-06-2026

*(Social) impact Bericht*

Het 'Digital News Report 2026' van het Commissariaat voor de Media laat zien dat de zorgen om online mis- en desinformatie het afgelopen jaar sterk zijn toegenomen. De helft van de Nederlanders maakt zich daar veel zorgen over. Tegelijkertijd melden steeds meer Nederlanders, vooral 18- tot 35-jarigen, dat sociale media hun belangrijkste nieuwsbron zijn.

Ook neemt de groep die alleen sociale media voor nieuws gebruikt toe. Momenteel bestaat deze groep uit 7 procent van de bevolking, oftewel ruim 1 miljoen Nederlanders. Deze groep gebruikt geen andere nieuwsbronnen zoals nieuwssites, televisie of radio.

Het is een paradox: het nieuws op sociale media wordt niet vertrouwd, maar toch is sociale media van steeds groter belang voor het nieuwsgebruik. Een andere ontwikkeling online is het toenemende gebruik van AI-chatbots voor nieuws. Maar ook de antwoorden van AI-chatbots over nieuws worden weinig vertrouwd.

## **Nieuwsmakers**

Wereldwijd is het volgen van zelfstandige online nieuwsmakers (ook wel bekend als nieuws *influencers*) sterk in opkomst. In Nederland geldt dat nu nog in beperkte mate. Zelfstandige nieuwsmakers zijn vooral onder jongeren goed zichtbaar. Van de 18- tot 24-jarigen volgt 46% online nieuwsmakers of *influencers* die ook over nieuws praten.

## Nieuwsvoorziening

Commissariaat-voorzitter Amma Asante: ‘In vergelijking met andere landen is in Nederland het vertrouwen in nieuws en nieuwsmerken nog hoog. Het werk van journalisten wordt hier ook hoger gewaardeerd dan in andere landen. Dat is positief. We hebben dus iets te verliezen dat we moeten beschermen. Niet voor niets is “robuuste nieuwsvoorziening” één van de focusthema’s van het Commissariaat.’

Het Commissariaat zet zich bijvoorbeeld in voor algoritmes die pluriform media-aanbod mogelijk maken. En voor het zichtbaar en vindbaar maken van betrouwbaar nieuws op alle distributiekkanalen, ook digitaal. Dit doen wij zodat Nederlanders kennis blijven nemen van pluriforme en onafhankelijke informatie en kwaliteitsjournalistiek.’

## Aanbevelingen

We zien dat het nieuwsgebruik verschuift naar de grote internationale platforms. Zij worden poortwachters van het nieuws en bepalen wat mensen wel en niet zien. Dat kan kwaliteitsnieuws zijn, maar ook informatie vanuit ongeverifieerde bronnen of schadelijke *content*. We zien tegelijkertijd interesse en vertrouwen in nieuws dalen, en zorgen om mis- en desinformatie en nieuws mijden toenemen. Het Commissariaat vindt dit zorgelijke ontwikkelingen.

Gebruik, interesse en vertrouwen versterken elkaar. Meer interesse en meer nieuwsgebruik hangen samen met meer vertrouwen in nieuws. Maar het tegenovergestelde is ook waar. In het Digital News Report doen we de volgende drie aanbevelingen:

## Wet- en regelgeving

Met Europese wet- en regelgeving is er een sterke wettelijke basis om democratisch gezondere *feeds* actief te stimuleren of af te dwingen. In het rapport ‘[Naar democratisch gezonde feeds](#)’, dat afgelopen mei verscheen, zetten het Commissariaat opties voor beleid en toezicht uiteen. Met name de ontwikkeling van prominentiebeleid vinden we belangrijk. Professionele journalistiek moet zichtbaar en vindbaar zijn online.

## Nieuwsbehoeften jongeren

In het ‘Digital News Report’ zien we al jaren dat de interesse voor nieuws onder jongeren daalt. Maar jongeren hebben wel degelijk interesse in nieuws als het voldoende relevant voor ze is en past bij hun behoeften. Ze maken bijvoorbeeld gebruik van AI-chatbots voor nieuws, omdat het hen helpt sneller het nieuws te begrijpen. Dit kan erop wijzen dat nieuws voor jongeren soms niet herkenbaar genoeg is en moeilijk te begrijpen is.

## Transparantie

Nederlanders die het nieuws vertrouwen, hebben een voorkeur voor neutraal, onpartijdig nieuws. Het vertrouwen is ook groter als duidelijk is dat nieuwsmedia zo min mogelijk worden beïnvloed door eigenaren van nieuwsmedia of politici. Het is dus belangrijk dat feitelijk nieuws herkenbaar gescheiden wordt van opinie en achtergrond. Transparantie versterkt het vertrouwen in de journalistiek en biedt een uniek concurrentievoordeel tegenover niet-journalistieke bronnen. De uitdaging is dit ook via sociale media waar te maken.

Abonneer je op ons gratis Journaal:

*E-mail adres*

*Schrijf je in*